



***I Jornada Binacional de
Investigación de la URBE
(CICAG)***

EXTENSOS DEL EVENTO, 29 de noviembre de 2014



ISBN: 978-980-414-017-4

Depósito Legal: LFX7782014002259

Obra en CD-ROM editada por la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín



Índice Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales

1. INTELIGENCIA GERENCIAL EN EL SECTOR EDUCATIVO UNIVERSITARIO: UNA MIRADA DESDE LA NEUROGERENCIA.....	26
2. ENEAGRAMA. UNA HERRAMIENTA EN LA GESTIÓN DEL FACTOR HUMANO.....	37
3. ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO EN LAS EMPRESAS PRIVADAS DEL SECTOR COMERCIAL.....	48
4. GESTIÓN DE CRÉDITO DE LAS PYMES DEL MUNICIPIO MIRANDA DEL ESTADO ZULIA	57
5. LIDERAZGO EMPRESARIAL: ¿TRANSACCIONAL O TRANSFORMACIONAL?.....	66
6. EL MÉTODO HARVARD DE NEGOCIACIÓN. FUNDAMENTOS FILOSÓFICOS Y ONTOLÓGICOS.....	74
7. INVERSIÓN PÚBLICA EN COLOMBIA Y SUS EFECTOS SOBRE EL CRECIMIENTO Y LA CONVERGENCIA DEPARTAMENTAL.....	85
8. EL CAPITAL SOCIAL Y SUS ELEMENTOS: UNA VISIÓN TEÓRICA.....	99
9. GESTIÓN EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN EL ROL INNOVADOR DEL CONTADOR PÚBLICO EN LOS PROGRAMAS DE CONTADURÍA PÚBLICA EN LOS DEPARTAMENTOS DE LA GUAJIRA, CESAR Y MAGDALENA	108
10. VINCULACIÓN DEL SECTOR EXTERNO COMO APOYO A LA COMPETITIVIDAD EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR	114
11. UN RETO PARA EL PROCESO DE INNOVACIÓN EN EL SIGLO XXI: REHUMANIZAR AL SER HUMANO	123
12. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MATERIA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL EN LAS FUNDACIONES PÚBLICAS DE SALUD PEDIÁTRICA DEL MUNICIPIO MARACAIBO.....	132
13. CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN ÁREAS DE INFRAESTRUCTURA DE COMPETENCIA REGIONAL	140
14. MEDIOS SOCIALES DIGITALES COMO ELEMENTOS TECNOLÓGICOS INNOVADORES DE LAS ORGANIZACIONES.....	152
15. RESPONSABILIDAD SOCIAL DESDE LA PERSPECTIVA EMPRESARIAL PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LAS ORGANIZACIONES MODERNAS EN TIEMPO DE CRISIS ..	159
16. GESTIÓN DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LAS COMUNIDADES.....	167



17. TRIBUTACIÓN PARAFISCAL EN VENEZUELA: UN ENFOQUE TEÓRICO DE LA LEY ORGÁNICA DE DROGAS	174
18. PECADOS CAPITALES FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TÉCNICOS EN EL MUNICIPIO MARACAIBO EN EL ESTADO ZULIA.....	183
19. MARKETING CON CAUSA SOCIAL PARA EL PATROCINIO DEL DEPORTE: UNA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	192
20. NEURO AFECTIVIDAD DEL LÍDER: FACTOR POTENCIADOR EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI.....	200
21. LA INNOVACIÓN FINANCIERA Y BANCOS CORRESPONSALES, FACTORES DE INTEGRACIÓN DEL SECTOR BANCARIO PARA EL CONTINENTE AMERICANO.....	211
22. CULTURA VERDE: UN RETO GERENCIAL PARA LA INTEGRACIÓN INTERNACIONAL	218
23. IATROGENIA GERENCIAL COMO TEORÍA INTEGRADORA EN LA TOMA DE DECISIONES PARA HUMANIZAR LAS ORGANIZACIONES	230
24. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR.....	240
25. LA CONTRALORÍA SOCIAL COMO MECANISMO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA EN LOS CONSEJOS COMUNALES.....	249
26. CUMPLIMIENTO DE DEBERES FORMALES PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN ORGANIZACIONES COMUNITARIAS	258
27. PLAN DE MARKETING DE SERVICIOS PARA EMPRESAS DE TRANSPORTE	268
28. LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO FRENTE A LOS DERECHOS HUMANOS Y LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA: CASO MINA LA CAYPA (LA GUAJIRA)	278
29. INFLUENCIA DEL CAPITAL ESTRUCTURAL EN LA MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL EN GRUPOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA	288
30. LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA GUAJIRA COLOMBIANA.....	300
31. LAS COMPETENCIAS FUNDAMENTALES COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA LA CREACIÓN DE VALOR	308
32. MARCO LEGAL REFERENCIAL COMO BASE DE LA INTEGRACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ECONOMÍA INTERNACIONAL.....	317
33. CRECIMIENTO ORGÁNICO: UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA DE INVERSIÓN EN LA BANCA UNIVERSAL.....	326



34. PERFIL DEMOGRÁFICO, PSICORGÁNICO Y CONDUCTUAL DE LOS CLIENTES Y/O ASOCIADOS DE LAS COOPERATIVAS DEL DISTRITO DE SANTA MARTA.....	337
35. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FUNDAMENTO DE VALORES COMPARTIDOS EN EMPRESAS DE SERVICIO PUBLICO	347
36. LA ONTOLOGÍA COMO HILO CONDUCTOR DEL DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL.....	358
37. EXPERIENCIAS DOCENTES EN EL AULA ASOCIADOS CON EL MODELO PEDAGÓGICO DESARROLLISTA SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA PROGRAMAS DE LA EXTENSIÓN VILLANUEVA.....	362
38. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES EN EL MUNICIPIO DE RIOHACHA.....	370
39. LA INVESTIGACIÓN EN EL CONTEXTO EDUCATIVO UNIVERSITARIO	380
40. LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	388
41. TECHO DE CRISTAL Y SU GENERALIDAD EN EL CONTEXTO SOCIAL E INTERACTIVO DE LA MUJER.....	398
42. LIDERAZGO RESILIENTE COMO HERRAMIENTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA	406
43. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS AUTÓNOMAS: ESENCIA ACADÉMICA CON VISIÓN TRANSFORMADORA (ESTRATEGIAS PARA SU IMPLEMENTACIÓN).....	418
44. DIVERSIFICACIÓN DEL PORTAFOLIO DE INVERSIONES, UNA ÓPTICA DESDE EL COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE)	429
45. RESILIENCIA EMPRESARIAL E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL, UNA PERSPECTIVA GERENCIAL.....	437
46. CAOS ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS SOCIEDADES DEL SIGLO XXI.....	445
47. LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO ELEMENTO POTENCIADOR DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LA PRÁCTICA DEL CONTADOR PÚBLICO.....	453
48. GESTIÓN DEL MIEDO AL FRACASO DESDE LA PERSPECTIVA HUMANIZANTE EN ORGANIZACIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS	462
49. AGRUPACIONES EMPRESARIALES, ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR LA INCERTIDUMBRE ORGANIZACIONAL EN ENTORNOS INTERNACIONALES	470
50. CONSILIENCIA COMO FACTOR DE ÉXITO EN LAS ORGANIZACIONES POSMODERNAS	481



51. GERENCIA DEL CONOCIMIENTO COMO ARISTA DE LA INNOVACIÓN PARA SOSTENERSE EN VIGENCIA LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA	493
52. COMPETENCIAS PSICOLÓGICAS DEL DOCENTE COMO TUTOR EN LÍNEA	504
53. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO FACTOR INTEGRADOR DE LAS INVESTIGACIONES EN LAS ORGANIZACIONES UNIVERSITARIAS	511
54. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN DE LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO DEL ESTADO ZULIA.....	519
55. DIMENSIONES DE LA PRECARIEDAD LABORAL: INSUFICIENCIA DE LOS INGRESOS SALARIALES EN VENEZUELA.....	530
56. SALARIO EMOCIONAL COMO ELEMENTO CONCILIADOR DE LA PRECARIEDAD LABORAL.....	540
57. GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL MÉTODO PRICING COMO PLATAFORMA DE PRECIOS EN EL SECTOR CONSTRUCCIÓN	547
58. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL GOBIERNO CORPORATIVO EN EL SISTEMA DEL MARKETING RESPONSABLE DE LAS ORGANIZACIONES	559
59. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA LOS CENTROS DE INVESTIGACIÓN EN UNIVERSIDADES PRIVADAS LOCALES	572
60. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: IMPACTO DE LA GESTIÓN DEL NEGOCIO EN ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI.....	579
61. ABORDAJE DEL CONSUMO DE DROGAS EN EL ÁMBITO LABORAL: UNA VISIÓN LEGAL.....	589
62. ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO: UNA DIVERGENCIA EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA PARA RENDICIÓN DE CUENTAS.....	600
63. INTELIGENCIA ÉTICA COMO FUNDAMENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EMPRESAS DE PERFORACIÓN PETROLERAS.....	607
64. CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA UNIVERSIDAD. UNA MIRADA HACIA ADENTRO	618
65. GESTIÓN DE LOS CENTROS DE SALUD COMO ELEMENTO CATALIZADOR DE LA SALUD OCUPACIONAL EN LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA VENEZOLANA.....	625
66. LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO PÉRDIDA SUBYACENTE EN LOS EMPLEADOS DEL SECTOR QUÍMICO VENEZOLANO	632
67. LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LOS ACTORES URBANOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA CIUDAD	640



68. CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DE COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS EN EL SECTOR HOSPITALARIO	647
69. ELEMENTOS DEL PROCESO DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO EN EL SECTOR BANCARIO	662
70. LA PROCRASTINACIÓN COMO ELEMENTO PERTURBADOR DE LA PRODUCTIVIDAD DEL LÍDER EN LA ERA DIGITAL.....	674
71. FACTORES RECURRENTE EN PLANES URBANOS EXITOSOS.....	681
72. CRECIMIENTO Y LA CONVERGENCIA DEPARTAMENTAL	693
73. LA EPISTEMOLOGÍA GERENCIAL: EL DEBATE DE LA HUMANIZACIÓN DE LA GERENCIA MÁS ALLÁ DE LA PRODUCCIÓN	710
74. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DE MERCADEO EN MIPYMES DE PAMPLONA.....	719
75. CULTURA ÉTICA: FILOSOFÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ORGANIZACIONES UNIVERSITARIAS.....	726
76. EMPRENDEDOR SOCIAL: CONSTRUCTOR DE INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA CON LA COMUNIDAD	736
77. ESTILOS DE GESTIÓN DIRECTIVA PARA LA ADMINISTRACIÓN DE CONFLICTOS ORGANIZACIONALES BASADOS EN LA JUSTICIA Y LA EQUIDAD	745
78. FUNDAMENTOS DEL SISTEMA FINANCIERO CLÁSICO EN EL ÁMBITO DE LA INTEGRACIÓN INTERNACIONAL	756
79. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO FACTOR INTEGRADOR DEL CAPITAL INTELECTUAL EN ORGANIZACIONES CON RÉGIMEN DISCIPLINARIO	767
80. CULTURA DE INNOVACIÓN COMO PLATAFORMA DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL.....	777
81. FACTIBILIDAD DE LA ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS EMPRESAS PRIVADAS DE CONSUMO MASIVO	788
82. DOCUMENTOS FORMALES CONTENTIVOS EN LA PLATAFORMA ÉTICA DE LAS EMPRESAS: UNA TRAMA DE VALORES COMPARTIDOS	795
83. LA MECATRÓNICA: PROSPECTIVA ESTRATÉGICA DEL DESARROLLO NECESARIO EN EL ÁMBITO ACADÉMICO.....	801
84. LA JUSTICIA ORGANIZACIONAL: UN FACTOR MULTIFACÉTICO DETERMINANTE EN EL FUNCIONAMIENTO PRODUCTIVO DE LAS ORGANIZACIONES.....	808



INTELIGENCIA GERENCIAL EN EL SECTOR EDUCATIVO UNIVERSITARIO: UNA MIRADA DESDE LA NEUROGERENCIA

Maricarmen Soto

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE
msoto@urbe.edu.ve

Robert Morillo Montoya

IVEPSI-Instituto Venezolano de Psicología
robertmorillo@gmail.com

Lisandro Labrador

UNEFA
lisandrolabrador@gmail.com

RESUMEN

Las organizaciones y su talento humano requieren hoy en día aprovechar las oportunidades para poder seguir compitiendo en el mercado. Las neurociencias han aportado grandes hallazgos entre ellos, la observación del nivel de desarrollo de las capacidades cerebrales laborales y superiores que permiten estudiar profundamente la evolución y la velocidad sináptica que conlleva a mayor inteligencia. Por ello, el objetivo fue Analizar la inteligencia gerencial en el sector educativo universitario, con una mirada desde la neurogerencia. Metodológicamente, el artículo es producto de una investigación cualitativa, bajo un enfoque hermenéutico, con un diseño bibliográfico documental, con autores relevantes como Broitman (2012), Soto y Fernández de P. (2011), Braidot (2008), Beauport y Díaz (2008), entre otros, que soportaron teóricamente la investigación. Los resultados más relevantes refuerzan que el cerebro posee muchas inteligencias que van definiéndose cada vez más en el individuo, y a las cuales hay que sumarle una nueva inteligencia denominada inteligencia gerencial. Todas ellas de manera integral deben desarrollarse cada vez más para ser exitosas en diversos contextos de la vida. Estos resultados condujeron a un análisis hermenéutico y a reflejar algunos tips para elevar la inteligencia gerencial y aportar a cualquier gerente ayudas de tipo psiconeuroinmunológica que apoyan la neurogerencia. A manera de conclusión, las organizaciones del sector educativo universitario tienen muchas fortalezas pero también debilidades que hoy en día afectan la competitividad de la misma. Con un entorno tan dinámico se hace necesario, en segundos la toma de decisiones, es por ello, imperativo, crear conciencia de la inteligencia gerencial desde un proceso neuronal desarrollado, con altas sinapsis que permiten accionar para la ejecución rápida de las tareas, decisiones oportunas e innovadoras en el sector que impulsen la evolución de Hombre desde la neurogerencia.

Palabras clave: Inteligencia gerencial, Neurogerencia, Sector educativo.

INTRODUCCIÓN

Con la entrada a un nuevo milenio, los paradigmas tienden a ser cada vez más cambiantes, las neurociencias han permitido eso desde que la plasticidad o adaptación del individuo es crucial para ser exitoso en los diversos contextos de la vida. En las organizaciones del sector educativo universitario es importante lograr nuevos paradigmas desde la mirada de la neurogerencia. Entra en juego la inteligencia gerencial para la toma de decisiones útiles y



oportunas, por ello, que el mayor desarrollo de capacidades cerebrales laborales sea impostergable.

En este sentido, para cimentar estas bases en la gerencia educativa universitaria, se debe corresponder con el conocimiento de la complejidad humana, respondiendo preguntas para facilitar la comprensión del proceso de gerenciar una organización educativa de manera integral, siendo necesario modificar preceptos, paradigmas y actitudes hacia lo innovador con valores y alto desempeño.

Metodológicamente la investigación se desarrolló bajo un método cualitativo con enfoque hermenéutico, un diseño bibliográfico documental, sustentado por autores relevantes como Torres (2014), Broitman (2012), Osho (2010), Braidot (2008), Beauport y Díaz (2008), entre otros quienes soportaron teóricamente los eventos del estudio.

INTELIGENCIA APLICADA

Sobre inteligencia se ha hablado mucho sin embargo, revisando las definiciones más recientes se nombra la del psicólogo Sternberg (2012), quien expresa que la inteligencia es la facultad de comprender algo, de conocer un convenio casi secreto dentro del cerebro humano aplicado para resolver un problema y tomar decisiones.

Ahora bien, se está estudiando una nueva inteligencia para sumarse a las múltiples generadas por Gadner (2011) pues precisamente ese interés de fusionar dos eventos como inteligencia y gerencia, es lo que motivó a los investigadores a desarrollar investigación sobre estas dos partículas que fusionadas forman una inteligencia. Son pocos los antecedentes, uno de ellos, es la información aportada en una conferencia dictada en la Ciudad del Saber en Panamá por Mosquera (2014), quien expresó que se viene trabajando y sustentando teoría sobre la inteligencia gerencial como herramienta esencial para manejar interacciones laborales efectivas para el logro de objetivos organizacionales.

En éste orden de ideas, antes de adentrarnos al análisis hermenéutico sobre inteligencia gerencial, se hará un paneo sobre inteligencia como evento aislado y luego la partícula gerencia para lograr la fusión posteriormente del evento de la inteligencia y la gerencia, a partir de lo escrito por teóricos como Goleman (2012), Sternberg (2012), y Gadner (2011), donde el individuo juega un papel muy importante.

En éste orden de ideas, la postura de Osho (2010), aclara que intelectualidad no es inteligencia, intelectualidad es simular a inteligencia. La inteligencia en realidad es el crecimiento de la consciencia interna, no tiene nada que ver con los conocimientos, tiene que ver con ser meditativo. Una persona inteligente actúa en el presente, responde, es impredecible.

También, Ribeiro (2008), expone que la inteligencia es la habilidad de distinguir y volver visible lo invisible, capacitándonos para elegir; por lo tanto, mientras más capaz sea el individuo de distinguir aspectos concretos y abstractos del ambiente y por ende de las organizaciones, más inteligente se es.

La pregunta impostergable es ¿Dónde se encuentra la Inteligencia Gerencial? Pues ya conociendo el cerebro y sus divisiones, la neurociencia y la hermenéutica ayudan a inferir por



parte de los investigadores e identificar que la inteligencia gerencial existe entonces en el lugar neocortexiano del cerebro, entendiéndose por neocórtex o corteza nueva al cerebro humano que aparece por la evolución de neuronas entrelazadas en el hipocampo, formada por una lámina de seis capas de neuronas del tamaño de una tabla de ajedrez doblado capa sobre capa y es el encargado del razonamiento humano y de la anticipación de resultados, con el fin de elegir opciones adecuadas sin riesgos. (Goodwin y Smith, 2013).

LA GERENCIA HOY

Las nuevas tendencias sobre gerencia exponen que el gerente de hoy siempre son líderes de equipo. En tal sentido, Alvarado (2011), expresa que etimológicamente un gerente es un ente con sabiduría o experticia por años, es por ello, que hoy es un líder gerencial, debido a las características que a través de los años se han tenido que afrontar más complejas y que con poca capacidad del individuo para realizarlas sin ayuda, solo lo haría con un equipo y con inteligencia.

Drucker (2013), expresa que “Un empresario que no aprende a administrar no durará mucho tiempo, Una gerencia que no aprende a innovar, no durará mucho tiempo, los negocios hoy tienen que diseñarse para el cambio, como norma y generar cambios, en vez de reaccionar a ellos”.

Ahora bien, un gerente se diseña para el cambio en pro de la productividad ante escenarios de incertidumbre en el mundo, y esto solo lo hace con ayuda de la inteligencia gerencial. La gerencia de hoy requiere del valioso activo que representa el talento humano, especialmente de aquellos colaboradores que con su experiencia y conocimiento para el cambio, innovan, realizan un trabajo de calidad, ofrece mejores productos y servicios, para lograr la productividad deseada por la organización.

La gerencia debe aprender a captar seleccionar, motivar, apoyar y retener a su talento humano, ya que con ellos ya formados bajo la estructura de la neurogerencia e innovación, se tiene una ventaja comparativa sobre la competencia, que permite a la organización universitaria, sobrevivir, ser verdaderamente academia, crecer, innovar, alcanzar liderazgo y ser proyectiva.

Otros autores como Goleman, y otros (2005), expresan que un gerente de hoy debe tener un pensamiento lateral para potenciar creatividad, con visión ampliada y la valoración de las relaciones interpersonales, entre otros aspectos que incluyen varias inteligencias sobre todo la emocional para la toma de decisiones.

Continua expresando que las prácticas gerenciales más exitosas parecen tener como común denominador estos procesos enunciados de manera transversal pero hoy en día con los cambios de paradigmas para manejar el dinamismo de mundo y por ende de las organizaciones, exigen otras herramientas con base a la intuición, el desarrollo de las capacidades cerebrales donde la intuición es una de ellas e impulsa la calidez humana para gerenciar mejor (Ribeiro, 2008).

LA NUEVA CIENCIA DE LA MENTE Y LA INTELIGENCIA GERENCIAL

Las organizaciones educativas deben buscar una transformación desde lo tradicional hacia una organización inteligente, a través del desarrollo de herramientas que aporta la



neurogerencia y que los estudiosos han denominado “nueva ciencia de la mente”, en la cual el cerebro a través de la plasticidad neuronal juega un papel predominante en el manejo de escenario bajo incertidumbre y/o procesos inesperados. (Gadner, 2011).

Sobre inteligencia se ha hablado mucho sin embargo revisando las definiciones más recientes se nombra la del psicólogo Sternberg (2012), quien expresa que la inteligencia es la facultad de comprender algo, de conocer un convenio casi secreto dentro del cerebro humano aplicado para resolver un problema y tomar decisiones.

Una vez revisados y analizados los autores relevantes para el evento inteligencia, los investigadores infieren que la postura conceptual y analítica más asertiva al dinamismo de la época sobre inteligencia, no es más que la capacidad veloz de resolver problemáticas de manera útil y oportuna, con detalle y adaptabilidad.

Al respecto, Broitman (2012), expresa que las organizaciones están teniendo problemas para conseguir individuos con actitudes gerenciales proactivas, y con habilidades para manejar inteligentemente conflictos. Por ello, se necesita talento humano con capacidad de evaluar riesgos y tomar decisiones, que sepan conducir, armar equipos de trabajo y que no aplasten o talen sino que edifiquen o impulsen al subordinado.

Así mismo, Marina (2010), expone que existe una inteligencia ejecutiva y que se ajusta mucho a lo que los investigadores desean construir en la variable inteligencia gerencial. En éste sentido, el autor, expresa que la inteligencia ejecutiva se encarga de dirigir todas las capacidades humanas. La función principal de la inteligencia humana es dirigir bien el comportamiento. No basta con almacenar conocimientos, o desarrollar la inteligencia emocional.

CONOCIENDO EL CAMINO DEL GERENTE EXITOSO DESDE LA NEUROGERENCIA

Este tema nace desde que los hebreos, egipcios y mesopotámicos expresaban que el corazón era la fuente de la vida, el que respondía y recogía los aspectos sentimentales y de la inteligencia. El filósofo Demócrito desde sus aportes 460 a. C., expresó que el cerebro podía ser “el guardián de la inteligencia”. Luego, Platón, Aristóteles, Da Vinci fueron incursionando en la temática del funcionamiento cerebral y la inteligencia, para luego impulsar la neurociencia. (Demócrito, 1990).

La neurogerencia viene a ser según Braidot (2008), la aplicación de la ciencia cognitiva en la gerencia de un proceso, vinculado a eventos neurológicos que impulsan la toma de decisiones, inteligencia de equipos de trabajo, planificación y dirección del talento humano. Cada individuo posee patrones y caracterologías de la personalidad cerebrales diferentes de acuerdo a lo expuesto por Piaget (1980), reaccionando de manera distinta ante una circunstancia inesperada, por ello, con inteligencia gerencial se puede accionar en actividades gerenciales de manera más rápida, haciendo del proceso un máximo desempeño a través de la conjunción de acciones.

Asimismo, el autor también afirma que la nueva ciencia de la mente es decir la neurociencia, no solo percibe, sino que intuye siendo la intuición una de las capacidades superiores del cerebro de las dieciocho que tiene, tomando en cuenta la perspectiva evolutiva organizacional.



Por ello, se coloca en una posición de aliada a los procesos gerenciales de una directiva de la organización del sector educativo. (IVEPSI, 2012).

Cabe mencionar que para lo neurológico del ser humano, Villalón (2012), expone que existen los elementos implícitos que dan a la gestión educativa, aquella propiedad que emerge de la naturaleza y funcionamiento de las neuronas cuando estas establecen comunicación, modulando la percepción de los estímulos con el medio, tanto la información de entrada como la que sale, modificando y afinando la transferencia de la información que se integra posteriormente con la habilidad gerencial.

NEUROGERENCIA Y EQUIPOS DE TRABAJO DE ALTO DESEMPEÑO

La neurogerencia se desarrolla paralelamente con neuroactividades para equipos de trabajo, esto permite participación proactiva del talento humano, la cohesión grupal, y la integración que hace fuerte a una organización. Con los equipos de trabajo se deben trabajar primero individualidades para luego crear la cohesión grupal. Esto sucede porque cada individuo tiene un mapa mental diferente, una actitud es producto de percepciones que se van construyendo a lo largo de muchos años como resultado de aprendizajes y experiencias, pero que precisamente por ser por muchos años se consolidan para bien o para mal en un individuo siendo esto la base de un clima organizacional satisfactorio o no. (Kotter y Heskett 2008).

También, Torres (2014), afirma que las creencias como arista de la personalidad de cualquier individuo, juegan un papel importante en el manejo de la neurogerencia, ya que éstas son una especie de puente que enlaza con el mundo y su realidad. Es importante pensar cómo funciona el cerebro de un gerente, integrante de un equipo de trabajo, docente, vendedor de servicios, cliente, tópico éste que no sólo ha constituido un desafío, sino un tema para formar un punto de agenda de todo consejo directivo universitario, que integre proyectos con innovaciones para que se utilice a plenitud las capacidades cerebrales.

NEUROGERENCIA Y LA PLASTICIDAD NEURONAL

Al hablar de la partícula Neuro se está trayendo a colación el -Sistema Nervioso Central-SNC del ser humano, es importante que la base de ésta nueva modalidad de las ciencias gerenciales la Neurogerencia, comience con el funcionamiento del sistema nervioso central porque es éste sistema el afectado por comportamientos, estrés emocional, físico y factores psicosociales que hacen más o menos productivo a un gerente. (Simonton, Henson y Hampton, 2004).

En éste orden de ideas, Soto (2013), expone que el ser humano debe ser psicológicamente armónico, sano y competitivo (Psicocompetitivo); por ello, nace la temática sobre neurogerencia hoy en día y la plasticidad neuronal, en respuesta a un proceso más humano y de adaptación a los cambios organizacionales, emergiendo de la naturaleza del Ser, ayudando a que el individuo sea singular y con un cerebro único que a través de los estímulos del medio hacen de un individuo el Ser más competitivo, logrando una cosmovisión. Por ende, la plasticidad apoya a la neurogerencia permitiendo un nuevo paradigma y efectuando una revolución científica.

También, Ansermet y Magistretti (2008), introducen una nueva visión del cerebro dejando de ser determinado y fijo. El cerebro debe permanecer abierto al cambio, a contingencias, modulable y potenciabile según las experiencias o circunstancias del entorno.



NEUROGERENCIA Y LAS 9 CAPACIDADES CEREBRALES LABORALES: UN MODELO QUE SOPORTA LA SELECCIÓN DE TALENTO HUMANO CON INTELIGENCIA GERENCIAL

Este el proceso investigativo de los eventos Inteligencia Gerencial y Neurogerencia merece dejar documentado científicamente las herramientas que en la práctica pueden ayudar a ser neurogerentes. Las capacidades neuronales van acompañando hoy en día, todas las decisiones en diversas áreas no solamente en la psicológica, sino económica, educativa, y por ende gerencial. (Soto, 2013).

Para ello, las capacidades cerebrales, valencias y competencias del Ser intervienen en cada proceso siendo importante hacer referencia a las 18 capacidades cerebrales, ya que en materia gerencial el Test diseñado por Bender y adaptado por el -Instituto Venezolano de Psicolingüística- IVEPSI, (2012). Ha sido invaluable en ese soporte técnico para revisar elementos en un candidato muy satisfactorios a nivel gerencial y así poder reclutarse y seleccionarse dicho talento humano.

En éste sentido, es importante señalar que el cerebro humano tiene dieciocho capacidades cerebrales conocidas hasta los momentos: 1) Percepción, 2) Asociación, 3) Imaginación, 4) Discernimiento, 5) Comparación, 6) Memoria, 7) Recuerdo, 8) Análisis, 9) Toma de decisiones; 10) Consciencia, 11) Sub-Consciencia, 12) Inconciencia; 13) Sueño, 14) Auto-hipnosis, 15) Hipnosis, 16) Telepatía, 17) Telekinesis, 18) Intuición. (Instituto Venezolano de Psicolingüística IVEPSI (2012). (Soto, 2011).

El Instituto Venezolano de Psicolingüística IVEPSI, ha adaptado el Test Gestáltico Visomotor de Bender (TGV), y Soto (2007), lo mejoró con la investigación aplicándolo en la captación y selección de talento humano, para los cuales obtuvo resultados inequívocos al compararlos con los exámenes de salud ocupacional, por lo tanto los resultados fueron certeros tanto en organizaciones públicas como privadas a nivel nacional e internacional, donde se ha aplicado la herramienta. Así mismo, revisa también la interrelación que existe entre la psicología del pensamiento y de las emociones de cada individuo, sus actitudes para desenvolverse y el nivel de resolución de problemas.

En éste orden de ideas, éste modelo traduce especialmente problemas neurológicos, de aprendizaje, estado del Sistema Nervioso Central –SNC- que se traduce en el nivel de desarrollo de nueve (9) capacidades cerebrales que se necesitan para desarrollar cualquier función laboral con psicocompetitividad (Soto, 2007), y por ende con inteligencia gerencial.

ANÁLISIS HERMENÉUTICO OBTENIDO A PARTIR DE LA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA-DOCUMENTAL SOBRE INTELIGENCIA GERENCIAL Y NEUROGERENCIA

Al estudiar el tema de inteligencia gerencial con una mirada desde la neurogerencia, se pretende optimizar la gestión educativa universitaria, con prácticas y acciones innovadoras para el talento humano. Para éste particular Dispenza (2007), refiere que el aprendizaje dado en los individuos del sector tiene que ver fundamentalmente con hacer conexiones sinápticas nuevas, sólo así habrá saltos cuánticos y/o procesos evolutivos en el talento humano, incluyendo al tren directivo de la organización.

En éste orden de ideas, Torres (2014), expone que solo podrán ser individuos evolucionados en términos del “yo” o su interiorización, aquellos con una acumulación de todas las conexiones



sinápticas, por ende, cuando se agregan nuevos circuitos sinápticos al “yo” mediante el aprendizaje, el -quien se es-, literalmente cambia y se empieza a ser neurogerente.

Según Torres (2014), los circuitos sinápticos o neuronales intervienen en el Ser humano con inteligencia gerencial, representan el substrato anatómico en el que se realizan todas las funciones del sistema nervioso y aquellas conocidas como sensoriales, motoras, cognitivas, de regulación y modulación, como características propias particulares que dependen de las propiedades de éstas neuronas y de las sinapsis (puntos de contactos entre las neuronas).

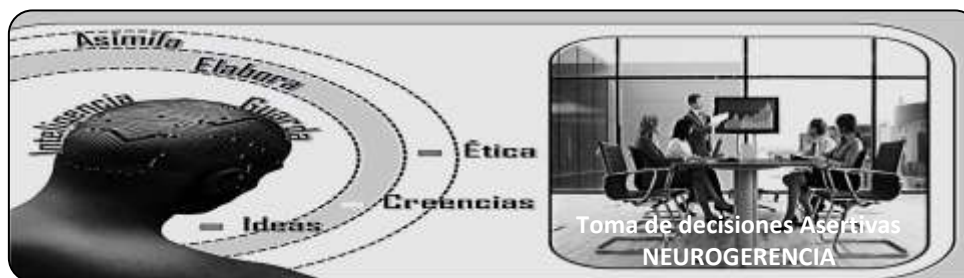
Ahora bien, la neurogerencia a través de la inteligencia gerencial permite el cambio y el desarrollo del cerebro, así lo expresa MacLean (1990), con su teoría del cerebro triuno, ya que al observar el daño que se le ha causado a los recursos naturales, y por ende a las organizaciones del sector educativo, el entorno suele preguntarse ¿Cuánto se quiere vivir de acuerdo al ritmo de vida que se lleva?, ¿Es el ritmo adecuado?, ¿Tendrán los hijos un mejor planeta?, ¿La gestión gerencial en el sector educativo es sostenible, se moldeará a nuevos requerimientos para preservar y evolucionar al ser humano?, ¿Es suficiente con tener un título universitario?

El cerebro límbico tan importante para la inteligencia gerencial (asiento de la emociones, de la inteligencia afectiva y motivacional), trabaja en sintonía con el cerebro conocido como reptil pero toda información sensorial es filtrada por este sistema antes de pasar a la nueva corteza o cerebro neocórtex, que es quien promueve la productividad, la satisfacción en el trabajo y en el aprendizaje.

Partiendo de éstos estudios realizados por MacLean (1990), el cerebro nuevo o neocortical como lo ha llamado este autor, es el lugar donde se llevan a efecto los procesos intelectuales superiores y se explicó anteriormente que la inteligencia es un proceso cerebral superior, estructurado por el hemisferio izquierdo y el hemisferio derecho.

En éste sentido, el sistema neocortical es el centro de atención en las inteligencias de la mente o cognitivas, genera, soluciona problemas, analiza y sintetiza la información, con respecto al uso del razonamiento analógico, pensamiento crítico y creativo.

Gráfico 1
Inteligencia gerencial y el gerente



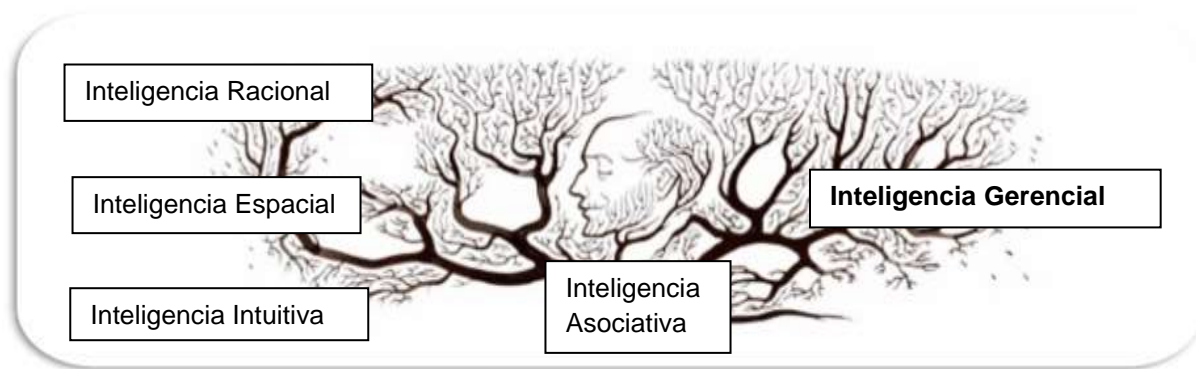
Fuente: Barrios (2010). Adaptación por Soto, Morillo (2014)

Dentro de los planteamientos desarrollados por Beauport y Díaz (2008), se señala que existen muchas inteligencias (las inteligencias múltiples) las cuales están disponibles, latentes dentro de todas las estructuras cerebrales, esperando por el interés y poder de concentración de la persona, cada una de ellas puede ser aprendida, practicada tal como una vez se aprendió en el proceso racional.



Entre las inteligencias múltiples identificadas por Gardner (2011), se pueden mencionar, la inteligencia racional, asociativa, emocional, espacial, motivacional, intuitiva, entre otras, donde la inteligencia de los estados de ánimo demuestra que no funcionan aisladamente, sino, en un todo integrado y allí entraría en un tercer constructo la inteligencia gerencial. Las inteligencias cognitivas se agrupan cuatro y se propone como una innovación de lo que se viene profundizando agregar una quinta inteligencia producto del dinamismo que se viene observando, originario de las neurociencias, de todas las especialidades que se han desglosado de esta ciencia y se ésta llevando a cabo en las organizaciones que practican la neurogerencia paralelo a la Inteligencia gerencial como una simbiosis en la práctica, como se observa en la figura siguiente:

Gráfico 2
La Inteligencia Gerencial y las inteligencias cognitivas



Fuente: elaboración propia

La inteligencia gerencial es una dimensión integradora de proyectos de vida que posee una organización educativa para mantenerse viva que contribuye a orientar el desarrollo de las competencias gerenciales para elegir o tomar aspectos esenciales para posibilitar cambios organizacionales.

Todos los individuos tienen inteligencia, pero no todos con el mismo calibre, el ser humano puede mejorarla, pero es difícil para algunos individuos alcanzar el nivel avanzado por más que se esfuercen, y en esto la herencia genética juega un papel primordial. Lo que sí se puede impulsar es la mejora de la inteligencia en todos los individuos, hay que impulsar el mejor potencial aprovechando esa mejora de inteligencia desarrollado.

Para ello lograr la inteligencia gerencial, debe ir aunado a otros elementos que la integren, autores como Ribeiro (2008), o Belilty (2003), presentan algunas alternativas de desarrollo de inteligencia como la risa o lúdica, la alimentación sana con ayuda de complejos vitamínicos, buena respiración con el aporte de taichí o yoga que sería mayormente beneficioso, alguna sustancia farmacológica bajo prescripción médica y hasta un poco de soledad para reencontrarse a sí mismo.

Todo ello, tomando en cuenta que el cerebro era uno hace aproximadamente 4mil millones de años, luego en dos hemisferios, posteriormente fue dividido en tres partes, por los científicos estudiosos del tema de la neurociencia y hoy se habla de un cerebro en cuatro partes o total,



brindando procedimientos diversos para los individuos para el conocimiento de sí mismo según el Instituto Venezolano de Psicolingüística –IVEPSI- (2012). Por ello, entran en juego 3 caras del cerebro: el neocórtex o área cognitiva donde se conforman algunas de las inteligencias conocidas como mentales, la límbica integrada por las inteligencias emocionales y por último la reptiliana que conforma las inteligencias del comportamiento.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Es importante ante el reto educativo universitario una gestión impecable, innovadora y evolutiva, de alto desempeño en la gerencia, donde el individuo haga consciencia de que se tiene unos recursos invaluable desde el nacimiento como son las competencias, valencias y capacidades que solo deben desarrollarse a lo largo de la vida con constancia, estas capacidades que el cerebro posee deben adaptarse a través de la plasticidad neuronal, haciendo que el gerente crezca junto a su equipo de trabajo.

Una de las respuestas a todas las incógnitas presentadas en el desarrollo de la investigación es que la inteligencia gerencial no está separada de la neurogerencia ya que con la asunción de la herramienta se activan nuevos circuitos neuronales que ayuden a mejorar al Ser humano como individuo, como gerente, a las organizaciones y por ende a las universidades. Lo que la neurociencia ha descubierto con respecto al aprendizaje, se relaciona con la neurogerencia siendo en realidad la era de la ciencia de la mente. (Machado, Portella, y otros, 2008).

Con respecto al instrumento que apoya la gerencia y la selección ideal de un talento humano, el test TGV aporta una función fundamental del ser humano. Un buen gerente al asumir la neurogerencia accede a ésta herramienta que está asociada con la capacidad de lenguaje y con diversas funciones de la inteligencia (percepción visual, habilidad motora manual, memoria, conceptos temporales y espaciales y capacidad de organización o representación); con un procedimiento muy sencillo el test visomotor examina realizando la tarea gráfica con los modelos a la vista, suele utilizarse también como test proyectivo y evalúa diversos elementos del sistema orgánico.

Es por ello, que se insiste hoy en día en la inteligencia gerencial. ¿Una nueva inteligencia? Pues sí, no se puede tener velocidad sináptica en la mente aislada a la toma de decisiones oportuna y útil en una organización. Es el complemento de integralidad idóneo para el éxito organizacional en el sector educativo universitario, con innovación y creatividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, F. (2011). **La Gerencia del Siglo XXI. Gente con ideas.** www.consejeríaempresarial.com. Revisada el 17 de Junio 2011.
- Ansermet, F.; Magistretti, P. (2008). **A cada cual su cerebro. Plasticidad neuronal e inconsciente.** Kats discusiones. París. Francia.
- Beauport E, y Díaz A (2008). **Las tres caras de la mente. Orquesta tu energía con las múltiples inteligencias de tu cerebro triuno.** Editorial Galac.
- Belilty, M (2003). **Risoterapia.** Menahem Belilty Editor. Venezuela.



- Braidot, N. (2008). **Neuromagnagement. Neurociencias aplicadas a la conducción y gestión organizacional.** Doctorado en Ciencias de la gestión. Universidad Nacional de la Plata. Editorial Grainca. Argentina.
- Broitman (2012). **Qué es la inteligencia gerencial.** Ensayo de ponencia internacional publicada en el periódico El Clarín. Argentina.
- Demócrito, (1990). **El lugar de la inteligencia.** Universidad de Texas. Digitalizado en 2008. USA.
- Dispenza, J. (2007). **Desarrolle su cerebro.** Editorial Kier. Buenos Aires
- Drucker, P. (2013). **Managing for the future.** Drucker. Butterworth-Heinemann. NY. USA.
- Gadner, H. (2011). **La inteligencia reformulada.** Las inteligencias múltiples en el Siglo XXI. Paidós.
- Goleman (2012). **Inteligencia Social.** Editorial Kairós. España.
- Goleman, D. Boyatzis, R.; Mc Kee, A. (2005). **El líder resonante crea más.** Debolsillo.
- Goodwin, A. y Smith, D. (2013). **Hand Function and the Neocortex.** Springer Berlin Heidelberg.
- Instituto Venezolano de Psicolingüística (IVEPSI) (2012). **III Congreso de PNL.** Venezuela.
- Kotter, J. y Heskett, J. (2008). **Corporate culture and performance.** The free press. Nueva York. USA.
- MacLean, P.D. (1990). **The triune brain in evolution: Role in paleocerebral functions,** New York. Plenum Press.
- Machado, S., Portella, E, et al. (2008). **Aprendizaje y memoria implícita: mecanismos y neuroplasticidad.** Revista de neurología. Universidad de la Rioja. Vol. 46, No. 9. Págs. 543-549. España.
- Marina, J. (2010). **Inteligencia Ejecutiva.** Editorial ARIEL. CEDE Red. España.
- Mosquera, L (2014). **Inteligencia Gerencial.** Conferencia Internacional. Consultora para el desarrollo del talento humano. Ciudad del Saber. Panamá.
- Osho, (2010). **Inteligencia. La respuesta creativa al ahora.** Debolsillo clave. http://www.oshogulaab.com/OSHO/TEXTOS/INTELIGENCIA_RESPUESTA_CREATIVA1.html. Consulta:
- Piaget, J. (1980). **Adaptación vital y psicología de la inteligencia.** Siglo XXI de España Editores. España.
- Ribeiro, L. (2008). **Estimule la función Intuitiva.** Ediciones URANO SA.



Simonton, O. C.; Henson, R.; Hamptom, B. (2004). **Sanar es un viaje**. Medicinas complementarias. URANO. USA

Soto, M. (2013). **Psicocompetitividad, Neuroplasticidad, sustentabilidad: reto del Talento humano**. Jornadas internacionales de Gestión del Talento Humano. UNEFA Zulia. Venezuela.

Soto, M., Fernández de P. C. (2011). **Gerencia de Vida laboral. Psicocompetitividad del líder directivo**. Editorial Académica Española. España.

Sternberg, R. (2012). **Inteligencia exitosa**. Universidad de Yale. USA.

Torres, N. (2014). **Aplicación del test gestáltico visomotor**. Posgrado Psicolingüística de LUZ. IVEPSI. Venezuela.

Villalón, M. (2012). **Neuroplasticidad**. Revista Cambio 16. No. 2102. Pág. 70. Universidad de la Rioja. España.



ENEAGRAMA. UNA HERRAMIENTA EN LA GESTIÓN DEL FACTOR HUMANO

Paola Delgado

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

paoladelgado813@hotmail.com

RESUMEN

Los accidentes en el trabajo se han convertido en incidentes cotidianos en las empresas, esto debido a la inexperiencia, descuido, malas relaciones entre los compañeros, escasa educación o por cambios inesperados, que han generado bajas a nivel de producción, pérdidas de materia prima, descontento en los trabajadores hasta un mal clima dentro de la organización. La necesidad de buscar técnicas y herramientas que ayuden a la mejora de esas situaciones, ha sido el esfuerzo diario para las empresas. Se puede ver el ENEAGRAMA como una herramienta para mejorar esas situaciones, permite describir que tipo de personalidad que posee la persona. La finalidad de este artículo es dar a conocer los hallazgos del estudio realizado en analizar el Eneagrama como una herramienta gerencial. Se sustentó en las teorías de Carrión (2007), Graiño (2007) y Vargas (2008). Metodológicamente se calificó como descriptivo. La población estuvo conformada por las empresas manufactureras del municipio San Francisco del Estado Zulia. Dentro de los hallazgos se concluye que ésta herramienta contribuye a la gestión empresarial en la administración del talento humano en las organizaciones.

Palabras clave: Accidentes, Eneagrama, Personalidad.

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo las organizaciones han presentado diversos tipos de problemas, tanto con sus clientes externos como los internos. Este último es el que se puede considerar más importante, ya que al no tener satisfecho al cliente interno, que lo constituye el personal que labora en las organizaciones, ésta no tendría rendimiento y se irían al fracaso. Tomando como premisa lo antes dicho, se puede comenzar a buscar y analizar la manera de tener satisfechos al personal sin incidir en el ámbito económico.

Uno de los factores que influye directamente es un ambiente laboral poco adecuado con los compañeros, pudiendo generar pérdidas en la materia prima, generar conflictos entre el personal, hasta llegar a la baja de producción por la poca motivación e interés. Todos esos hechos han permitido que las empresas busquen vías de soluciones, aplicando métodos y herramientas que han sido usados a lo largo de los años, que aunque siguen surtiendo efecto, no está cubriendo las expectativas de lo que se desea alcanzar.

Estos cambios impulsados entre algunas causas por transiciones políticas, cambios culturales, nuevos lineamientos gerenciales, entre otros, modifican de alguna forma el estado anímico de los empleados; Venezuela no ha sido la excepción. El gran deterioro de su economía, con niveles de desempleo altos y las alzas en los indicadores de inflación, han conllevado a un índice muy grande de ofertas laborales que no se corresponde con la demanda natural y propia de las organizaciones, generando así, condiciones que afectan al colectivo dentro de las empresas.



Hoy en día en diversas organizaciones se pueden observar estas condiciones, la falta de educación, capacitación, inseguridad del personal, inestabilidad emocional y hasta el mismo ambiente laboral llegan a generar conflictos o problemas que se traducen en baja productividad, mal ambiente laboral, diferencias con el colectivo llegando a generar un caos y desorden dentro de la organización.

Sobre la base de lo anterior mencionado, cabe señalar el Eneagrama como una herramienta empresarial para gestionar esos conflictos y ayudar a crear un ambiente relacional dentro de la organización. Esta se constituye como un mapa del comportamiento humano, el cual apoya en identificar los tipos de personalidades que se dan en un grupo de personas que conviven en determinada organización, con la finalidad de obtener información sobre el puesto de trabajo adecuado a sus características personales, en el cual se puedan desempeñar, aprovechando sus fortalezas y brindándole a la organización resultados efectivos y eficaces.

A su vez, permite crear un adecuado clima laboral, permitiendo conocer cómo manejar las diferencias existentes entre el personal y las diversas confrontaciones que se pueden presentar; También aporta conocimientos para la gestión laboral, aumentando con ello la productividad y evitando pérdidas innecesarias producidas por el factor humano.

DESARROLLO TEÓRICO

ENEAGRAMA

El ENEAGRAMA se constituye como un mapa del comportamiento humano, el cual ayuda a conocernos como individuos, a saber quiénes somos realmente, hacia donde vamos o a dónde queremos ir. La palabra ENEAGRAMA es de origen griego y se compone de dos partes: *enea*, que significa “Nueve” y *grama*, “gráfica”; es decir, una Gráfica de nueve. Según Vargas (2008), El ENEAGRAMA es una herramienta usada en psicología y que nos ayuda a conocer y entender, de una manera clara, nuestro tipo de personalidad y el de la gente que nos rodea. Aunque esto no resulte fácil, ya que es necesario considerar ciertos aspectos, se puede decir que este enfoque ayudara no solo en el plano laboral, si no, en el día a día de cada individuo, en el transitar diario.

De acuerdo con Graiño (2007), el ENEAGRAMA “es un símbolo universal y sagrado. Es una herramienta para unir la personalidad a la esencia.” Si comenzamos con el proceso de autoconocimiento podemos conseguir respuestas a todas nuestras interrogantes y soluciones a los problemas o conflictos que se nos presenta en nuestra organización. El autor citado comenta que la figura representa una estrella de nueve puntas inscrita en un círculo y compuesta por tres elementos:

- El Círculo, considerado como la figura geométrica perfecta, que simboliza la totalidad, es decir, representa al ser humano como un único y perfecto.
- Un Triángulo Equilátero, que expresa las fuerzas superiores, la trinidad. Esta representa la Ley del Tres, la cual afirma que en todo suceso ocurre tres fuerzas denominadas, activas, pasivas y neutras.



- Y por último el Hexagrama, figura de seis lados, que simboliza al hombre. Se representa en la Ley de Siete, y se entiende que todo el ser humano debe pasar por siete procesos o etapas para llegar a hacer uno completo.

Donde cada punta representa una personalidad, lo cual permite que la interrelación sea dinámica y enriquecedora.

Por su lado Carrión (2007) menciona que es un modelo o técnica muy precisa para la identificación, estudio y análisis de los diferentes tipos de personalidad en el hombre. Permite determinar problemas y diferencias de las personalidades inherentes a cada uno de ellos y a sus correspondientes variantes y grados de deterioro.

ENEATIPOS DE PERSONALIDAD

Vargas (2008), plantea nueve tipos de personalidad de la siguiente manera:

- Personalidad “UNO”: “Son Perfeccionistas, éticos, ordenados, íntegros, meticulosos, estructurados, exigentes y moralistas. Su punto débil es la ira”. Las personas que se encuentran en este punto suelen ser muy meticulosas, buscan la perfección a toda costa.

- Personalidad “DOS”: “Son Serviciales, cálidos, generosos, amigables, complacientes, sentimentales, compasivos, manipuladores y dependientes. Su punto ciego es la soberbia”. A este tipo de personas tiene la necesidad de llamar la atención y ser reconocidos.

- Personalidad “TRES”: “Ejecutor, seguro, práctico, activo, competente, ambicioso, protagonista y vanidoso. El engaño es su punto débil.” Las personas ubicadas en este punto buscan ser aceptados debido a sus éxitos y triunfos, buscan mantener una imagen y creerse superiores a los demás.

- Personalidad “CUATRO”: “Son Creativos, hipersensibles, artistas, originales, emotivos, intuitivos, románticos, intenso y temperamentales. Su punto ciego es la envidia.” Los de este punto son personas románticas y muy sensibles, tanto hasta llegar el punto de dejar a un lado sus intereses por los intereses de los demás.

- Personalidad “CINCO”: “Observador, reservado, inteligente, curioso, independiente, frío y solitario. Su debilidad es la avaricia.” Los tipos cinco se visualizan como personas inteligentes, suelen creer que su mente es su valor más importante.

- Personalidad “SEIS”: “Leal, responsable, confiable, cauteloso, obediente, comprometido, escéptico, e indeciso. La debilidad que posee es el miedo.” Las personas de este vértice temen ser rechazados y para evitarlo buscan a toda costa la aceptación mediante ilusiones y mentiras.

- Personalidad “SIETE”: “Optimista, ingenioso, soñador, divertido, aventurero, hiperactivo, rebelde y superficial. Punto ciego gula.” Son personas muy positivas, les gusta ser amigables y estimulantes.

- Personalidad “OCHO”: “Protector, líder, asertivo, decidido, poderoso, impositivo, impulsivo y controlador. Su punto ciego es la lujuria.” Las personas de esta personalidad les gusta el control, buscan dominar más no ser dominados.



- Personalidad “NUEVE”: “Conciliador, tranquilo, adaptable, mediador, relajado, distraído, necio y conformista. Su debilidad es la pereza” Son personas tranquilas, buscan llevarse bien con todos evitando los conflictos y las diferencias.

Figura 1. El Eneagrama



Fuente: www.lailuminacion.com

Conforme a lo descrito anteriormente, podemos enfocarnos un poco más hacia dónde va dirigida nuestra personalidad, si tenemos una tendencia a ser perfeccionista, generosos, leales, entre otros; cada quien se auto evaluará y se inclinará hacia una punta del eneagrama.

Luego de realizar un análisis personal de acuerdo a los autores antes mencionados caben interrogantes como:

¿Qué tipo de personalidad tenemos?

¿Cuáles de ellas encaja en nuestro perfil según nuestra autoevaluación?

¿Podemos mejorar aspectos de nuestra vida y personalidad utilizando el eneagrama?

Estas son solo algunas de las interrogantes que pueden surgir a través del desarrollo del tema, al indagar en nuestros pensamientos y al darnos cuenta el tipo de personalidad que tenemos, existe la posibilidad de mejorar si se aplican algunas de las sugerencias planteadas por el eneagrama. Los aspectos más débiles de cada personalidad son objeto de autoanálisis ya que estos pueden ser el principio del fracaso en nuestra vida profesional, aunque muchos no opinan lo mismo, el desarrollo intelectual del individuo favorece a las empresas en las cuales realizan sus actividades profesionales.

ESTRUCTURA DEL ENEAGRAMA

Luego de definir lo que significa cada punta, comenzaremos orientarnos en el eneagrama; a cada punta le precede una flecha la cual le da sentido, cada personalidad se conecta una con la otra.



De acuerdo con Vargas (2008), debemos de partir por nuestra personalidad base, que no es más que nuestra conducta diaria, esto engloba, el cómo nos sentimos al levantarnos, si estoy feliz, tranquilo, en paz, etc., y al pasar del día podemos observar los cambios que pudiesen haberse generado como por ejemplo cuando nos sentimos presionados, con rabia, estresados. Con esta información podemos darnos cuenta que tan equilibrado o no, nos encontramos y después de tener identificados nuestra personalidad base, entraremos a conocer nuestro centro de Inteligencia.

LAS TRIADAS O CENTROS DE INTELIGENCIA

Al pasar a este punto ya estamos en la recta final de nuestro autoconocimiento. Vargas plantea los tres centros de inteligencia como:

- La cabeza o Inteligencia mental: Es la que se basa en los pensamientos, en las estrategias, en el raciocinio.
- Es el que nos plantea las ideas y nos lleva hacerlas lógicas; la inteligencia mental es la que nos lleva a estar por encima de los animales.
- El corazón o la inteligencia emocional: Basado en las emociones, los sentimientos.
- Sin ellos solo seriamos seres pensantes, fríos, aquí encontramos el amor, el dolor la conexión con uno y con el otro.
- El cuerpo o inteligencia instintiva: Engloba la fuerza, el autocontrol, los instintos.

Aquí podemos experimentar esa sensación de libertad, de plenitud y de bienestar.

Figura 2. Triadas del Eneagrama



Fuente: www.personarte.com

Todos estos elementos deben estar orientados al equilibrio, aunque en muy pocos casos esto se cumple, siempre las personas están más inclinadas hacia un lado de la triada.

El eneagrama enfoca los nueve elementos en cada uno de las triadas, colocándole características en común que nos permiten identificar los tipos de personalidades. En la 1era Triada (Inteligencia Mental), encontramos los tipos 5,6 y 7; en la 2da (Inteligencia emocional) tenemos los tipos 2,3,4 y por último la 3era triada (Inteligencia instintiva) que engloba los tipos 8,9 y 1. El propósito fundamental de este sistema es el de lograr un conocimiento que nos



permita salirnos de la espiral del sufrimiento y auto-engaño en que nos encontramos parcial o totalmente sumergidos.

Basándonos en lo anterior podemos comenzar hacer el análisis de nuestra persona y de los que nos rodean, detallando y buscando esa esencia de cada uno. Aprendiendo a observar cuidadosamente, cada paso, cada gesto para evitar actuar automático. Luego que aprendamos a conocernos y a entender nuestro entorno podemos sacar el mayor provecho a cualquier situación.

Como líderes, empresarios o empleados, nos brinda la capacidad de mirar más allá de lo que tenemos en frente, nos abre un camino de soluciones, es decir, cada individuo en nuestra organización representa una solución, una estrategia para enfrentar.

El crecimiento del individuo dependerá de única y exclusivamente del mismo, ya que nosotros como seres humanos aprendemos de los errores y los minimizamos, sino incurrimos en fallas no podremos mejorar y en muchas ocasiones la falta de capacitación o estudios genera inseguridad o una falsa autosuficiencia que solo creara problemas laborales. Una de las soluciones que plantea el Eneagrama es reforzar las cualidades de cada individuo para que se desempeñe en las actividades adecuadas, minimizando sus debilidades.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para exponer los hallazgos, fue descriptiva y estuvo orientada a recolectar información, planteándola tal como se presentó al momento de su recolección. En el caso de la presente investigación realizada por la Ing. Paola Delgado, sirvió para el desarrollo del presente artículo, los datos fueron suministrados directamente por los empleados y obreros de empresas manufactureras del municipio San Francisco del Estado Zulia. La población estuvo enmarcada en 12 empresas manufactureras, con una muestra intencional comprendida por quince (15) empleados del área administrativa y Ciento cinco (105) obreros.

RESULTADOS Y REFLEXIONES FINALES

Los resultados del perfil del Eneagrama de los sujetos estudiados, específicamente la dimensión tipos de personalidad o eneatis, los cuales llevan por nombre Perfeccionista, Servicial, Ambicioso, Emocional, Observador, Confiable, Optimista, Impulsivo y Tranquilo, son los siguientes:

Tabla 1
Eneatis Uno - Perfeccionista

Frecuencias ENEATIPO_UNO				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
PERFECCIONISTA	Totalmente en desacuerdo	26	7,9%	23,6%
	En desacuerdo	55	16,7%	50,0%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	75	22,7%	68,2%
	De Acuerdo	128	38,8%	116,4%
	Totalmente de Acuerdo	46	13,9%	41,8%
Total		330	100,0%	300,0%

ª. Agrupación

Fuente: elaboración propia



En la tabla 1 se puede observar que la muestra encuestada manifestó en un 13,9% estar totalmente de acuerdo en describirse como Perfeccionista; mientras que un 38,8% mencionaron estar de acuerdo; un 22,7% contestaron que ni estaban en desacuerdo ni en de acuerdo a actuar como perfeccionista; un 16,7% estaban en desacuerdo y un 7,9% respondieron que estaban en total desacuerdo.

Tabla 2
Eneatipo Dos - Servicial

Frecuencias ENEATIPO_DOS				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
SERVICIAL	Totalmente en desacuerdo	108	32,7%	98,2%
	En desacuerdo	134	40,6%	121,8%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	71	21,5%	64,5%
	De Acuerdo	17	5,2%	15,5%
Total		330	100,0%	300,0%
a. Agrupación				

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la tabla 2, se evidenció que un 40,6% de los encuestados estuvieron en desacuerdo en catalogarse como serviciales, siguiendo con un 32,7% que dijeron estar totalmente en desacuerdo, un 21,5% que no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 5.2% estuvieron de acuerdo en ser serviciales.

Tomando en consideración lo expuesto, se puede decir, que el perfil eneagramatico de las personas entrevistadas en las empresas manufactureras, es variado. Las personalidades dominantes se conformaron en Triadas, o grupos de Tres, compartiendo cada una hábitos emocionales y diversos puntos de vistas generales.

Tabla 3
Eneatipo Tres – Ambicioso

Frecuencias ENEATIPO_TRES				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
AMBICIOSO	Totalmente en desacuerdo	76	23,0%	69,1%
	En desacuerdo	105	31,8%	95,5%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	52	15,8%	47,3%
	De Acuerdo	75	22,7%	68,2%
	Totalmente de Acuerdo	22	6,7%	20,0%
Total		330	100,0%	300,0%
a. Agrupación				

Fuente: elaboración propia

Respecto al eneatipo tres, el 6,7% de la población encuestada estuvo totalmente de acuerdo en ser ambiciosos, continuando con un 22,7%, que afirmaron estar de acuerdo; un 15,8% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo; la mayoría estuvo en desacuerdo con un 31,8% y 23,0% decidió estar en total desacuerdo en ser ambiciosos.



Tabla 4
Eneatipo Cuatro – Emocional

Frecuencias ENEATIPO_CUATRO				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
EMOCIONAL	Totalmente en desacuerdo	40	12,1%	36,4%
	En desacuerdo	94	28,5%	85,5%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	56	17,0%	50,9%
	De Acuerdo	93	28,2%	84,5%
	Totalmente de Acuerdo	47	14,2%	42,7%
Total		330	100,0%	300,0%
a. Agrupación				

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con las frecuencias reflejadas por los entrevistados, el 28,5% estuvieron en desacuerdo en catalogarse como emocionales, siguiendo con un 28,2% de la población que dijo estar de acuerdo en considerarse emocionales; un 17,0% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo, el 14,2% dijo estar totalmente de acuerdo y un 12,1% estuvieron en total desacuerdo.

Tabla 5
Eneatipo Cinco – Observador

Frecuencias ENEATIPO_CINCO				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
OBSERVADOR	Totalmente en desacuerdo	27	8,2%	24,5%
	En desacuerdo	96	29,1%	87,3%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	58	17,6%	52,7%
	De Acuerdo	108	32,7%	98,2%
	Totalmente de Acuerdo	41	12,4%	37,3%
Total		330	100,0%	300,0%
a. Agrupación				

Fuente: elaboración propia

En los porcentajes se pudo evidenciar que un 32,7% estuvo de acuerdo en considerarse observadores, siguiendo el 29,1% los cuales dijeron estar en desacuerdo con este eneatispo, un 17,6% que estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo, continuando con un 12,4% dijo estar totalmente de acuerdo y por ultimo una minoría de 8,2% afirmo estar totalmente en desacuerdo con el eneatispo cinco.



Tabla 6
Eneatipo Seis – Confiable

Frecuencias ENEATIPO_SEIS				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
CONFIABLE	Totalmente en desacuerdo	106	32,1%	96,4%
	En desacuerdo	155	47,0%	140,9%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	56	17,0%	50,9%
	De Acuerdo	13	3,9%	11,8%
Total		330	100,0%	300,0%

a. Agrupación

Fuente: elaboración propia

Con referencia a la tabla 6, la mayoría del personal encuestado, se pudieron catalogar en desacuerdo en un 47,0% en ser confiables, para 32,1% de la muestra estuvieron totalmente en desacuerdo, otro 17,0% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo y una minoría de 3,9% estuvieron de acuerdo en definirse confiables.

Tabla 7
Eneatipo Siete – Optimista

Frecuencias ENEATIPO_SIETE				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
OPTIMISTA	Totalmente en desacuerdo	50	15,2%	45,5%
	En desacuerdo	83	25,2%	75,5%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	64	19,4%	58,2%
	De Acuerdo	113	34,2%	102,7%
	Totalmente de Acuerdo	20	6,1%	18,2%
Total		330	100,0%	300,0%

a. Agrupación

Fuente: elaboración propia

Para el eneatispo siete, se evidenció que el 6,1% de la muestra estuvo totalmente de acuerdo es ser considerados optimistas, el 34,2% dijo estar de acuerdos, un 19,4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, siguiendo con 25,2% que estaban en desacuerdo y por último el 15,2% se consideró en totalmente en desacuerdo.



Tabla 8
Eneatipo Ocho – Impulsivo

Frecuencias ENEATIPO_OCHO				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
IMPULSIVO	Totalmente en desacuerdo	28	8,5%	25,5%
	En desacuerdo	83	25,2%	75,5%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	81	24,5%	73,6%
	De Acuerdo	113	34,2%	102,7%
	Totalmente de Acuerdo	25	7,6%	22,7%
Total		330	100,0%	300,0%
a. Agrupación				

Fuente: elaboración propia

Refiere la tabla 8 las opiniones en porcentajes brindadas por el personal encuestado, en donde el 34,2% estuvo de acuerdo en ser impulsivos, un 24,5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 25,2% se declaró en desacuerdo, un 8,5% estuvo en total desacuerdo y el 7,6% opino estar totalmente de acuerdo en ser impulsivos.

Tabla 9
Eneatipo Nueve – Tranquilos

Frecuencias ENEATIPO_NUEVE				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
TRANQUILO	Totalmente en desacuerdo	46	13,9%	41,8%
	En desacuerdo	128	38,8%	116,4%
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	71	21,5%	64,5%
	De Acuerdo	59	17,9%	53,6%
	Totalmente de Acuerdo	26	7,9%	23,6%
Total		330	100,0%	300,0%
a. Agrupación				

Fuente: elaboración propia

En la tabla 9 se puede observar que la muestra encuestada manifestó en un 7,9% estar totalmente de acuerdo en describirse como tranquilos; mientras que un 17,9% mencionaron estar de acuerdo; un 21,5% contestaron que ni estaban en desacuerdo ni en de acuerdo a actuar tranquilos; un 38,8% estaban en desacuerdo y un 13,9% respondieron que estaban en total desacuerdo.

A modo de conclusión, se puede decir que el eneagrama se plantea como una opción al utilizarse como herramienta, ya que sería de ayuda a la hora de realizar las entrevistas de selección, para cambiar o ascender a los empleados o sencillamente como una evaluación periódica, que ayudara a identificar los momentos críticos en las personalidades, insatisfacciones, etc.

Para los entrevistados, la mayoría estuvo situada en la triada del sentimiento (2, 3 y 4), tal como lo muestra la figura 12; Por otro lado, se ubicó un entrevistado en la triada del pensamiento (5, 6 y 7) y por último otro en la triada del instinto (8, 9 y 1). Los entrevistados



ubicados en la triada del sentimiento, se describieron como personas emocionales, que tienen la necesidad de sentirse queridos y admirados por las personas que los rodean y esto los lleva a ser generosos y serviciales, a su vez tienden a ser ambiciosos a la hora de conseguir lo que se proponen.

Por otro lado están los de la triada del pensamiento, estas personas tienden a ser observadoras, optimistas y muy desconfiadas. Son personas inseguras que al tratar de agradar, olvidan sus propios intereses por darle prioridad a los de los demás, diciendo “Sí”, aunque por dentro su respuesta sea “No”.

También cabe destacar que mientras las personas desarrollan una actividad que les gusta, la misma siempre estará bien ejecutada, por consiguiente el conocer la personalidad del individuo para ubicarlo dentro del área más adecuada se traducirá en productividad, el slogan “ un personal feliz es un personal productivo” es considerado como uno de los pilares descritos por el eneagrama.

Para las empresas estudiadas es muy importante su productividad y por tal razón aplicar un enfoque vanguardista innovador en su estructura empresarial como el descrito anteriormente solo producirá beneficios para todos y ayudará a minimizar la accidentabilidad laboral. El crecimiento que se genere dentro de la organización permitirá brindar estabilidad laboral, seguridad emocional y beneficios económicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Carrión, S (2007.) **Eneagrama y PNL. El despertar de la esencia.** Gaia Ediciones 2000

Graño, C. 2007. **ENEAGRAMA: Un camino hacia la Luz.** 1er Edición, 3er reimpresión. Editorial KIER.

Vargas, Andrea; 2008. **EL ENEAGRAMA.** Edición Santillana Ediciones Generales, S.A.



ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO EN LAS EMPRESAS PRIVADAS DEL SECTOR COMERCIAL

Milangela Romero

Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt" - Venezuela
milangelaromero@gmail.com

Luis Beloso

Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt" - Venezuela
luis_belloso@hotmail.com

Albis Oldenburg

Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt" - Venezuela
albisoldenburg@yahoo.es

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue examinar las estrategias de financiamiento para el manejo de pasivos circulantes en las empresas del sector comercial del municipio Miranda. Los postulados teóricos que sustentaron esta investigación fueron los emitidos, entre otros autores, por Block y otros (2005), Gitman (2007), Hernández y otros (2003), Moyer y otros (2005), Brealey y otros (2007), Perdomo (2000) y Van Horne y Wachowicz (2002). La investigación fue de tipo descriptivo – no experimental – transaccional de campo. La población estuvo conformada por cuarenta y seis (46) Gerentes y/o Administradores de las empresas privadas que prestan sus servicios para la alcaldía del municipio Miranda estado Zulia. La técnica de recolección de datos se realizó a través de un cuestionario conformado por treinta (30) ítems de escala tipo Likert, utilizando la técnica de juicio de experto y aplicando el cálculo de coeficiente de confiabilidad Alfa-Cronbach de 0.91. Los resultados demostraron que éstas no asumen las fuentes de financiamiento del mercado tanto las internas como las externas dado los tramites y la documentación requerida para optar a los mismos, se pudo detectar que sus accionistas prefieren utilizar otras alternativas que le generan menos utilidad pero donde el otorgamiento del capital es entregado de forma inmediata y sin excesos de documentos. Finalmente se recomendó realizar talleres, programas de capacitación y solicitar servicios de asesorías sobre políticas económicas al personal del área administrativa y financiera, incluyendo los accionistas con el propósito de generar cultura financiera para la toma de decisiones.

Palabras clave: Estrategias, Pasivos Circulantes, Empresas Comerciales.

INTRODUCCIÓN

El dinamismo experimentado en el orden económico mundial ante el proceso de globalización, ha propiciado cambios en las organizaciones que tienen por finalidad el mejor uso de sus recursos y factor humano, para lo cual han realizado grandes esfuerzos orientados a evaluar la calidad, productividad y rentabilidad de sus negocios, para alcanzar niveles óptimos en sus procesos productivos y lograr el liderazgo en el mercado creciente.

En este sentido, las organizaciones se encuentran continuamente en la búsqueda del mejoramiento de los procesos para optimizar el uso de sus recursos humanos, materiales,



tecnológicos, financieros y de tiempo, que incidan notablemente en la funcionalidad operativa, la calidad de los productos y servicios, considerándose valioso e imprescindible el conocimiento específico y real de las actividades que deban realizarse en cada uno de los niveles de la organización, así como la cuantificación de tales recursos en un horizonte de tiempo determinado.

En las últimas décadas se ha observado el rápido crecimiento de las empresas desafiando la ingenuidad de los administradores financieros para proporcionar un financiamiento adecuado. Incluso, las ventas que se expanden rápidamente pueden ocasionar una presión intensa en las acumulaciones de inventarios y de las cuentas por cobrar, con lo que se agotan los recursos de la empresa. De igual manera, puede existir el exceso de flujo de efectivo, sin que haya una óptima utilización del mismo.

En este orden de ideas, la administración de capital de trabajo implica el financiamiento y el control de los activos circulantes de la empresa, es decir, una parte del incremento en los activos circulantes puede financiarse a través de las utilidades retenidas en la empresa, pero en la mayoría de los casos los fondos internos no proporcionan suficiente financiamiento o sea que se deben obtener algunas fuentes externas de fondos. Por ejemplo, estos fondos pueden provenir de la venta de acciones comunes, preferentes, de bonos a largo plazo, de valores a corto plazo, de préstamos bancarios o de una combinación de fuentes de fondos a corto plazo.

Es importante señalar que a los gerentes debe preocupar sustancialmente, el manejo de los recursos de factible inversión o comprometidos en activos fijos, no por ello puede desconocerse que en algunas empresas se asignan pequeños fondos a la inversión que conforman el capital de trabajo bruto correspondiente a cuentas por cobrar, inventario, inversiones temporales, caja y bancos.

Bajo el mismo enfoque, Perdomo (2000) destaca que al gerencial el capital de trabajo intervienen cursos de acción que definen los pasos a implementar para lograr los objetivos establecidos para el activo circulante y el pasivo a corto plazo, es decir, se definen acciones para tomar decisiones, denominadas estrategias financieras explicadas de manera detallada en las bases teóricas de este proyecto.

De igual manera, las organizaciones privadas del sector comercial en el municipio Miranda presentan una escasa utilización de las fuentes de financiamiento a causa de pensamientos errados y además cultura organizacional equivocada por parte del personal directivo, todo esto trae como consecuencia, una mala utilización de los recursos disponibles. Se recomienda optimizar los flujos excesivos de liquidez de manera eficiente y emplear de manera adecuada las fuentes de financiamiento internas y externas.

Asimismo, se evidencia que las empresas objeto de estudio presentan un excesivo flujo de efectivo en banco, debido a la desconfianza y a la desmotivación con respecto a factores económicos, políticos y sociales del país, generando como consecuencias desventajas a favor de la competencia, además de una administración inadecuada.

Todo lo antes señalado requiere invertir el exceso de liquidez, en la apertura de sucursales, compra de equipos tecnológicos, instalación o renovación de los sistemas contables y administrativos o adquisición de un depósito para la organización del inventario.



EL CAMPO DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Principalmente, Block y otros (2005), señalan que la gerencia financiera está estrechamente relacionada con la economía y la contabilidad, la primera aporta a esta carrera conocimientos necesarios para la toma de decisiones en áreas como el análisis de riesgos, teoría de precios a través de las relaciones de oferta y demanda, análisis corporativo de retorno y otras áreas de gran relevancia.

Igualmente, Ochoa (2002), señala, la gerencia financiera es una rama de la administración relacionada con las finanzas corporativas, que analiza la situación financiera (relacionada con el ciclo operativo) y económica (relacionada con el ciclo económico) de una empresa e incluso genera decisiones que la afectan.

De la misma manera, es un factor importante para lograr la administración del capital de la inversión tanto en activos reales, como financieros, a corto y largo plazo, el financiamiento u obtención de fondos necesarios para adquirir los activos, representado tanto por pasivos a corto y largo plazo como por instrumentos de capital, además de proporcionar la planificación necesaria para lograr la posición financiera y económica deseada, mediante el logro de los objetivos de la organización, los cuales son el camino para la consecución del fin último de los propietarios de la empresa, es decir, la maximización de la riqueza de los accionistas.

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es definido por Gitman (1996), como la diferencia entre los activos circulantes de la empresa y sus pasivos circulantes, o de otro modo, es la porción de los activos circulantes de la empresa financiada con fondos a largo plazo

ESTRATEGIAS DE CAPITAL DE TRABAJO

Inicialmente, Perdomo (2000) señala que son cursos de acción que definen los pasos a implementar para lograr los objetivos establecidos para el activo circulante y el pasivo a corto plazo de una empresa, estos cursos de acción delimitan los pasos a realizar para tomar decisiones acertadas y lograr los objetivos propuestos para la porción de activos circulantes de la empresa que se financian con fondos a largo plazo.

Fórmula:

Capital de trabajo es igual a activo circulante menos pasivos circulantes

$$CT = AC - PC$$

En tal sentido, Moyer y otros (2005), explican, tiene que ver con la planificación de actividades que permiten la toma de decisiones acerca de los activos y pasivos circulantes de una compañía, su composición, uso y particularmente su combinación influye en las características de riesgo y rendimiento de la compañía. Así mismo son cruciales para el crecimiento y la supervivencia a largo plazo de una compañía.

Finalmente, es importante destacar que ambos autores coinciden en su opinión al decir, las estrategias antes mencionadas involucran en su mayoría, aspectos en cuanto a toma de decisiones para la adquisición de activos y pasivos corrientes, elementos fundamentales en



todas las unidades económicas, sin embargo, la segunda opinión es apoyada y considerada más relevante ya que plantea de manera clara y precisa sus ideas, el cual facilita la mejor interpretación de los conceptos.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Según Grinblatt y Titman (2003), las empresas pueden obtener fondos de diferentes fuentes y a través de una gran variedad de instrumentos financieros. El tamaño de las empresas es determinante en las decisiones de financiamiento, ya que las grandes empresas tienen acceso a ciertas fuentes de financiamiento que no pueden ser utilizadas por las empresas pequeñas, por ejemplo la emisión de bonos o acciones en el mercado de capitales.

Al respecto Perdomo (2000), refiere que las fuentes de financiamiento como parte de la administración financiera de capital de trabajo tienen por objeto coordinar los componentes de una empresa para aumentar su capital y reducir el peligro de un conflicto de pagos a corto plazo, por razón del manejo óptimo de recursos obtenidos de fuentes internas y externas por créditos dispuestos para ser liquidados en el tiempo de un año.

No obstante, Van Horne y Wachowicz (2002) la denominaron la ley del más fuerte en el financiamiento, prefiriendo el financiamiento interno de las oportunidades de inversión, en parte porque evita el escrutinio externo de los proveedores de capital, no hay costos de flotación asociados con el uso de las utilidades retenidas y se fija una razón de dividendos/pago, que es el objetivo de acuerdo con las oportunidades de inversión de largo plazo.

Finalmente, Moyer y otros (2005), señalan que las fuentes de financiamiento se clasifican estén o no garantizadas por activos fijos específicos de la empresa emisor. Básicamente se resumen de la siguiente manera:

FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNAS

Según Brealey y otros (2007), en el financiamiento interno los fondos son generados por la explotación menos los dividendos pagados en efectivo a los accionistas; se calculan añadiendo la amortización del activo a las utilidades retenidas, pues la amortización es un gasto que no implica salida de recursos y por lo que los beneficios retenidos terminan subestimando el flujo de fondos disponibles para reinversión, entonces en este tipo de financiamiento se encuentran las utilidades retenidas como una fuente de capital adicional invertida por los accionistas.

Al respecto, para Block y otros (2005), los fondos generados internamente o el financiamiento interno están representados por las utilidades retenidas y el flujo de caja que se integra de la depreciación. En cuanto al financiamiento externo se obtienen fondos mediante la emisión de bonos, acciones comunes y preferentes, préstamos bancarios, papeles comerciales, entre otros.

Es por ello, que señala que las fuentes de financiamiento interno son los recursos obtenidos de la propia empresa.

a) Fondos obtenidos a través de los flujos de efectivo

En principio, indican que el proceso de estimación de los flujos de efectivo incrementales asociados con un determinado proyecto es una parte importante del proceso de presupuesto de



capital, a su vez, éstos, se relacionan primordialmente con los flujos de efectivo netos (de operación) de un proyecto en particular, o el cambio ocurrido en las entradas de efectivo menos el cambio ocurrido en las salidas de efectivo.

Además, dentro del flujo de efectivo neto después de impuestos también se consideran los cambios ocurridos en la inversión en capital de trabajo neto de una compañía. Por ejemplo si una empresa incrementa sus cuentas por cobrar en un determinado año sin incrementar sus pasivos circulantes como resultado de la adopción de un proyecto específico, el flujo de efectivo neto después de impuestos correspondiente a ese año disminuirá, si se mantienen constantes otros factores.

En tal sentido, Opazo y Pesce (1999), señalan que las utilidades de flujo de efectivo ayudan a:

- Evaluar la capacidad de una empresa para generar flujos de efectivo netos positivos.
- Evaluar la capacidad para cumplir con las obligaciones contraídas y repartir utilidades de efectivo.
- Facilitar la determinación de las necesidades de financiamiento externo.
- Conocer los efectos que producen, en la posición financiera de la empresa, las actividades de financiamiento e inversión que involucran efectivo y las que no.
- Finalmente, permiten el control presupuestario de los pronósticos de caja en relación a los flujos que efectivamente se generaron en el período.

b) Financiamiento por medio de las utilidades retenidas

Es importante señalar que según Block y otros (2005), las utilidades de la empresa pueden ser pagadas a los accionistas comunes en forma de dividendos o pueden ser reinvertidas en la empresa, cuando son retenidas para reinvertirlas, son una fuente de capital suministrada por los accionistas comunes. Por lo tanto, las utilidades retenidas son parte del capital propio y representan tanto una fuente de financiamiento interno como una de capital. Están compuestos por las utilidades pasadas y presentes menos los dividendos previamente distribuidos y son propiedad de los accionistas comunes.

Por otra parte, entre las ventajas de utilizar como fuente de financiamiento las utilidades retenidas o no distribuidas y los demás fondos generados internamente como los aportes de los accionistas y el capital social existente, está por ejemplo el evitar el costo de una nueva emisión de títulos.

Las empresas se enfrentan frecuentemente a la decisión de qué hacer con su flujo de caja, pues tienen diversas posibilidades, como favorecer el crecimiento de la empresa invirtiendo en equipos o inventario, pagar dividendos a los accionistas, cancelar las deudas o recomprar acciones comunes de la empresa en el mercado bursátil. Del análisis de estas alternativas se derivan las decisiones referentes a la política de dividendos y la retención de utilidades.



FUENTES DE FINANCIAMIENTO EXTERNAS

Al respecto Ochoa (2002), define los fondos externos como aquellos que son proporcionados por personas, instituciones u otras personas externas a la empresa; mientras que los fondos internos o propios son aquellos proporcionados por la empresa, es decir, las inversiones de los accionistas, sus aportaciones de capital y la reinversión de utilidades.

En este mismo orden de ideas, Perdomo (2000), explica que las fuentes de financiamiento externas son los recursos obtenidos de terceros con y sin garantía del crédito.

a) Emisión de Bonos

Para Macías (2007), los bonos son instrumentos escritos en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una futura fecha determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas.

El derecho de emitir bonos se deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las empresas, es decir, el tenedor de un bono es un acreedor; un accionista es un propietario. Debido a que la mayor parte de los bonos tienen que estar respaldados por activos fijos tangibles de la empresa emisora, el propietario de un bono posiblemente goce de mayor protección a su inversión, el tipo de interés que se paga sobre los bonos es, por lo general, inferior a la tasa de dividendos recibidos por las acciones de una empresa.

Además, pueden ser con garantía o sin ella, incluir condiciones especiales para su retiro anticipado y ser convertibles a acciones comunes. No tienen que ser conservados hasta su vencimiento, ya que pueden ser negociados en los mercados de valores. A diferencia de los compradores de acciones que pasan a ser dueños de la empresa, los tenedores de bonos son acreedores o prestamistas de ellos.

Es importante subrayar, las cotizaciones de bonos en la bolsa de valores indican una serie de características que nos permiten conocer una serie de información cuyo significado es que la emisión de bonos es convertible a acciones comunes en ciertas condiciones, la cual indica que se trata de un bono cupón cero, es decir que no paga intereses.

b) Acciones Preferentes

Inicialmente, Gitman (1996) refiere que son una forma especial de propiedad que posee características tanto de una obligación como de una acción común. En tal sentido Block y otros (2005), las definen como un título valor híbrido que combina características de la deuda y de las acciones comunes. Legalmente, son un título de capital propio, pese a que ofrece un dividendo fijo como si fuese deuda.

Según Moyer y otros (2005), ocupan una posición intermedia entre la deuda a largo plazo y las acciones comunes, estas, al igual que las acciones preferentes son parte de la participación de los accionistas, se considera un valor de renta fija, aunque los tenedores de acciones preferentes reciben dividendos en lugar de pagos de intereses.

Por ejemplo, si las utilidades de una empresa en un año determinado son insuficientes para pagar dividendos sobre las acciones preferentes, no se permitirá a la empresa pagar dividendos



sobre las acciones comunes, en el caso de una quiebra, los derechos sobre los activos de una empresa por parte de los tenedores de acciones preferentes están subordinados a los acreedores, pero tienen prioridad sobre los tenedores de acciones comunes.

c) Acciones Comunes

Según Gitman (1996), son unidades de participación en la propiedad, o instrumentos de capital contable, en una sociedad anónima. Además, los accionistas comunes esperan obtener un rendimiento recibiendo dividendos (distribuciones periódicas de las utilidades) u obtener ganancias a través de incrementos en el precio de las acciones.

En este mismo orden de ideas, Moyer y otros (2005), señalan que a diferencia de las acciones preferentes, que, por lo general, son valores de renta fija, las acciones comunes son un valor de renta variable; se dice que los tenedores de acciones comunes participan en las utilidades de las empresas porque pueden recibir un dividendo mayor si en el futuro se elevan tales utilidades, o bien, puede eliminarse el dividendo si caen.

También, las acciones comunes difieren de las acciones preferentes en el sentido de que su precio de mercado tiende a fluctuar más que el precio de los bonos y las acciones preferentes, lo que hace que los rendimientos sobre las inversiones en acciones comunes oscilen más ampliamente en el tiempo.

METODOLOGÍA

La investigación se calificó de tipo descriptiva – no experimental – transaccional, en la búsqueda de conocimientos con fines de analizar cómo se manifiestan determinados fenómenos. En tal sentido, Hernández y otros (2003), señalan que los estudios descriptivos miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes. Asimismo opinan que los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores con que se manifiestan una o más variables. El procedimiento consiste en medir un grupo de personas u objetos y proporcionar sus descripciones comparativas entre grupos o subgrupos de personas, objeto o indicadores.

Este estudio se enmarcó bajo el perfil de un diseño no experimental, sin manipular la variable, es decir, se observa el fenómeno tal y como se encuentra en su contexto natural, para después analizarlo. Es transaccional de acuerdo con Hernández y otros (2003), “tiene como objetivo indagar la incidencia y valores en lo cual se manifiesta una o más variables. El procedimiento consiste en medir en un grupo de personas u objetos una o más variables y proporcionar su descripción”.

La población objeto de estudio estuvo constituida por todas las empresas privadas del sector comercial dedicadas a la venta de artículos para el hogar y uso personal, en el municipio Miranda. En el caso de la presente investigación, la población quedó conformada por los Gerentes/Administradores de cuarenta y seis (46) empresas privadas del sector comercial del municipio Miranda.

Cabe destacar que la información procesada dependió de cada una de las respuestas de las interrogantes planteadas, es por ello, que se utilizó el análisis cuantitativo que a juicio de Hernández y Otros (2003), comprende la observación de los datos numéricos derivados de la



exploración para determinar las conclusiones necesarias, todo esto incluye tabulación, organización y tratamiento de la información.

Inicialmente, se describieron los datos, valores o puntuaciones obtenidas, para luego procesar la información utilizando el programa de Microsoft Excel, en el cual se utilizaron dos (02) hojas de cálculos: en la primera, se hizo la codificación de las distintas opciones de respuestas y en la segunda se vació la información a través de los códigos asignados previamente, para finalmente aplicar un análisis de los datos con el programa SPSS donde se obtuvo el valor de la desviación estándar de los ítems pares e impares.

Tabla 1. Estrategias de Financiamiento

Categoría de Respuestas	Nunca		Casi Nunca		Casi Siempre		Siempre		Promedio Ponderado	Categoría
	1		2		3		4			
	Fa.	%	Fa.	%	Fa.	%	Fa.	%		
Financiamiento interno	2	4,35	19	41,30	25	54,35	0	0,00	2,50	Mod. Deficiente
Financiamiento externo	4	8,70	23	50,00	18	39,13	1	2,17	2,35	Mod. Deficiente
TOTAL	6	6,52	42	45,65	43	46,74	1	1,09	2,42	Mod. Deficiente

Fuente: elaboración propia

Los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento diseñado para conocer el comportamiento de la variable por medio de su dimensión, el cual resulto Moderadamente Deficiente, reflejo una puntuación alcanzada por el Promedio Ponderado ($X = 2,42$), donde en las fuentes de financiamiento internas con un promedio ponderado de ($X = 2,50$) se divisó que este tipo de empresas no practican el uso más adecuado del capital a través de los flujos de efectivo, así como también el de financiamiento por medio de utilidades retenidas .

En este sentido las fuentes de financiamiento externas reflejo una promedio ponderado de ($X = 2,35$) moderadamente deficiente; esta información refleja que para la obtención de financiamiento no toman la emisión de bonos para obtener liquidez a largo plazo debido a que las instituciones bancarias no ofrecen esta herramienta financiera, igualmente no toman en cuenta la venta de acciones comunes, así como tampoco realizan ventas de acciones preferentes.

CONCLUSIONES

Para dar respuesta al objetivo examinar las estrategias de financiamiento del capital de trabajo de las empresas privadas del sector comercial del municipio Miranda; los resultados demostraron que los empresarios de las empresas en estudio consideran poco importantes recurrir a las fuentes de financiamiento del mercado tanto las internas como las externas dado los tramites y la documentación requerida para optar a los mismos, también se pudo detectar que sus accionistas prefieren utilizar otras alternativas que le generan menos utilidad pero



donde el otorgamiento del capital es entregado de forma inmediata y sin excesos de documentos.

Tal determinación obedece a las limitaciones encontradas en la gestión que desempeñan estas empresas del sector comercial ubicadas en el municipio Miranda del estado Zulia en materia del manejo de flujo de caja, utilidades retenidas, la emisión de bonos y las acciones comunes para la obtención de efectivo que permitan mejorar el desenvolvimiento de las mismas al momento de realizar sus operaciones comerciales. Comprobándose de esta manera el desconocimiento sobre esta materia por parte de los accionistas de este tipo de empresas al poner en práctica estrategias de financiamiento tanto internas como externas del capital de trabajo.

Es importante mencionar que la mayoría de los accionistas de estas empresas son personas que no tienen una carrera universitaria, y que los conocimientos que tienen para manejar estas empresas se basan en la experiencia empírica que han venido heredando de sus ancestros. De allí que, para ellos se hace difícil y poco entendible la aplicación de este tipo de estrategias y se pudo detectar resistencia al cambio en materia financiera. Son personas acostumbradas a mecanismos rutinarios para adquirir efectivo o capital para sus empresas como préstamos a terceras personas, venta o alquiler de sus activos, y hasta empeños de sus activos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Block, S.; Hirt, G. y Mont, J. (2005) **Administración Financiera**. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Brealey, R.; Myers, S. C.; Myers, S. y Marcus, A. (2007) **Fundamentos de Finanzas Corporativas**. Boston. Editorial Mc Graw Hill
- Gitman, L (2007). **Principios de Administración Financiera**. México: Editorial Addison Wesley.
- Grinblatt, M. y Titman, S. (2003) **Mercados Financieros y Estrategias empresarial**. México. Editorial McGraw – Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). **Metodología de la Investigación**. Editorial Mc Graw-Hill. 4ta. Edición. México.
- Macías, S. (2007). **Administración Financiera**. Colombia. Editorial Trillas.
- Moyer, Ch.; McGuigan, J. y Kretlow, W. (2005). **Administración Financiera Contemporánea**. México: Editorial Thompson.
- Ochoa, G. (2002). **Administración Financiera**. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Opazo, J. y Pesce, J. (1999). **Estado de Flujo de Efectivo Bases para su preparación y Utilización**. Chile. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana.
- Perdomo, A. (2000). **Análisis e Interpretación de Estados Financieros**. México D.F. Editorial Thomson
- Van Horne, J; y Wachowicz, J. (2002). **Fundamentos de administración financiera**. México. Editorial Pearson Educación.



GESTIÓN DE CRÉDITO DE LAS PYMES DEL MUNICIPIO MIRANDA DEL ESTADO ZULIA

Albis Oldenburg

Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt" - Venezuela
albisoldenburg@yahoo.es

María Paz

Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt" - Venezuela
maribellas26@hotmail.com

Carlos Loaiza

Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt" - Venezuela
cilaz@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo fundamental de la investigación fue conocer la gestión de crédito implementada por las pequeñas y medianas empresas del municipio Miranda del estado Zulia. Los postulados teóricos que sustentaron esta investigación fueron emitidos, entre otros autores, por Block y Hirt (2003), Gitman (2003), Besley y Brigham (2003), Hernández y otros (2003), Méndez (2006), Weston (2006). La investigación es de tipo descriptivo y de campo. El diseño de estudio es no experimental y transeccional. La muestra estuvo representada por veintiséis (26) empresas, utilizándose como técnica de recolección de datos un cuestionario tipo diagnóstico con escalamiento tipo Likert con cinco categorías de respuestas. La validez del instrumento se realizó mediante el juicio de cinco expertos y la confiabilidad fue de 0.9405, figurando ser altamente confiable, calculándose con el coeficiente Cronbach. Los resultados obtenidos, determinan que las PYMES del municipio Miranda; poseen políticas de crédito y políticas de cobranza claramente definidas, de igual forma aplican procedimientos para el análisis de los créditos que permiten la evaluación de las solicitudes, lo cual representa fortalezas para la PYMES. Las conclusiones obtenidas están orientadas a mejorar y mantener la salud financiera de estas empresas, con el propósito de generar cultura financiera para la toma de decisiones efectivas.

Palabras clave: Gestión de crédito, políticas de cobranza, Pymes.

INTRODUCCIÓN

En Venezuela, las pequeñas y medianas empresas se destacan por sus bondades en lo que se refiere a su poder empleador, capaz de enfrentar con éxito las elevadas tasas de desempleo, conjuntamente con la creciente tendencia experimentada por el sector informal, en el plano económico se señala la capacidad de estas organizaciones de fomentar nuevo tejido empresarial, así como la oportunidad de obtener nuevas fuentes de ingresos.

Las pequeñas y medianas empresas son de gran importancia en la economía y el mundo empresarial, donde su planificación financiera define la toma de decisiones futuras, es por esta razón que muchas de estas empresas se toman muy en serio la planificación financiera dedicándole gran parte de los recursos disponibles. Ya que objetivo principal que posee la



misma, es la realización de un plan financiero, el cual se encarga de detallar y describir la estrategia financiera que llevará a cabo la empresa; incluyendo su gestión de crédito, además suelen hacerse proyecciones a situaciones futuras, basadas en los diferentes estados contables y financieros de la empresa.

La gerencia moderna, en lo que se refiere a las pequeñas y medianas empresas venezolanas, presentan características similares a las reflejadas en los escenarios de las empresas latinoamericanas, en los cuales se manifiesta una fuerte competitividad, donde la calidad, el servicio y la productividad son armas fundamentales que definen su permanencia en los mercados.

Asimismo se destaca la importancia que representa para las pequeñas y medianas empresas su gestión de crédito; el establecimiento de parámetros claramente definidos en lo que respecta al otorgamiento de los mismos, si poseen lineamientos a seguir en cuanto a políticas de crédito y de cobranzas se refiere, entre otros aspectos que aportan los diferentes mecanismos utilizados para pronosticar el funcionamiento de la pequeña y mediana en el corto plazo, considerándose la buena gestión de crédito como una herramienta fundamental con la que cuentan las pequeñas y medianas empresas durante los procesos de funcionamiento y de tomas de decisiones.

Por todo lo anteriormente expuesto, se plantea la necesidad de desarrollar la presente investigación, la cual, está dirigida a conocer la gestión de crédito de las pequeñas y medianas empresas del Municipio Miranda, a fin de determinar cómo llevan a cabo el proceso, las técnicas que utilizan para determinar el otorgamiento de crédito a sus clientes, la implementación del proceso de cobranza; los lineamientos que estas poseen en lo que respecta a sus políticas y condiciones de crédito, todo esto con la finalidad de facilitar herramientas para la toma de decisiones que garanticen la consecución de ventajas competitivas y a la vez, contribuya a la maximización del valor de la empresa para sus accionistas.

PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

La pequeña y mediana empresa (son conocida también como PYME o pyme), “se definen como empresas que poseen características distintivas, tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los estados o regiones a las cuales pertenecen. También se ha visto con el término MIPyME (acrónimo de Micro, pequeña y mediana empresa), el que es una expansión del término original en donde se incluye a la microempresa.

Según la Unión Europea la PYME se define como empresas que empleen, al menos, 250 trabajadores; y que posean un balance general inferior a los 43 millones de euros, entre otros aspectos. De aquí a que muchos investigadores se hayan topado con algunas dificultades a la hora de definir este término.

Sin embargo se puede definir a las PYMES como formas específicas de organización económica en actividades industriales, comerciales y de servicios, las cuales combinan capital, trabajo y otros medios productivos que permiten obtener un bien o servicio que se destinan a satisfacer diversas necesidades en un sector de actividad determinado o un mercado de consumidores determinado.



En resumen, las PYMES tienen la necesidad de transformar y modernizar la forma como manejan su gerencia en lo que se refiere administración y producción, de manera que puedan enfrentar la fuerte competencia. En estas condiciones sus posibilidades de crecimiento dependen de la creación de ventajas competitivas, que a su vez incorporen una buena gestión tecnológica y productiva.

GESTIÓN DE CRÉDITO

La gestión de crédito, se considera parte importante de la administración financiera del capital de trabajo, ya que esta es responsable de coordinar los elementos de una empresa, lo cual permite maximizar su patrimonio y al mismo tiempo reducir el riesgo de una crisis de liquidez y ventas, todo esto en concordancia con un buen manejo de las políticas de crédito y cobranza que se establezcan en la empresa.

A este respecto, señala Gitman (2003), que las cuentas por cobrar de una empresa representan la extensión de un crédito a sus clientes en una cuenta abierta, con el fin de mantener a sus clientes habituales y atraer nuevos, la mayoría de las empresas manufactureras consideran necesario, ofrecer créditos. Las cuentas por cobrar y el inventario están íntimamente relacionados, ya que para los fabricantes, la cantidad adecuada de inventario de artículos terminados se convierte realmente en una cuenta por cobrar en el mismo momento de realizar una venta a crédito.

Aunado a ello, la administración de cuentas por cobrar es el promedio de tiempo que pasa desde una venta a crédito hasta que la empresa puede utilizar el pago. El promedio de cobranza tiene dos partes, la primera es desde la venta hasta que el cliente envía el pago, la segunda parte es el tiempo que transcurre desde que se envía el pago hasta que la empresa tiene los fondos en su cuenta bancaria. La primera parte del periodo de cobranza implica la administración del crédito disponible para los clientes de la empresa, y la segunda parte implica la cobranza y el procesamiento de pagos.

POLÍTICAS DE CRÉDITO

La política de crédito “es un conjunto de decisiones que comprende las normas de crédito de una empresa, los términos de crédito, los métodos empleados para cobrar las cuentas de crédito y los procedimientos que permiten de una u otra manera controlar el crédito”. (Besley y Brighman, 2003)

Block y Hirt (2003), plantean que al considerar la ampliación del crédito, existen tres variables principales en la política pertinente que se deben considerar junto con el objetivo de rentabilidad: Estándares de crédito, Condiciones de pago y política de recaudo o cobro.

Profundizando más en las ideas planteadas por los autores anteriormente señalados Gitman (2003), se encuentra que las políticas de crédito de una compañía establecen los lineamientos para determinar si se extiende crédito a un cliente y por cuanto se le debe conceder. La empresa debe establecer ciertas normas crediticias al tomar tales decisiones, por lo que debe contarse con las fuentes de información de crédito apropiada, así como ciertos métodos de análisis que a continuación se reseñan:



Normas de crédito: Las normas de crédito de una empresa constituyen los criterios mínimos para la extensión de créditos a clientes. De lo que se trata aquí es de determinar qué tan restrictivas son las normas de crédito de la empresa con respecto a sus políticas totales.

Análisis de crédito: Una vez que la empresa ha establecido sus normas crediticias, se deben crear procedimientos para el análisis de crédito, que es la evaluación de las solicitudes de crédito. No basta con determinar la solvencia de un cliente, sino estimar también la cantidad máxima de crédito que puede otorgársele. Una vez resuelto esto, la empresa puede establecer una línea de crédito, que es la cantidad máxima que puede adeudarle un cliente; las líneas de crédito sirven para evitar la necesidad de comprobar el crédito de un cliente importante cada vez que se efectúa una compra a crédito.

Obtención de la información de crédito: Cuando un cliente solicita crédito a una empresa, el departamento de crédito de ésta inicia el proceso de evaluación requiriéndole que llene varias solicitudes con informes y referencias tanto financieras como crediticias. Al analizar la solicitud, la empresa puede recaudar información adicional a partir de otras fuentes. Si ya le ha extendido crédito anteriormente contará con su propia información respecto del comportamiento de pago del solicitante. Las principales y frecuentes fuentes externas de información crediticia son las siguientes: Estados financieros, agencias de intercambio de referencias de crédito, intercambio directo de información crediticia, verificación bancaria.

Análisis de la información de crédito: Los estados financieros y el registro mayor de cuentas por pagar del solicitante de crédito pueden ser empleados para calcular su periodo de pago promedio. A su vez, este valor puede ser comparado con las condiciones de crédito que la empresa ofrece actualmente. Para los clientes que solicitan grandes cantidades o líneas de crédito amplias, se debe realizar un análisis detallado de la liquidez, actividad, endeudamiento y utilidades a partir de los estados financieros de la empresa solicitante.

Por otra parte Besley y Brighman (2003) identifican dentro de la política de crédito los siguientes factores:

1. Las normas de crédito como reglas que indican la solidez financiera mínima que un cliente debe tener para que se le conceda el crédito.

2. Los términos de crédito, que son las condiciones de pago ofrecidas a los clientes a crédito; tales términos incluyen la amplitud del periodo de crédito y cualquier descuentos en efectivo que se ofrezca; siendo el periodo de crédito, el tiempo a lo largo del cual se concede el crédito después de esa fecha, la cuenta se considera atrasada. Mientras que el descuento en efectivo, es la reducción del precio de factura de los bienes, ofrecida por el vendedor para estimular el pronto pago.

3. La política de cobranza.

4. Control de cuentas por cobrar; proceso de evaluación de la política de crédito, utilizado para determinar si ha ocurrido un cambio en el patrón de pago de los clientes.

CONDICIONES DE CRÉDITO

Las condiciones de crédito de una empresa “especifican los términos de pago que se estipulan para todos los clientes a crédito”. (Gitman, 1990). Ayudan a la empresa a obtener



mayores clientes, pero se debe tener mucho cuidado ya que se pueden ofrecer descuentos que en ocasiones podrían resultar nocivos para la empresa.

Aunado a ello, los cambios en cualquier aspecto de las condiciones de crédito de la empresa pueden tener efectos en su rentabilidad total. Los factores positivos y negativos relacionados con tales cambios y los procedimientos cuantitativos para evaluarlos se presentan a continuación.

Nivel óptimo: La empresa debe determinar cuál es el nivel óptimo de gastos de cobro desde el punto de vista costo-beneficio.

Descuentos por pronto pago: Cuando una empresa establece o aumenta un descuento por pronto pago pueden esperarse cambios y efectos en las utilidades, esto porque el volumen de ventas debe aumentar, ya que si una empresa está dispuesta a pagar al día el precio por unidad disminuye. Si la demanda es elástica, las ventas deben aumentar como resultado de la disminución de este precio. También el periodo de cobro promedio debe disminuir, reduciendo así el costo del manejo de cuentas por cobrar. La disminución en cobranza proviene del hecho de que algunos clientes que antes no tomaban los descuentos por pago ahora lo hagan.

Por otro lado, la estimación de las cuentas incobrables debe disminuir, pues como en promedio los clientes pagan más pronto, debe disminuir la probabilidad de una cuenta mala, este argumento se basa en el hecho de que mientras más se demore un cliente en pagar, es menos probable que lo haga. Mientras más tiempo transcurra, hay más oportunidades de que un cliente se declare técnicamente insolvente o en bancarrota. Tanto la disminución en el periodo promedio de cobro como la disminución en la estimación de cuentas incobrables deben dar como resultado un aumento en las utilidades.

Ahora bien, el aspecto negativo de un aumento de un descuento por pronto pago es una disminución en el margen de utilidad por unidad ya que hay más clientes que toman el descuento y pagan a un precio menor. Por lo tanto la disminución o eliminación de un descuento por pronto pago tendría efectos contrarios.

Periodo de descuento por pronto pago: El efecto neto de los cambios en el periodo de descuento por pronto pago es bastante difícil de analizar debido a los problemas para determinar los resultados exactos de los cambios en el periodo de descuento que son atribuibles a dos fuerzas que tienen relación con el periodo promedio de cobro.

Asimismo, cuando se aumenta un periodo de descuento por pronto pago hay un efecto positivo sobre las utilidades porque muchos clientes que en el pasado no tomaron el descuento por pronto pago ahora lo hacen, reduciendo así el periodo medio de cobros. Si en el momento de otorgar un crédito el cliente decide pagar su cuenta en un periodo menor al estipulado, este accedería a un descuento. Sin embargo hay también un efecto negativo sobre las utilidades cuando se aumenta el periodo del descuento porque muchos de los clientes que ya estaban tomando el descuento por pronto pago pueden aún tomarlo y pagar más tarde, retardando el periodo medio de cobros.

Periodo de crédito: Los cambios en el periodo de crédito también afectan la rentabilidad de la empresa. Pueden esperarse efectos en las utilidades por un aumento en el periodo de crédito como un aumento en las ventas, pero es probable que tanto el periodo de cobros como la



estimación de cuentas incobrables también aumenten, así el efecto neto en las utilidades puede ser negativo.

POLÍTICAS DE COBRANZA

Para Besley y Brighman (2003), las políticas de cobranza “se refiere a los procedimientos que sigue la empresa para solicitar el pago de sus cuentas por cobrar”. Según Gitman (2003). Las políticas de cobranza de una empresa son los procedimientos adaptados para la cobranza de las cuentas pendientes cuando éstas vencen.

Ambas definiciones como puede apreciarse coinciden, por lo tanto la política de cobranza, son los procedimientos que sigue una empresa para coleccionar las cuentas por cobrar vencidas, se debe tener un equilibrio entre los costos y los beneficios de diferentes políticas de cobranza, a su vez que la empresa necesita determinar la fecha y la manera en la cual la notificación de la venta a crédito se transmitirá al comprador.

TIPOS DE PROCEDIMIENTO DE COBRANZA

Para Weston (1994), los procedimientos de cobranza deben tomar en cuenta una serie de aspectos para que sean acordes con los propósitos del mismo los cuales son: causas de que las ventas no se paguen a su vencimiento, sistemas que se utilizan para observar las cuentas, análisis de las cuentas.

Mientras que Gitman (1990), argumenta que existe una serie de procedimiento que permiten optimizar la función de cobranza de la empresa, los cuales son:

Notificaciones por escrito: después de cierto número de días posteriores al vencimiento de una cuenta por cobrar, la empresa envía una carta en términos corteses recordando al cliente su adeudo. Si no se hace caso de esta primera carta, se envía una segunda, más exigente. De ser necesario, se remite otra. Las notificaciones de cobranza por escrito constituyen el primer paso en el proceso de cobro de cuentas vencidas.

Llamadas telefónicas: si las notificaciones por escrito no dan resultado, el gerente de crédito mismo de la empresa puede llamar al cliente y exigirle el pago inmediato. Si éste presenta una explicación adecuada, se puede convenir en prorrogar el periodo de pago. Una llamada del abogado de la compañía también puede ser útil si los demás recursos no han funcionado.

Visitas personales: esta técnica es mucho más común en el caso de los créditos a consumidores, pero puede también utilizarse si se trata de proveedores industriales el envío de un cobrador, o incluso del vendedor encargado, a requerir el pago al cliente puede ser un procedimiento de cobro muy eficaz, ya que el pago podría efectuarse en el acto.

Mediante agencias de cobranza: la empresa puede recurrir a una agencia o a un abogado para que estos se encarguen de las cuentas por cobrar. Normalmente, los honorarios por esta clase de servicio son altos, ya que la compañía podría recibir menos de 50% del importe de las deudas así cobradas.

Recurso legal: esta es una medida extrema en el proceso de cobranza, y representa una opción antes de recurrir a una agencia de cobros. Tal procedimiento no es solamente oneroso,



sino que puede obligar al deudor a declararse en bancarrota, reduciéndose así la posibilidad de efectuar negocios con él en el futuro sin que garantice el pago final de los adeudos vencidos.

METODOLOGÍA

Atendiendo las características del estudio, se considerará que el mismo está enmarcado en un tipo de investigación que es de tipo descriptivo tal como lo señala Hernández y otros (2003) “miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”. Tomando este criterio en la investigación se describen los aspectos relacionados con los mecanismos utilizados por las pequeñas y medianas empresas para pronosticar los niveles de endeudamiento, esto con la finalidad de minimizar los riesgos financieros.

La investigación es de campo, ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Méndez (2001), señala que la investigación de campo “tiene como función aumentar la familiaridad del investigador con el fenómeno que va a investigar”, de allí la necesidad de acudir al sitio donde se ejecutan las operaciones de las PYMES, de modo de comprender más la situación que se presenta.

El universo de estudio de la presente investigación, estuvo conformada por la pequeña y mediana empresa de la parroquia Altagracia del Municipio Miranda, que según información del Departamento de Fiscalización del Servicio Bolivariano de Administración Tributaria “SEBAT” este sector está representado por 650 empresas registradas, de las cuales solo se encuentran activas 83 empresas. Es importante señalar que de las 83 empresas activas solo es posible acceder a la información de 26 de ellas, para lo cual se tomó a los gerentes de dichas empresas como sujetos de información, los cuales se mostraron dispuestos a colaborar.

En esta investigación, se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la dificultad para el acceso a los datos por parte de los gerentes, quienes argumentaron que carecen de la información y por tanto no están en capacidad de dar respuesta al instrumento presentado.

Por estas razones, para la selección de la muestra se tomó en consideración las pequeñas y medianas empresas donde los gerentes estuvieron dispuestos a responder el cuestionario presentado, dicha muestra quedó conformada por veintiséis (26) empresas.

El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por un (01) cuestionario, dirigido a los gerentes de la pequeña y mediana empresa de la Parroquia Altagracia, Municipio Miranda del estado Zulia. El mismo quedo constituido por 35 preguntas cerradas con 5 alternativas de respuesta del tipo Likert, refiriendo su neutralidad, que son: Siempre: máximo grado de aceptación con respecto al enunciado del ítem. Casi Siempre: Grado inmediatamente inferior al grado máximo. Algunas Veces: grado inmediatamente inferior al grado máximo. Casi Nunca: en rechazo con respecto al enunciado del ítem. Nunca: en absoluto rechazo con respecto al enunciado del ítem.

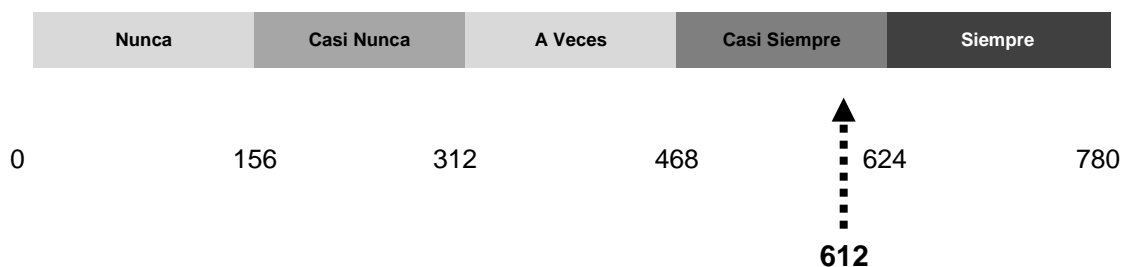


Tabla 1. Resultados

Nº	Ítems	Categorías					Total
		Nunca	Casi Nunca	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre	
1	La PYME posee políticas de crédito claramente definidas	2	1	4	9	10	102
2	Las políticas de crédito establecen lineamientos para determinar la extensión de crédito a clientes	2	1	4	10	9	101
3	Se aplican procedimientos para el análisis de crédito que permitan la evaluación de las solicitudes de crédito	0	1	5	10	10	107
4	Las solicitudes de crédito son canalizadas por un departamento mediante análisis de las referencias existentes	2	2	7	12	3	90
5	Siguen procedimientos para solicitar el pago de sus cuentas por cobrar	0	1	7	10	8	103
6	Contrae obligaciones con proveedores para ser pagados a corto plazo	0	1	3	12	10	109
Total		30	28	90	126	50	612

Fuente: Oldenburg (2010)

Gráfico N°. 1: Gestión de Crédito.



Fuente: Oldenburg (2010)

El resultado obtenido fue de 612 puntos, ubicándose en la categoría casi siempre (624 - 468), lo que quiere decir que en las Pequeñas y Medianas Empresas del Municipio Miranda casi siempre la gestión de crédito está enmarcada dentro de políticas claramente definidas, las condiciones de crédito son evaluadas aplicando procedimientos de análisis y las políticas de cobranza así mismo siguen procedimientos al momento de la solicitud de cuentas por cobrar.

En el caso de los procedimientos para analizar un crédito el 38,5% de los encuestados manifestó que siempre son utilizados por éstos, lo cual es apoyado por un 38,5% que manifiesta que casi siempre lo hace. Dichas afirmaciones son sustentadas por Weston (1994), quien señala la conveniencia de observar constantemente la situación de los créditos.



Con respecto a los créditos a corto plazo otorgados por los proveedores, el 46,2% de los gerentes de las PYMES indican que utilizan esta modalidad, mecanismo que es señalado por Gitman (2003) como una transacción conveniente para las empresas de este tipo.

CONCLUSIONES

Para dar respuesta al objetivo de la investigación, describir la gestión de crédito de las pequeñas y medianas empresas del municipio Miranda del estado Zulia, el análisis de los resultados reveló que las PYMES poseen políticas de crédito claramente definidas, así mismo dichas políticas establecen lineamientos a seguir para determinar si se le extiende el crédito a un cliente o no, de igual forma aplican procedimientos para el análisis de los créditos que permiten la evaluación de las solicitudes, todo esto representa fortalezas para la PYMES, ya que les permite de una u otra manera tener un buen control de todos sus créditos.

Con respecto a las políticas de cobranza las PYMES siguen procedimientos para solicitar el pago de sus cuentas por cobrar, lo que evita posibles inconvenientes a la hora de exigir el pago de sus cuentas por cobrar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Block, S.; Hirt, G. y Ávila, C. (2003) **Fundamentos de Gerencia Financiera**. Bogotá, Colombia. Editorial MC Graw Hill, Novena Edición.
- Besley S. y Brigham, E. (2003). **Fundamentos de Administración Financiera**. Bogotá, Colombia. Editorial CMC Graw Hill, Doceava edición.
- Gitman, L. (2003). **Principios de Administración Financiera**. Madrid. Editorial Pearson Educación.
- Gitman, L. (1996). **Administración financiera básica**. 3era Edición. México. Editorial Harla.
- Hernández, R. y otros (2003) **Metodología de la Investigación**. México. Editorial Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Tercera Edición.
- Méndez, C (2006). **Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. Bogotá – Colombia: MC GRAW-HILL. Tercera edición.
- Weston, J. Fred y Eugene F. Brigham. (1994) **Fundamentos de administración financiera**, México. 10ma. edición, Editorial Mc Graw Hill.



LIDERAZGO EMPRESARIAL: ¿TRANSACCIONAL O TRANSFORMACIONAL?

Julio Peterson Aleydis

Universidad Popular del Cesar. Colombia
aleydisjulio15@yahoo.com

Héctor Pumarejo Mindiola

Universidad Popular del Cesar. Colombia
hectormiguelpm@yahoo.es

Fabio Cortés Escalante

Universidad Popular del Cesar. Colombia
facoes@hotmail.com

RESUMEN

El liderazgo empresarial busca desarrollar en su máximo potencial a la empresa y a los trabajadores que la conforman. El líder empresarial, dependiendo de la situación de su organización, utilizará el o los tipos de liderazgo, ya sea a través de la motivación, estimulación, incentivos (transaccional) o mediante los valores humanos (transformacional). El presente artículo documental, tiene como objetivo describir el liderazgo empresarial desde los estilos transaccional y transformacional, como una nueva tendencia de éxito en la gestión de la organización por la fusión del líder y los liderados, fundamentado en la confianza y visión. El enfoque teórico se sustenta en la teoría del liderazgo, tipos de liderazgo empresarial, liderazgo transaccional, características del liderazgo transaccional, ventajas y desventajas, liderazgo transformacional, dimensiones del liderazgo transformacional y características. La revisión bibliográfica se basó en autores como: Cuadra y Veloso (2007), Chiavenato (2002), Koontz et al (2008), Katzenbach y Smith (2000), Méndez (2009), Méndez (2013), entre otros. Se concluye que tanto el liderazgo transaccional como el transformacional son fundamentales para la organización, se pueden emplear los dos tipos de comportamiento, lo cual arrojaría como resultado, variedad de tipos de liderazgos en la organización, teniendo en cuenta que no pueden ser utilizados simultáneamente. La aplicación de cada estilo de liderazgo dependerá en gran medida de la situación organizacional (especialmente de la plataforma estratégica) y del líder que asuma el reto.

Palabras clave: liderazgo empresarial, transaccional, transformacional

INTRODUCCIÓN

En el ámbito empresarial contemporáneo se ha enfatizado en la necesidad de que las empresas sean cada día más competitivas. Un reconocido factor de competitividad es el talento humano, y este hace referencia a los directivos y funcionarios de la empresa.

Los líderes empresariales, deben estar presentes en todos los niveles de la organización y en conjunto, líder directivo y empleados, trabajarán por el cumplimiento de las metas organizacionales. El liderazgo empresarial ha de estar fundamentado en la confianza y la visión tanto del líder como de los liderados. Esta fusión se refleja en el éxito empresarial.



El liderazgo transaccional y transformacional son dos estilos distintos de gestión que o tratan de mantener o cambian la organización. El liderazgo transaccional se caracteriza en gran medida por el deseo de mantener la cultura existente de la compañía, sus políticas y procedimientos. Utiliza un sistema de recompensa y castigo basado en obligar a los empleados a realizar ciertas conductas. Por el contrario, el estilo de liderazgo transformacional busca provocar un cambio en la forma en que la empresa opera. Los líderes que muestran el liderazgo transformacional se caracterizan a menudo como carismáticos, inspiradores y motivadores. (Aker s.a., 2014).

El líder empresarial, dependiendo de la situación de su organización, utilizará el o los tipos de liderazgo, ya sea a través de la motivación, estimulación, incentivos (transaccional) o mediante los valores humanos (transformacional) y con base en esta decisión, conducirá a los demás miembros para alcanzar un desempeño mayor, constituyéndose en un eslabón esencial en la cadena del desarrollo de la actividad laboral, de la conducción adecuada de las tareas, las personas y la tecnología, dependerán en gran medida, los resultados que se alcancen. De allí la importancia de los trabajos en equipo liderados en las organizaciones.

LIDERAZGO EMPRESARIAL: ¿TRANSACCIONAL O TRANSFORMACIONAL?

El liderazgo es un fenómeno social que ocurre exclusivamente en los grupos sociales y en las organizaciones. Es una influencia interpersonal ejercida en una situación dada y dirigida a través del proceso de comunicación humana para la consecución de uno o más objetivos específicos. (Chiavenato, 2002).

El concepto de liderazgo empresarial hace referencia a la habilidad o al proceso a través del cual el líder en la empresa influye para satisfacer objetivos y necesidades de la empresa. (Liderazgo empresarial, 2013).

Asimismo, Medina (2012), manifiesta que “gestar un liderazgo empresarial moderno y disruptivo que vaya “más allá” de lo que creemos que “nos corresponde”, no es más una opción, es una necesidad, no tenemos alternativa”.

De igual manera, Koontz, Weilhrich y Cannice, (2008), plantea que el liderazgo es el arte o proceso de influir en las personas para que participen dispuestos y con entusiasmo hacia el logro de las metas del grupo. Las personas deben ser alentadas a desarrollar, no sólo con disposición a trabajar, sino a hacerlo con celo y confianza. El celo es energía, entusiasmo e intensidad en la ejecución del trabajo; la confianza refleja experiencia y capacidad técnica.

Complementando a estos autores, se podría expresar que este celo surtiría el efecto deseado que estos autores manifiestan, siempre y cuando sean canalizados al cumplimiento de los objetivos de la organización con conocimiento de causa por parte de los liderados, con el fin de que este interés no sea efímero.

TIPOS DE LIDERAZGO EMPRESARIAL

Liderazgo Transaccional

El concepto de liderazgo transaccional hace referencia a un tipo de liderazgo empresarial que tiene como base el intercambio. El trabajador ofrece sus servicios y obtiene por ello salario



y otros beneficios y por otro lado, el líder reconoce qué quiere conseguir y facilita a los trabajadores los recursos necesarios para hacer que lo consigan. (Méndez, 2013).

Suele aplicarse cuando se necesita llegar a objetivos específicos, con calidades específicas y en tiempos determinados. Los líderes transaccionales manejan todos los detalles que se unen para construir una sólida reputación en el mercado, mientras que mantienen a los empleados productivos en la línea del frente.

El intercambio que se da en este tipo de liderazgo es como un proceso de transacciones bien sea económico o psicológico, de tal forma que ambos salgan beneficiados. Dentro de esta dimensión se encuentran teorías y modelos que fundamentan este tipo de liderazgo: como las teorías características en donde el punto de estudio radica en los rasgos y características del líder. Se distinguen modelos específicos que son: la teoría del gran hombre, la teoría de los rasgos y el liderazgo carismático.

Teoría del Gran Hombre: Se refiere a la superioridad innata de un individuo, de tal forma que se le permite influir, persuadir y dominar al resto de miembros del grupo.

Teoría de los rasgos: Tienen como argumento básico, la existencia de unas características de la personalidad específicas, asociadas al liderazgo; luego, quienes las posean pueden llegar a ser líderes, de acuerdo con este argumento, sólo existe un reducido número de personas que tienen la capacidad de liderar, y esa capacidad no se desarrolla, sino que se debe a unos atributos permanentes o innatos.

Liderazgo carismático: Según Palacio (2013), quien cita a Friedman y Col (1980), el carisma es la capacidad para transmitir emociones por medio de la comunicación no verbal.

En el liderazgo transaccional el objetivo más importante de un trabajador es hacer lo que el líder dice que haga. Y el objetivo más importante del líder es establecer estructuras claras para que los trabajadores trabajen de manera óptima en la consecución de objetivos que han marcado el líder y la empresa. En definitiva, es un sistema de pago por esfuerzo en el que las dos partes salen ganando. (Liderazgo empresarial, 2013).

De acuerdo con Gutiérrez (2013), los intercambios en el liderazgo transaccional pueden percibirse de cuatro maneras diferentes:

Metas y objetivos claros. La forma más simple es vincular el objetivo y la recompensa. Este tipo de intercambio provee de recursos a los colaboradores y establece objetivos con consenso. Puede ser que haya distintas recompensas de acuerdo al desempeño alcanzado. Estos líderes son específicos, medibles, realistas y trabajan tiempo definido.

Intercambio activo. El objetivo de éste es estar en constante contacto con los colaboradores, estos líderes verifican el cumplimiento de las reglas, trabajan junto a sus colaboradores, brindando asesoramiento y corrigiendo errores.

Intercambio pasivo. Este tipo de intercambio suele presentarse cuando los resultados no son los esperados. El contacto con los colaboradores suele ser mínimo y sólo se presenta al término del tiempo establecido.



Intercambio liberal. Para muchos expertos, este suele ser el peor. En este intercambio el líder provee de herramientas a su equipo para que ellos tomen sus decisiones, en ocasiones suele perderse la dirección y objetividad.

El objetivo principal del liderazgo transaccional es promover la estabilidad en la organización mediante la creación de un intercambio de tipo de dar y tomar entre directivos y empleados. Los objetivos específicos de rendimiento se determinan y se comunican a los empleados. Ellos son entonces los responsables de cumplir con los objetivos de rendimiento, y recibir una recompensa o castigo en función del resultado.

Las recompensas se basan en cumplir con ciertos criterios, tales como el logro de una cuota de ventas. Los errores se activan o son pasivamente observados por los administradores y tratados en consecuencia. En la gestión activa por excepción, los líderes toman medidas correctivas rápidas contra las desviaciones de rendimiento y activamente buscan los errores. (Aker s.a., 2014).

CARACTERÍSTICAS DEL LIDERAZGO TRANSACCIONAL

- Política de premios económicos según el rendimiento
- Tipo de liderazgo basado en la gratificación, que no en la gratitud
- Respeto por el compromiso mutuo, el orden y el valor cuantitativo de los resultados
- Es imprescindible para el funcionamiento de la empresa
- Es a corto plazo

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL LIDERAZGO TRANSACCIONAL

Parafraseando a Méndez (2013), el autor se permite manifestar que entre las ventajas del liderazgo transaccional, se puede apreciar un beneficio mutuo, es decir, un ganar - ganar, en el que el trabajo es valorado y considerado, pero una vez, se acabe o se suspenda la recompensa o el beneficio, lo más probable es que se acabe la motivación. Cuando esta situación ocurre, nos preguntaríamos, ¿qué sucedería con la organización?

No se puede desconocer que este tipo de liderazgo es efectivo, en virtud de que las partes logran lo que se propusieron, pero como se puede advertir, es un logro que se consigue a corto plazo, tiene poco alcance y la lealtad dura poco tiempo. Al igual, que la relación entre líder – liderado se debilita, porque no hay una razón fuerte para sostenerla, teniendo en cuenta que el compromiso adquirido culmina, cuando la recompensa se acaba.

Se puede determinar que el liderazgo transaccional tiene relación con la teoría de Skinner (1938) sobre estímulo – respuesta, donde el estímulo es el incentivo que el líder oferta y la respuesta la asume el liderado de acuerdo con el incentivo ofertado. El peligro aparece cuando la demanda supera la oferta, es decir, cuando los miembros de la organización están cargados de celo y el ofrecimiento del líder es menor. Le corresponde entonces a éste, realizar un reforzamiento operante para estimular a sus liderados.



Liderazgo transformacional

Según Burns (1978), el liderazgo transformacional es un proceso en el que los líderes y seguidores hacen entre sí, para avanzar a un nivel más alto de la moral y la motivación.

Asimismo, Bass (1985), citado por Núñez (2011), propuso una teoría de liderazgo transformacional que sumado a Burn, teoría original - la medida en que un líder es de transformación, se mide: En términos de influencia del líder sobre los seguidores y el éxito del líder en la búsqueda de nuevas formas de trabajo, mientras trata de identificar nuevas oportunidades y evaluar las amenazas.

Para Griffin (2011), el liderazgo transformacional va más allá de las expectativas al transmitir un sentido de misión, estimular las experiencias de aprendizaje e inspirar nuevas formas de pensamiento. El autor plantea algo muy importante y es lo que hace relación con el pensamiento. Este tipo de líder lleva a sus liderados a que manejen un pensamiento crítico, estratégico, lo cual los dirige a una planificación estratégica con un fin último: el éxito de la empresa.

El liderazgo transformacional logró sus excepcionales efectos sobre los subordinados, cambiando las bases motivacionales sobre las cuales operan. (Bass, 1981). Tiene éxito al cambiar la base motivacional del individuo desde una motivación regular hasta llevarla al compromiso. Los líderes transformacionales elevan los deseos de logros y autodesarrollos de los seguidores, mientras que a la vez promueven el desarrollo de grupos y organizaciones. (Méndez, 2009).

Gill (2014) cita a Bass y Avolio (1990), para hacer referencia a que los líderes transformacionales logran estos resultados en una o más de las siguientes maneras: son carismáticos a los ojos de sus seguidores y son una fuente de inspiración para ellos; pueden tratar individualmente para satisfacer las necesidades de cada uno de sus subordinados y pueden estimular intelectualmente a sus subordinados. (Gill, 2014).

En este sentido y tomando como base los conceptos de los autores tratados, se puede concluir que con el liderazgo transaccional puede llegarse a desarrollar el máximo potencial de la empresa y de los trabajadores, ya sea individual o en equipos de trabajo.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que todos los equipos de trabajo pasan por diversas fases de desarrollo, de ahí que el estilo de liderazgo más eficaz, sea el que se adapte a los colaboradores en cada momento, ejerciendo así un liderazgo adecuado a las necesidades del equipo. Dependiendo de las características del momento, el líder deberá optar por un modo de liderar en cada situación, incluso dando una orientación diferente a la misma persona en situaciones distintas. (Liderazgo empresarial, 2013).

Todo líder trabaja con equipos y según Katzenbach y Smith (2000), un equipo es el número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planeamiento común, con responsabilidad mutua compartida.

Es completamente necesario que el líder empresarial consiga un trabajo de equipo óptimo a través de herramientas enriquecedoras y constructivas. En el liderazgo empresarial también hay



un componente emocional que el líder debe controlar, de ahí la importancia de que desarrollen habilidades que le permitan entender e identificar sus emociones y las de su equipo.

El liderazgo transformacional, consta de cuatro dimensiones:

- **Carisma o influencia idealizada**, es el grado en que el líder enfatiza la confianza, toma una posición en momentos y aspectos complicados, resalta la importancia y propósito del compromiso, están conscientes de las consecuencias éticas de sus decisiones y se relacionan con sus seguidores a un nivel emocional.
- **Motivación inspiradora**, alude al grado en que el líder es capaz de articular una visión atractiva del futuro, desafían a sus seguidores a obtener estándares altos, hablan con entusiasmo, optimismo y motivan y dan significado a lo que es necesario hacer.
- **Estimulación intelectual** se caracteriza por el desafío de supuestos, toma de riesgos, petición de ideas a los seguidores; estimulan y animan la creatividad en sus subordinados.
- **Consideración individualizada**, se refiere al grado en que el líder trata a los demás como individuos; toman en cuenta las necesidades individuales, las capacidades y aspiraciones; escuchan con atención, aconsejan y enseñan. Es necesario resaltar que, extensivas investigaciones han proporcionado apoyo a estos componentes.

El líder debe tener en cuenta que cuando los equipos están recién formados, se sienten incómodos porque están acostumbrados a trabajar solos, en esta etapa del equipo, el líder debe ser directivo y demostrar fuerza para resolver conflictos, trazar metas iniciales y capacitar al equipo. A medida que los miembros del equipo van adquiriendo confianza entre sí, exhiben un mayor nivel de cooperación y mejoran sus relaciones. Entonces, el líder tiene que dejar su estilo directivo y cambiarlo a uno participativo. (Cuadra y Veloso, 2007).

El liderazgo empresarial puede considerarse como un aspecto vital en la organización para la consecución de las metas, en virtud de que el líder con su impulso y vehemencia en su labor, traza lineamientos que llevan a los funcionarios a actuar coadyuvando al cumplimiento de metas y logros propuestos por la organización.

De igual manera, el líder bajo un fundamento técnico decide qué tipo de liderazgo asumiría, teniendo en cuenta la situación de su organización, sin embargo, es fundamental que investigue lo que están pensando los miembros de la organización, en virtud de que esto le permitiría ser más asertivo al momento de decidir su tipo de liderazgo.

Como argumenta Koontz et al (2008), citando a Deepak Chopra, se aprende a ser un líder siendo catalizador del cambio y la transformación. Los grandes líderes responden con creatividad, visión y sentido de la unidad, sin importar la magnitud del problema.

En este sentido, el guía empresarial, que debe ser el gerente de la organización, otorga un gran valor a su personal, haciéndolo evidente con estímulos e incentivos que mantienen al funcionario satisfecho y por tanto, activo y productivo en su desempeño.

Es importante que se tengan en cuenta las desventajas de uno y otro tipo de liderazgo, para actuar sobre estas debilidades y minimizarlas o eliminarlas. El liderazgo transformacional puede llegar a convertirse en un valor agregado de la organización, y hacerla más competitiva.



Asimismo, el líder adopta un comportamiento dependiendo de las circunstancias de la organización y de su equipo de trabajo. Este comportamiento se da entre dos focos, la dirección y el apoyo, los cuales utiliza para mantener un equilibrio y lograr las metas de la organización.

CARACTERÍSTICAS DE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL

Los líderes transformacionales buscan ganar la confianza de sus empleados. La relación se basa en la idea de establecer un vínculo de largo plazo que abarca mucho más que los objetivos de desempeño de la empresa. Los líderes que presentan un estilo transformacional del liderazgo tienden a capacitar a sus empleados para tomar decisiones y contribuir a las estrategias de la empresa. Los valores, significado personal, el poder personal y la ética son acentuados. Una perspectiva a largo plazo es una de las características principales del estilo de liderazgo transformacional. Fomenta la creatividad, el desafío y el desarrollo del empleado individual. (Aker, 2014)

CONCLUSIÓN

Los líderes empresariales son proactivos, miran hacia el futuro, trazan lineamientos para la organización.

Tanto el liderazgo transaccional como el transformacional son fundamentales para la organización, se pueden emplear los dos tipos de comportamiento, lo cual arrojaría como resultado, variedad de tipos de liderazgos en la organización, teniendo en cuenta que no pueden ser utilizados simultáneamente.

La aplicación de cada estilo de liderazgo dependerá en gran medida de la situación organizacional (especialmente de la plataforma estratégica) y del líder que asuma el reto.

Aunque hay administradores que no son líderes y hay líderes que no son administradores, sería más beneficioso y eficaz para la organización que su gerente o administrador fuera líder.

El líder empresarial debe ejercer un liderazgo humanizado, valorando su gran equipo y la organización. Estos sentimientos forman parte de su quehacer, los cuales son reflejados a través del trato que da a los funcionarios.

El liderazgo empresarial, lleva a mejorar las relaciones de la empresa, potenciando el rendimiento de los trabajadores y su motivación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aker, H. (2014) **Diferencia entre liderazgo transformacional y transaccional**. Traducido por Enrique Pereira Vivas. Disponible en http://www.ehowenespanol.com/diferencia-liderazgo-transformacional-transaccional-info_182146/. Consulta: 28/08/2014.

Burns, JM. (1978) **Liderazgo**. Nueva York. Harper & Row, Onursal Arkan.

Cuadra y Veloso (2007). **Liderazgo, Clima y Satisfacción Laboral en las Organizaciones**. Artículo. Revista Universum N° 22 Vol.2: 40-56, 2007. Versión On-line ISSN 0718-2376. Disponible en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-23762007000200004&script=sci_arttext. Consulta: 30/07/2014.



- Chiavenato, I. (2002). **Administración en los nuevos tiempos**. McGraw Hill Interamericana. Bogotá, Colombia
- Gill, G. (2014). **Teoría del liderazgo transformacional de Bass y Burn**. Disponible en <http://menthor.cl/teoria-del-liderazgo-transformacional-de-bass-y-burns/>. Consulta: 23/07/2014.
- Griffin, R. (2011). **Administración**. Cengage Learning. 10 edición. México.
- Gutiérrez, T. (2013). Usa el liderazgo transaccional para lograr objetivos bajo presión. Artículo. Disponible en <http://www.altonivel.com.mx/37670-trabajas-por-objetivos-lo-que-necesitas-es-un-lider-transaccion.html> . Consulta 21/07/2014.
- Koontz, Weilhrich y Cannice, (2008). **Administración. Una perspectiva global y empresarial**. McGraw Hill Interamericana. Editores S.A. de CV. México.
- Katzenbach, J. y Smith, D. (2000). **El trabajo en equipo. Ventajas y dificultades**. Ediciones GRANICA. España.
- Liderazgo empresarial. (2013). Disponible en <http://liderazgo.euroresidentes.com/2013/10/liderazgo-empresarial.html>. Consulta: 20/07/2014
- Medina, J. (2012). 2013-2021: Liderazgo empresarial para un futuro peruano con propósito. **Análisis & Opinión**. Disponible en <http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/2013-2021-liderazgo-empresarial-para-un-futuro-peruano-con-proposito> Consulta: 19/09/2014.
- Méndez, R. (2009). **Teoría del liderazgo transformacional de Bass y Burns**. Artículo. Costa Rica. Disponible en <http://rogermendezbenavides.blogspot.com/2009/10/teoria-del-liderazgo-transformacional.html>. Consulta: 21/07/2014
- Méndez, A. (2013). **Liderazgo: Liderazgo transaccional**. Artículo. Disponible en <http://liderazgo.euroresidentes.com/2013/10/liderazgo-transaccional.html>. Consulta: 21/07/2014
- Núñez, N. (2011). Artículo **Los 4 componentes del liderazgo transformacional**. Venezuela. Disponible en <http://tuexitoeshoy.wordpress.com/2011/05/01/los-4-componentes-del-liderazgo-transformacional> Consulta: 21/07/2014
- Palacio, V. (2013). **Pronóstico del liderazgo empresarial femenino en Latinoamérica entre el período 2013 – 2018**. Universidad Nacional de Colombia. Medellín.
- Skinner, (1938). **Teorías del aprendizaje**. Disponible en <http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/skinner.html> Consulta: 15/08/2014.



EL MÉTODO HARVARD DE NEGOCIACIÓN. FUNDAMENTOS FILOSÓFICOS Y ONTOLÓGICOS

Yudelis León

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
ycleon@hotmail.com

Gustavo Paz

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
gustavopaz@hotmail.com

Jorge Suárez

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
jorgeasuarezs@hotmail.com

RESUMEN

Existe una gran variedad de enfoques, marcos y teorías que contribuyen a la comprensión del complejo fenómeno de la negociación, la mayoría de estos se ubican dentro de un paradigma positivista, que si bien permite el análisis y explicación de determinadas causas o promotores de los comportamientos de los individuos frente a situaciones de negociación, su abordaje compartimentado o por segmentos es insuficiente para poder abarcar la totalidad del proceso. En este artículo, realizando una investigación documental, los autores hacen una breve descripción de uno de los métodos de negociación más conocidos en el mundo occidental, desarrollado en la Universidad de Harvard por el fallecido Roger Fisher y sus colaboradores, variante conocida como “Método Harvard de Negociación”. En el presente documento se analizará su conexión con algunas de las teorías, enfoques filosóficos y ontológicos que, a pesar que los autores del método no hacen mención específica de su contribución al mismo, fueron identificados como fundamentos al referido procedimiento. Para lograr esto, el artículo se dividió en dos secciones: la primera explica brevemente el método de negociación de Harvard con algunos de los enfoques y modelos teóricos sobre negociación y cómo estos se relacionan con este método, y la segunda sección abarca una serie de reflexiones finales con conclusiones importantes sobre los aspectos epistemológicos de la investigación en este campo. Como aporte final se discierne en las razones por las cuales, después de tanto tiempo no se ha llegado a una teoría de negociación que dé cuenta de manera integral de este fenómeno, ubicando estas razones en el campo de la epistemología.

Palabras clave: Negociación, Método Harvard, Enfoque Epistemológico.

INTRODUCCIÓN

Aun cuando no existe una teoría que responda a todos los aspectos relacionados con el fenómeno de la negociación, muchos autores han tratado de explicar sus fundamentos, generalmente desde las perspectivas de sus propias disciplinas y empleando un enfoque deductivo y/o descriptivo. Esta metodología, amén de ayudar a entender un poco más acerca de este complejo concepto, es insuficiente desde su origen, cuando se trata de la total comprensión de este sintagma. Sin duda, la amplia gama de enfoques permite comprender mejor el fenómeno, siendo a la vez un testigo que denuncia la complejidad de encontrar una única teoría que englobe los aspectos y subprocessos de su funcionamiento.



El presente artículo es un esfuerzo por, desde una perspectiva documental y descriptiva, resaltar los principales enfoques de la negociación, añadiendo lo que se consideran sus principales aportes al método Harvard, planteando una nueva vía para lograr mayores avances desde una plataforma de pensamiento post positivista. Para lograr esto, se explica brevemente el mencionado método de negociación y se orientan reflexiones desde la perspectiva de los autores, en franca búsqueda hacia la contribución de la teoría que sustenta la materia, sirviendo como aporte referencial en el amplio proceso de la negociación en todos sus espectros.

EL MÉTODO DE NEGOCIACIÓN DE HARVARD

Este conocido método, también denominado “método de negociación basado en principios” sustenta su fundamento en la interacción de 7 elementos integrados bajo una misma óptica de apertura. A través del estudio de tales factores: intereses, opciones, legitimidad, relación, comunicación, compromiso y alternativas, se consigue la meta colectiva que pretende generar esta metodología, la cual se desprende de los métodos tradicionales de negociación, propiciando el escenario adecuado para obtener los beneficios que satisfagan a ambas partes, en la medida de lo posible. A continuación, se hará un estudio sucinto de cada uno de estos elementos, para obtener la visión integradora antes explicada.

Intereses

Los intereses de las partes son expresión de las necesidades de cada una de ellas. Aunque pareciera simple, en este particular se aprecia una enorme diversidad que es característica del ser humano, producto de distintos sistemas de valores, aprendizajes y creencias. Es por esto que el tema ha dado pie para su análisis a una gran cantidad de psicólogos y estudiosos de la conducta humana y organizacional.

Numerosos autores, afirman que para lograr un avance significativo en cuanto a los intereses de las partes, es menester identificar la situación que pudiera satisfacer a cada una de ellas, y más aún, los intereses de ambas, lo que incluye el análisis de factores motivacionales, entre otros. Por tanto, la negociación basada en principios (Método Harvard), erradica la figura de la posición objetiva y antagónica de cada parte, por otros aspectos que generalmente son intangibles, y que están alineados con la personalidad de los seres humanos que validan determinada tendencia.

Por otra parte, la “Teoría de la Decisión” se encarga inicialmente de descomponer la problemática presente, definiéndola y analizándola, para seguir con la evaluación y elección de alternativas, que terminen en la aplicación final de la decisión. Todo este proceso debe estar enmarcado desde el punto de vista de los intereses, así como en muchos otros factores que se interrelacionan con los elementos integradores dentro de una negociación.

Igualmente, el “Modelo de preocupación Dual”, genera fundamentación teórica al elemento referido a los intereses de las partes, puesto que se realiza un análisis de las preocupaciones propias y de la otra tendencia, técnica conocida como “el otro punto de vista”, originando entonces un sentido empático que pretende solucionar problemas comunes para el beneficio mutuo.

Del mismo modo, la preocupación por los resultados del otro se considera como opuesto a la preocupación por los resultados propios, estableciendo una relación antagónica entre el



postulado cooperativismo (ceder y resolución de problemas) y el criticado egoísmo que se observa al asumir posiciones radicales. Finalmente, el modelo permite distinguir dos maneras de promover los intereses propios: en primer lugar, por medio de la lucha y, en seguidamente, por la resolución de problemas, lo cual es el fin de toda negociación.

Opciones

Fisher y Ury (1981), definen las opciones como todas aquellas posibilidades que tienen las partes para ponerse de acuerdo sobre un tema, conceptualizando las opciones, como posibles entornos en los cuales podría ubicarse la empresa en el futuro, ya que en función principal de los escenarios es fundamental alertar acerca de posibles eventos que puedan afectar la organización.

La manera de generar opciones, es una de las partes más importantes de cualquier proceso de negociación. Es aquí donde entra en funcionamiento el momento creativo y donde se pueden desarrollar esos procesos mentales que de una manera dialéctica, buscan y mezclan información para conseguir una solución a los planteamientos y diferencias que se presentan entre dos o más tendencias antagónicas en conflicto.

Durante el proceso de generar opciones, la idea se centra en pensar la manera de agrandar el volumen del negocio para todos, más que en quedarse con la parte más grande. Es aquí donde se genera el procedimiento dialéctico del pensamiento. La experiencia del Proyecto de Negociación de Harvard plantea que son muchos los casos donde las partes, al ponerse de acuerdo sobre sus intereses y haber desarrollado un proceso creativo de generación de opciones, han logrado generar un negocio mayor al que inicialmente tenían planteado. Una de las razones por las cuales son persuasivas las opciones que están sobre la mesa de negociación o de las alternativas que están fuera de la misma, es que tanto las opciones como las alternativas estén basadas sobre claros criterios marcados por la objetividad y la justicia.

Tradición Conductual

El desarrollo del concepto de negociación basado en intereses, tiene su origen en la década de 1960 y se da precisamente a partir de la aplicación de las teorías de conducta humana al campo de las relaciones industriales, desarrollado principalmente por Steven (1966), Walton y Mckersie (1965). Esta tradición se ha distinguido por ser más descriptiva que prescriptiva, explorando las diversas caracterizaciones del proceder de los individuos que integran una o varias organizaciones.

TEORÍA DE LAS NEGOCIACIONES LABORALES DE RICHARD E. WALTON Y ROBERT B. MCKERSIE

En 1965 dos profesores de relaciones industriales, de origen norteamericano, Richard Walton y Robert Mckersie publicaron un libro llamado "Teoría de las negociaciones Laborales". Para comprender mejor dicha teoría, la dividieron en cuatro sistemas de actividad o subprocesos de Negociación: (a) La negociación distributiva; (b) La negociación integradora (la cual representa el concepto de la negociación basada en intereses); (c) La estructuración de las actitudes; y (d) La negociación intraorganizacional o intracorporativa.



Este modelo muestra cómo en todo proceso de negociación se producen procesos cognitivos y emocionales, toma de decisiones sobre conflictos de interés y sobre resolución de problemas, reestructuraciones de actitudes y de interacciones. Estos subprocesos tienen lugar entre las partes negociadoras como entre los representantes y sus representados.

Negociación Integradora

Haciendo énfasis en la Negociación Integradora, se da pie a la negociación basada en Intereses o Principios, y sustenta el elemento “Opciones” del modelo de Harvard bajo análisis. Esta teoría aporta un lugar intermedio y las partes perciben que pueden hacerles frente de manera conjunta al conflicto, de manera de concentrarse en construir ideas que satisfagan los intereses de todos los involucrados.

La negociación integradora constituye la formulación de los autores que servirá de base para que dos décadas más tarde se desarrolle el concepto de Negociación Basada en Intereses (NBI). A este tipo de negociación, además de evolucionar y convertirse en el mencionado constructor teórico, se le conoce también como “negociación de colaboración”, de “ganar – ganar”, de “ganancias mutuas” o de “solución de problemas” (Lewicki, Saundres y Barry, 2012).

Evolución posterior del Modelo de Walton y Mckersie

El modelo de Walton y Mckersie, es considerado predominantemente teórico y descriptivo; es decir un modelo que generó una explicación desde la teoría de la conducta para las dinámicas de negociación laboral que habían sido registradas en los estudios de relaciones industriales. Asimismo, el modelo presentado por Fisher y Ury, basado en interés o negociación por principios, intenta superar los modelos tradicionales de negociación (dura y suave) al igual que presentado por Walton y Mckersie. No fue sino hasta 1981, con la publicación del libro “Si, de Acuerdo!” que Roger Fisher y William Ury, popularizaron un modelo de negociación prescriptivo y práctico que retoma los principios de negociación integradora formulada por Walton y Mckersie.

Legitimidad

Este elemento se construye por medio de factores objetivos que son incorporados en la mesa de negociación y que pretende generar un análisis pormenorizado de la situación en conflicto, para derivar soluciones justas, equitativas. Por otra parte, tales soluciones y los procesos asociados a su planteamiento deben revestirse con un grado de legitimidad, para lo cual se utilizan criterios externos que son presentados a las partes, de manera de generar el marco referencial necesario que permita la creación de un resultado basado en un modelo “ganar-ganar”.

En éste orden de ideas, Rawls (1971), en su “Teoría de la Justicia”, profesa la reconciliación de los principios de libertad e igualdad a través de la visión de la justicia y la equidad, acercándose a los argumentos que sustentan la justicia distributiva, como forma de armonizar las relaciones humanas. Esta teoría se basó en numerosos estudios, como los realizados por David Hume sobre las circunstancias de la justicia y los aportes de Kant sobre la situación de elección justa, ofreciendo un análisis exhaustivo de los principios que soportan tal teoría filosófica y humanística.



En el “modelo de aspiraciones altas” de Pruitt y Rubin (1986), se provee un desafío a las partes, reduciendo la creatividad a los límites del potencial integrador, estableciendo la necesidad de la flexibilidad de las propuestas formuladas en la mesa de negociación para lograr un acuerdo que satisfaga los intereses de ambas tendencias por, lo que se constituye como una teoría del mismo autor, formulada en el año 1983, conocida como la “flexibilidad firme”, así como la teoría de la “negociación posicional o competitiva” del año 1991, la cual analiza la negociación basada en el interés, centrada no en las posiciones manifiestas de las partes sino en sus intereses subyacentes y en la búsqueda de al menos un elemento en común que permita llegar a un acuerdo.

Esto es, la legitimidad convence a las partes de ciertos aspectos que son objetivos, justos y equitativos, generalmente irrefutables a la luz de la lógica y del sentido común. Por otra parte, este elemento se refuerza con la conocida necesidad de equidad, intrínseca de los seres humanos, deseosos de recibir un trato justo, para el armónico desenvolvimiento de los seres humanos en sociedad.

Relación

La relación, como uno de los siete elementos del modelo de Negociación de Harvard, se ha considerado una herramienta útil en el diagnóstico, manejo y posible solución del mismo, específicamente, como herramienta de preparación en cualquier situación donde se necesita persuasión. Según Fisher, Kopelman y Kupfer (1999), en este modelo cada elemento sería encabezado con preguntas, formulando la relación entre las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la capacidad de las partes para trabajar juntas?; ¿Hay una relación de trabajo entre los negociadores?; ¿Las partes están prestando atención al tipo de relación que quieren tener en el futuro?

Asimismo, la tradición conductual de relacionamiento desarrollada por Ovejero (2004), ha sido fundamentalmente descriptiva, pretendiendo explicar no tanto como debe ser la negociación, sino cómo funciona en la realidad. Este modelo se enmarca en los años sesenta, siendo principalmente aplicado por economistas interesados por el tema de la negociación laboral (Steven, 1966; Walton y Mckersie, 1965), y continuados por muchos otros autores.

También, en este marco descriptivo, plantea Bazerman y Lewicki (1985), citado por Ovejero (2004), que a nivel organizacional pueden destacarse tres tendencias actuales en el estudio de la negociación:

- a) Aproximaciones económicas: asume que la conducta es racional, y en definitiva, postulan cómo se deberían comportar los negociadores. Para muchos críticos de este fundamento como Raiffa (1982) el oponente no tiene por qué comportarse necesariamente de un modo totalmente racional. Esta corriente generó dos aportaciones básicas: (a) las decisiones de los negociadores se desvían sistemáticamente de la racionalidad; y (b) el impacto que los límites y restricciones de los negociadores pueden tener sobre el resultado negociador.
- b) Aproximaciones de la teoría de la decisión conductual: los autores de estas tendencias han propuesto una segmentación basada en que: (a) las decisiones de los negociadores se desvían sistemáticamente de la racionalidad; y (b) el impacto que los límites y restricciones de los negociadores pueden tener sobre el resultado negociador.



- c) Aproximaciones psico-sociológicas: las aportaciones de la psicología social a este campo proceden principalmente de los estudios de Deutsch y Krauss (1970) y de Walton y Mckersie (1965). Sus postulados se refieren a la distinción entre negociación integrativa y distributiva, la identificación de los problemas creados por la tendencia cognitiva de la mayoría de los negociadores a percibir la negociación como una relación de suma cero (Bazerman, 1983); las estrategias propuestas para superar tales limitaciones y el marco psico-sociológico para interpretar las conductas tácticas integrativas y distributivas de los negociadores (Pruitt y Rubin, 1986).

Comunicación

En el proceso de negociación, es de vital importancia la comunicación; en el método presentado por Fisher y Ury (método de negociación Harvard) este elemento juega un papel predominante que permite generar acuerdos que satisfagan las partes involucradas. Marc y Picard (1992) definen la comunicación como “un conjunto de elementos en interacción en donde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos. La comunicación se realiza por dos vías: verbal y no verbal, las cuales son fundamentales para lograr las metas de una negociación y resolver conflictos.

TEORÍA CONDUCTISTA DE LA COMUNICACIÓN

El principal precursor de esta teoría es B. F. Skinner, quien se refiere al aprendizaje como un cambio de conducta observable el cual puede ser modificado por el medio que le rodea. Los elementos que lo componen son: (a) Estímulo: hace referencia a cualquier cosa que influya efectivamente sobre los aparatos sensitivos de un organismo viviente; (b) Respuesta: son las acciones llevadas a cabo ante cualquier evento; (c) Consecuencia: hecho o acontecimiento que resulta de otro; y (d) Recompensa: incentivo ofrecido a alguien por la realización de una tarea.

Desde los años cincuenta, los investigadores de la Escuela de Palo Alto, también conocida como “Colegio Invisible”, dieron cuenta de las situaciones globales de interacción de las que participa el ser humano. Si bien durante esa época el modelo lineal de la Razón y la Palabra, propuesta por Shannon y Weaver, gozaba de una posición dominante en la reflexión teórica sobre la comunicación, algunos investigadores norteamericanos trataron de partir de cero en el estudio de tales fenómenos. Fue así como se pasó del modelo lineal al modelo circular de la comunicación, enormemente influido por las ideas de la cibernética, de la que proviene el concepto de feedback o retro alimentación.

Teoría de la comunicación humana

Se publicó originalmente en 1967, en un momento en que a las aproximaciones funcionalistas y críticas en comunicación se sumaron, como respuesta, los aportes del pensamiento sistémico propuesto por la mencionada Escuela de Palo Alto. Por oposición al modelo lineal de Shannon y Weaver, conocido también como el “Modelo telegráfico”, la propuesta de dicha Escuela se conoce también como “Modelo orquestal de la comunicación”.

En revisión de las teorías mencionadas se puede inferir que cada una de ellas ha contribuido en el desarrollo del elemento comunicación en el método presentado por Fisher y Ury, tomando en cuenta que la comunicación asertiva respeta los derechos propios y los derechos de los demás. La percepción, el conocimiento y la emoción debe preceder a la



comunicación para que esta sea efectiva, puesto que si se tiene en cuenta estos elementos al momento de negociar, los resultados finales posiblemente terminarán en un “ganar – ganar”. En una negociación, y especialmente en un desacuerdo, las emociones pueden ser más fuertes que las palabras, predisponiéndose las partes más para la batalla que a encontrar juntas la solución de un problema común.

Compromiso

Tan importante como lograr el acuerdo es asegurarse que el mismo va a ser cumplido por las partes tal y como se estipuló. Con frecuencia un negociador cuyo poder de persuasión sea lo suficientemente fuerte para doblegar a su oponente, consigue fórmulas que le pueden ser muy beneficiosas para él, pero desventajosas y quizás injustas para sus oponentes, lo cual es un detonante para su incumplimiento.

Esta situación se hace crítica puesto que por lo general un desenlace de este tipo implica la diversión de mayores recursos para resolver el nuevo conflicto, y muy probablemente el deterioro de las relaciones entre las partes. En este sentido, Fisher y Ertel (2004) afirman que “para que una negociación pueda considerarse que ha tenido éxito, estos compromisos deben ser claros, bien planeados y duraderos”

La “Teoría de la División Justa” se fundamenta en el hecho que las personas se ven influenciadas por sus percepciones de lo que es justo. En este sentido, un individuo que siente que es tratado de manera justa, tratará de dar un trato similar a su oponente. Gueth y Huck (1997), Kravitz y Guntto (1992) y Rabin (1993) en Camarro, Marchiori, y Sgobbi (2006, p. 37), establecen que existen dos posibles escenarios para ofrecer tales acuerdos; “(1) individuos con intereses individuales hacen ofertas justas porque temen que las ofertas injustas sean rechazadas, e (2) individuos hacen propuestas justas simplemente porque están motivados por la justicia”.

Por otro lado, y desde una perspectiva económica, del punto de vista de la “Teoría de la Utilidad Esperada” la conducta justa surge del interés individual, en lugar que del altruismo de los agentes. Aun cuando estas teorías no explican exhaustivamente los comportamientos de las personas en todas las distintas circunstancias, es indiscutible que “...al menos bajo ciertas circunstancias, y al menos en una fracción de los jugadores, la equidad importa” (Camarro et al., 2006, p. 38).

Es indiscutible que para el caso del compromiso de cumplir con los acuerdos que se hayan alcanzado, es muy importante que las personas perciban que han sido tratadas de manera justa. Siguiendo nuevamente a Camarro et al. (2006, p. 48), dicho autor afirma que “la integración de la Teoría de la División Justa en negociación es, sin embargo, crucial si la solución - acuerdo ha de ser implementado y sostenido” (Resaltado propio). Asimismo, una perspectiva de la investigación del proceso de la negociación es la que Neale y Bazerman (1985) califican como efectos estructurales.

Al efecto, Walton y McKersie (1965), en Neale y Bazerman (1985, p. 37), observan que “la presión generada por los grupos de interés sobre la lealtad, compromiso y la defensa de determinadas posiciones pueden no estar en el mejor interés ni de los grupos de interés ni de los negociadores”. Este reconocimiento explícito de la importancia de los grupos de interés, relaciona el punto según el cual todo compromiso adquirido en un acuerdo por las partes



negociadoras, si ha de ser cumplido cabalmente, debe tener en cuenta a los distintos grupos de interés. Esto guarda consistencia con los postulados de Mitznberg (1994) sobre las teorías de la planificación estratégica, señalando que entre las causas de su fracaso, se destaca la del divorcio entre los planificadores y los ejecutores del plan.

Alternativas

Otro de los elementos que comprende el método Harvard de Negociación se fundamenta en la identificación de las alternativas que se presentan o pueden presentarse a los negociadores en caso de no llegar a un acuerdo. Esto es importante puesto que permite a los negociadores establecer ciertos límites en cuanto a los resultados que pueden o no esperar de la negociación. Es decir, si los beneficios percibidos de las alternativas posibles son superiores a los que se pueden razonablemente esperar del proceso de negociación en curso, entonces esto supone un límite en cuanto al mínimo de ganancia esperada de la negociación.

Dos elementos importantes destacan en este particular: el primero es que por el hecho que las alternativas presenten una referencia que sirve para conocer los límites de los agentes a la hora de negociar, no debe esto entenderse como una posición de parte del negociador, sino una herramienta que le ayuda a determinar cuándo una negociación debe ser terminada o reformulada sobre la base de los criterios de eficiencia, o lo que es lo mismo del logro del acuerdo que sea más conveniente para él.

Por otro lado, el planteamiento de las alternativas debe hacerse con la mayor objetividad posible y valorando integralmente tanto su viabilidad como factibilidad. Esto quiere decir, que la alternativa es ciertamente ejecutable con los recursos disponibles, en ausencia del posible acuerdo en desarrollo (factible), y que realmente resuelva de una mejor forma la situación que dio origen al proceso de negociación, es decir que sea viable.

Los autores del método, para hacerlo más operacional, idearon la denominada “Mejor Alternativa A un Acuerdo Negociado” (MAAN). Este término pretende representar la concreción de una alternativa que, pasando las pruebas de viabilidad y factibilidad, demuestre tener el más alto valor para el negociador. En este particular, Fisher y Ury (1981, p. 85), fijan posición al afirmar que “un error frecuente es ver las alternativas como un todo”.

Un componente intrínseco para la negociación es que supone un proceso de toma de decisiones donde la racionalidad de los actores es limitada, debido a la consabida capacidad reducida de los individuos para procesar grandes cúmulos de información (Simon, 1957). Por otra parte Gleiser (2010, p. 3), explica que “estas limitaciones dan lugar a decisiones en las que los individuos, en lugar de encontrar una solución óptima, tienden a hallar una que sea suficientemente buena, fenómeno que Simon denominó “satisficing”.

Esta teoría establece que los seres humanos utilizan estrategias cognitivas simplificadoras para la toma de decisiones. Sus estrategias son denominadas heurísticas decisionales, en las cuales los trabajos empíricos de Bazerman y Neale (1992) sobre la racionalidad en negociación, identifica un conjunto de heurísticas (propensiones observadas frecuentemente en el comportamiento de los negociadores), que hacen que en el contexto de la negociación exista una tendencia a apartarse de las soluciones racionales por efecto del sesgo sistemático que introducen tales reglas decisionales.



Al respecto, Bazerman y Neale (1992, p. 41), expresan que “estos casos pueden suceder porque los negociadores no disponen de tiempo suficiente, habilidad de cálculo, memoria, experiencia, información, o experticia para desarrollar una distribución de probabilidades exactas para una consideración de precio con un oponente, acerca del cual tomar una decisión”. Por otro lado, Raiffa (1982) establece el uso de enfoques que sean prescriptivos y descriptivos a la misma vez. Es decir, que sirvan por un lado para explicar la conducta de los oponentes en una negociación, al tiempo que da luces sobre las acciones que hay que desarrollar para ser exitoso en la misma.

REFLEXIONES FINALES

La negociación es un proceso complejo, sobre el cual la comunidad académica ha venido realizando ingentes esfuerzos para intentar desarrollar un modelo teórico exhaustivo e integrador, objetivo este que, a criterio de los autores, ha resultado esquivo hasta este momento. Sin embargo, la puesta en marcha de estos esfuerzos ha resultado en una importante cantidad de modelos, teorías, entre otras, que tomando perspectivas específicas, buscan explicar al menos una parte de este singular fenómeno.

Es quizás, esta percepción compartimentada y de naturaleza deductiva la que ha impedido dar cuenta del proceso como un todo, al tomar en consideración que el mismo tiene su centro en la conducta humana, con todas las particularidades y complicaciones que de ella se derivan. Por así decirlo, es imposible que modelos que asumen racionalidad de los agentes, como por ejemplo los modelos económicos, puedan dar respuesta de este fenómeno en su totalidad, al igual que se considera muy difícil, a la luz de los resultados obtenidos hasta ahora, que a través de paradigmas epistemológicos que buscan la comprobación o verificación o del trabajo deductivo desarrollado sobre la base de teorías preexistentes, resuelvan satisfactoriamente este problema.

Es opinión de los autores de este artículo, que siendo la negociación un asunto directamente vinculado a las ciencias sociales, y en consecuencia sumamente complejo y multivariable, que extrae además su significado de la interrelación de los sujetos en contextos determinados, un enfoque fundamentado en paradigmas epistemológicos como es el caso de la Teoría Fundamentada Clásica (Glaser, 1998), puede ayudar mucho más en la comprensión de este fenómeno y al desarrollo de una teoría sustantiva general e inclusive una formal.

Por otra parte, tal como ya se dijo, son tanto innegables como muy valiosos los aportes de los distintos enfoques y autores; muchos de estos informan los métodos modernos como el desarrollado por Fisher y Ury (1981), que ha servido en este trabajo para realzar dicho valor, así como para distinguir el contraste entre métodos y modelos o teorías en el campo de la negociación.

Resumiendo los enfoques tratados en este artículo en su relación con el método Harvard, se observa que el modelo económico de negociación provee de un esqueleto útil para comprender el proceso. Sin embargo, los negociadores se distancian sistemáticamente del modelo. Está claro igualmente que, los sistemas estructurales tienen un efecto en los resultados de la negociación; sin embargo, como es esto posible, es algo que tampoco ha sido dogmáticamente definido.



Por otro lado, los factores de personalidad son innegablemente influyentes a la hora en que los actores decidan por una estrategia u otra, pero no define cómo su juicio influye sobre dicha selección. El denominado paradigma dominante de Walton y McKersie, aparte de establecer límites y posibilidades de interacción entre las partes basados en sus percepciones, falla en describir cómo se forman y desarrollan tales percepciones (heurística de las decisiones).

En conclusión, vistas las connotaciones presentadas en este artículo, las cuales no pretenden ser definitivas a sabiendas de la amplitud del conocimiento existente sobre este aspecto, así como las limitaciones propias referidas a las fuentes consultadas, se puede inferir que parte del problema para el desarrollo de una teoría general exhaustiva de la negociación está en el paradigma epistemológico predominantemente utilizado en contraste con los resultados que se esperan, como por ejemplo, en el desarrollo de una teoría general de negociación, que permita una evolución sostenida en el tiempo, tomando en consideración un vasto universo de variables propias de las relaciones humanas, que necesitan un continuo estudio para la concreción de nuevas teorías conductuales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bazerman, Ch. (1983). **Reporting the experiment: the changing account of scientific doings**. The Philosophical Transactions of the Royal Society. 1665-1800.
- Bazerman, M., & Neale, M. (1992). **Negotiating rationally** [Negociación racional]. NY: The free Press.
- Camarro, C., Marchiori, C., & Sgobbi, A. (2006). **Advances in negotiation theory: Bargaining, coalition and fairness**. [Avances en la teoría de negociación: Regateo, coaliciones y justicia] Social Science Research Network, 8
- Deutsch, M. y Krauss, R. (1970). **Teorías en psicología social**. Buenos Aires: Paidós. (Publicado originalmente en 1965).s: Paidós.
- Fisher, R., & Ertel, D. (2004). **Getting ready to negotiate** [Obtenga el Si, en la práctica] (A. Santapau Trans.). (2da ed.). España: Gestión 2000.
- Fisher, R., & Ury, W. (1981). **Getting to yes, Negotiating agreement without giving in** [Sí de acuerdo! Cómo negociar sin ceder] (E. Vasco Trans.). (V ed.). Colombia: Norma S.A.
- Fisher R. Kopelman E.; Kupfer A. (1999). **Más allá de Maquiavelo**. Ediciones Granica. Argentina.
- Gleiser, D. (2010). **Innovación en situaciones de negociación. Herramientas inventivas para crear valor**. Estudios Gerenciales, 26(116), 83-100. Recuperado desde <http://search.proquest.com/docview/818322264?accountid=50437>
- Lewicki R., Saunders D. y Barry B. (2012). **Fundamentos de Negociación**. Estudios Gerenciales Universidad ICESI. Colombia. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- Marc y Picard (1992). **La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación**. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.



- Mitnzberg, H. (1994). **The rise and fall of strategic planning** [El auge y caída de la Planificación Estratégica]. Engleewood, N.J.: Prentice Hall Inc.
- Neale, M. A., & Bazerman, M. H. (1985). **Perspectives for Understanding Negotiation: Viewing Negotiation as a Judgmental Process**. [Perspectivas para entender la Negociación: Viendo la Negociación como un Proceso de juicio]. *The Journal of Conflict Resolution*, 29(1), 33-55. Recuperado desde <http://www.jstor.org/stable/174038>
- Ovejero A. (2004). **Técnicas de Negociación. Cómo negociar eficaz y exitosamente**. McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U. España.
- Pruitt, D. y Rubin, J. (1986). **Social Conflict: Escalation, Stalemate and Settlement** [Conflicto Social: Escalada, Estancamiento y Asentamiento]. Random House. Michigan.
- Raiffa, H. (1982). **The Art and Science of Negotiation** [El Arte y la Ciencia de la Negociación]. NY: Belknap.
- Rawls, J. (1971). **Theory of Justice** [Teoría de la justicia]. Harvard University Press. Cambridge
- Simon, H. (1957). **Models of Man** [Modelos de Hombre]. NY: John Wiley & Sons.
- Steven, C. (1966). **Is compulsory arbitration compatible with bargaining?** [¿Es el arbitraje obligatorio compatible con el regateo?]. *Industrial Relations* 5: 38-50.
- Walton, R. y McKersie, R. (1965). **A Behavioral Theory of Negotiation** [Una teoría de la conducta de Negociación]. New York: McGraw-Hill.



INVERSIÓN PÚBLICA EN COLOMBIA Y SUS EFECTOS SOBRE EL CRECIMIENTO Y LA CONVERGENCIA DEPARTAMENTAL

Guillén León

Universidad del Atlántico
guillenleon@gmail.com

Hamadys Benavides

Universidad Autónoma del Caribe

RESUMEN

Uno de los mecanismos para impulsar el crecimiento económico, y su posible convergencia, a nivel regional se origina en el nexo con la inversión pública. Por ello, la política regional orientada a la provisión de capital público es actualmente la alternativa más utilizada para resolver disparidades territoriales. En este sentido las teorías de crecimiento y convergencia económica, así como sus extensiones a la inversión pública ofrecen evidencia teórico/empírica del crecimiento a largo plazo, como lo destacan Meir (1976), Barro (1990), Sala-i-Martin (1996), entre otros. Precisamente el objetivo de este trabajo es examinar los efectos de la inversión pública, a partir de las transferencias o asignaciones del presupuesto nacional, sobre el crecimiento económico y la convergencia departamental para Colombia en el periodo 1994 – 2012. Se utilizó la metodología de panel de datos para capturar la heterogeneidad asociada a las características no observables entre los departamentos y el tiempo. Los resultados revelan la presencia de convergencia β absoluta y condicional en el periodo analizado; Sin embargo, no se evidencia una relación directa de las transferencias dentro del proceso de convergencia departamental para la muestra seleccionada, infiriendo de esta forma la necesidad del estado colombiano por fortalecer políticas públicas dirigidas a potenciar el capital humano de los departamentos más pobres, con mayores asignaciones presupuestales en componentes como ciencia y tecnología.

Palabras Clave: Convergencia, transferencias gubernamentales, crecimiento económico.

INTRODUCCIÓN

La inversión pública constituye para muchas economías el principal instrumento de influencia en su crecimiento económico y desarrollo sostenible. También resulta fundamental para atacar las brechas socio económicas entre países/regiones. Por tal razón, desde hace algunos años los estudios de la inversión pública y el efecto sobre el crecimiento a largo plazo han cobrado mayor importancia, tanto en el ámbito teórico como empírico, en particular desde mediados de los años ochenta cuando emergieron las nuevas teorías de crecimiento endógeno. En este aspecto, el artículo seminal de Barro (1990) constituye el renacimiento del análisis empírico de la inversión pública y su relación con el crecimiento económico, pues en su momento, Arrow y Kurz (1970) lo consideraron bajo el esquema de un modelo neoclásico.

Las motivaciones de estos y otros estudios, se centran en la participación agregada del sector público y su incidencia económica sobre el crecimiento y el estado de bienestar. Sin embargo, para países como Colombia, los resultados de una expansión en la inversión pública no se traducen significativamente en un crecimiento y bienestar social para sus territorios,



evidenciado en un aumento de las brechas y disparidades económicas entre los departamentos del país, en términos de ingreso per cápita, provisión de servicios sociales, condiciones de vida e infraestructura. Por ello resulta importante analizar la eficiencia de la inversión pública, evaluada a través de las transferencias a los entes territoriales o del gasto público ejecutado directamente por el gobierno central, de tal forma que se pueda establecer si la política redistributiva obedece a una política o composición inadecuada.

En este sentido, el objetivo de este trabajo tiene que ver con el estudio del impacto de la inversión pública sobre la dinámica económica y social en los departamentos de Colombia, a partir de las transferencias del nivel central a los departamentos como proxy de la inversión pública y su diferenciación; constituyendo la novedad de este trabajo. Para ello, se presentan algunos argumentos teóricos y se realiza un análisis empírico para contrastar los objetivos propuestos.

La estructura del trabajo es la siguiente: En la segunda sección se repasan los principales argumentos y resultados teóricos de la inversión pública y su efecto en el crecimiento/convergencia departamental. Seguidamente, se realiza un análisis de la evolución de la inversión del gobierno central a los diferentes departamentos, enfatizando en el gasto público destinado a la educación y la salud en el periodo de 1994-2012. La cuarta sección, aborda el análisis econométrico a partir de una aplicación empírica usando data panel para establecer el grado de convergencia departamental y la influencia de la inversión pública en el crecimiento de los departamentos; finalmente se presentan las conclusiones.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

El papel de la inversión pública en el crecimiento económico ha sido considerado ampliamente en la literatura económica. Meir (1976), argumenta que el proceso de crecimiento basado en las decisiones privadas de inversión, no constituyen un fundamento suficiente para el crecimiento en las regiones subdesarrolladas, ya que las iniciativas privadas subestiman los beneficios sociales reales. Sin embargo, no fue hasta el trabajo de Barro (1990) que se formalizó un modelo que considerara el papel del capital público como determinante del crecimiento económico. Dicho autor, definió un modelo endógeno donde la tasa de crecimiento del ingreso per cápita depende de la existencia de la inversión gubernamental; encontrando una débil relación negativa entre la inversión pública y las tasas de crecimiento para casi 90 países en el periodo 1965-1985, utilizando modelos de corte transversal.

Por otra parte Evans y Karras (1994), apoyados en datos panel de un grupo de países de la OCDE para 1963 y 1983, encuentran una relación débil entre la inversión pública y su efecto sobre el crecimiento económico. Sin embargo, los trabajos de Knight et al. (1993), ofrecen evidencia positiva y una relación directa entre la inversión pública y el crecimiento. Los hallazgos De la Fuente (2000) ratifican esta relación favorable para los países de la OCDE, pero, condicionados a retornos decrecientes. Galindo y Escot (1998) proporcionan evidencia ambigua sobre los efectos de la inversión pública en las tasas de crecimiento per cápita para algunos países de OCDE. Gramlich (1994), realiza un análisis detallado sobre inversión pública, en particular, gastos en infraestructuras y crecimiento económico obteniendo efectos positivos sobre la tasa de crecimiento en el largo plazo. En trabajos más recientes, Kamps (2004) utilizando modelos VAR en una muestra de 22 países de la OECD, predicen que la mayoría de los países presentan efectos positivos en el producto como



resultado de la inversión pública, además de presentar una relación complementaria entre la inversión pública y privada.

En esta línea de estudios, también sobresalen variantes que analizan los impactos de la inversión pública en la convergencia económica, a partir de una reducción de las disparidades de ingreso per cápita, como efecto de una expansión del gasto público. Esta hipótesis de la convergencia se basa en los desarrollos del modelo neoclásico de crecimiento de Solow (1956), donde el PIB está determinado por los factores de producción, capital K , trabajo L , y la tecnología, A , actuando esta última como un factor exógeno. Debido a los rendimientos marginales del capital, las economías a largo plazo convergerán a un estado único y estable, llamado “Estado estacionario”, y del cual se derivan dos definiciones, ampliamente empleadas, β -convergencia y σ convergencia (Sala-i-Martin, 1996). La convergencia β establece una relación negativa entre la tasa de crecimiento de la renta y el nivel inicial de ella, es decir, los países o regiones más pobres tienden a crecer más que los más ricos y por tanto, se reduce la brecha entre ellos.

Existen dos tipos de esta convergencia: absoluta y condicional. La absoluta, se basa en supuestos muy rígidos, que en sentidos generales conllevan a que las diferentes economías alcancen un estado estacionario común sin importar las dotaciones iniciales de ellas, estos supuestos implican similares tasas de ahorro y de crecimiento de la población, así como iguales niveles de tecnología. Respecto a la convergencia β condicional su análisis y aplicación está en función de sus propias dotaciones y por tanto su tasa de crecimiento está relacionada con la distancia a la que se ubica de su estado estacionario o de equilibrio.

Por otra parte, la convergencia σ analiza la reducción de disparidades del ingreso per cápita entre distintas economías que usualmente es medida como la desviación estándar del logaritmo del ingreso por habitante. De la fuente (2000), concluye que la convergencia entre países es en la mayoría de los casos condicional, mientras que en regiones se suele presentar más la absoluta, también expone que el proceso de convergencia es muy largo, lo que sugiere que debería ser medido en décadas o siglos.

En el caso regional, Mass et al (1995), estiman la convergencia condicional y no condicional para el caso de 17 regiones españolas en el periodo 1955 -1991, y ofrecen evidencia a favor de la convergencia para la primera mitad del periodo analizado, asimismo, encuentran que la estructura productiva y el capital público tuvieron un papel importante en dicho proceso. Sin embargo, los vínculos entre la inversión pública y la convergencia regional, distan de estar claros. Pereira y Andraz (2004), y Lago-Peñas et al (2005), encuentran, para el caso de Portugal y España respectivamente, que la inversión pública ha beneficiado la actividad económica solo en las regiones más ricas. A esta conclusión también llega Vittorio (2009), quien explora la relación entre el gasto público y el crecimiento regional en Italia en el periodo 1996-2007 y obtiene como resultado que la asignación del gasto público en términos per cápita ha favorecido a las regiones más desarrolladas.

De igual manera, González-Paramo y Martínez (2002), examinan la relación entre la inversión pública y la tasa de crecimiento del producto per cápita para las regiones españolas en el periodo 1965-1997, usando un modelo de crecimiento neoclásico estimado a partir de técnicas de panel de datos. Sus hallazgos favorecen la convergencia β condicional entre las regiones, pero con un efecto no positivo de la inversión pública productiva en las tasas de



crecimiento regional, mientras que la inversión pública en educación y salud no arroja resultados claros.

Por otra parte, Bajo y Díaz (2003), incorporan únicamente a la función de producción componentes del gasto público, como capital público y transferencias, en el proceso productivo de las regiones españolas para el periodo 1967-1995, y encuentran que el capital público afecta de manera positiva al crecimiento en las regiones productivas, mientras que las transferencias presentan el mismo signo de influencia sobre el crecimiento en las regiones menos productivas. Los vínculos no solo han sido estudiados en relación al ingreso per cápita de las regiones, Martínez-López (2006), encuentra un efecto positivo entre la inversión pública productiva y social, y la inversión privada, mediante la utilización de técnicas de panel de datos para las regiones españolas en el periodo 1965-1997. Para otros contextos, Bergström (1998), resalta como la política regional introducida en la década de los setenta influyó en el crecimiento regional de la postguerra en Suecia, alcanzando un proceso de convergencia en sus niveles de ingreso per cápita desde 1945 para todos sus condados, adicionalmente, encuentra que el gasto gubernamental parece afectar de forma negativa el crecimiento regional del ingreso per cápita, así como las políticas regionales que son selectivas, no afectan la tasa de crecimiento de las regiones.

Para el caso colombiano, los trabajos pioneros sobre el proceso de convergencia fueron de Cárdenas et al (1993), quien utilizando el enfoque de Sala-i-Martin concluyó que en el país se presentaba el fenómeno de convergencia. Rocha y Vivas (1998), tomaron como referencia un modelo neoclásico de crecimiento y mediante técnicas bayesianas encuentran que en el periodo 1980-1994 no existe evidencia de convergencia regional, asimismo encuentran que las transferencias gubernamentales están relacionadas de forma negativa con el crecimiento económico departamental. Por su parte, Ardila (2004), indaga sobre la convergencia de ingreso per cápita entre los departamentos colombianos y sus variaciones al introducir los efectos del consumo público y la inversión pública departamental para el periodo 1960-1998, encontrando un claro proceso de divergencia regional en ese periodo. Respecto al gasto público, específicamente la inversión, sus efectos son positivos al afectar la posición relativa de algunos departamentos, pero no la dinámica de la distribución en su conjunto para el periodo 1985-1996. Mendoza et al (2013), analizan el desarrollo y la dinámica económica regional y la influencia que la inversión y el gasto público tiene para los departamentos colombianos en el periodo 2000-2010, obteniendo como resultado que el gasto público y la inversión afectan de forma directa la dinámica económica de los departamentos, influencia que es menor en las economías pequeñas.

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PÚBLICA TERRITORIAL

Las principales variables utilizadas para el tratamiento econométrico corresponden a los niveles de producción bruta per cápita por departamento y las transferencias recibidas del gobierno central para el periodo 1994-2012, las cuales se toman como proxy de la inversión pública pues representan más de 70% de los ingresos de capital de los departamentos. Se consideran 33 entidades, entre las cuales se encuentran los 32 departamentos colombianos y Bogotá Distrito Capital por su mayor participación. Los datos e información de la población, del Producto Interno Bruto y las transferencias del gobierno central provienen del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), efectuando el correspondiente empalme para la base 1994, mediante el método de retropolación, recomendado en el SCN93 (CEPAL 2009,



Stanger 2007). En primera instancia, la participación de los departamentos en el PIB total colombiano revela que históricamente los departamentos de Antioquia, Valle del Cauca y Bogotá D.C congregan el 50% del PIB del país a lo largo los últimos doce años, seguidamente de territorios como el Atlántico, Bolívar y Cundinamarca que representan, en promedio, las segundas más importantes participaciones en el total con 3.89%, 2.70% y 5.23%, respectivamente.

En el cuadro 1 se presenta los distintos niveles del PIB per cápita departamental con una auge para los territorios de Cesar y Putumayo, que subieron 12 y 13 posiciones, respectivamente. En cuanto a los departamentos líderes, no hay grandes modificaciones pues los diez primeros se han mantenido, solo que escalonando sus posiciones con excepción de Guaviare que perdió su posición respecto a Cesar. Se observa que el departamento del Casanare presenta el mayor PIB per cápita, ascendiendo una posición respecto al nivel presentado en 1994. Sin embargo, en este grupo el territorio que ha experimentado un mayor crecimiento del PIB per cápita promedio, con una tasa de 6.23% en el periodo 1994-2012, es Meta; sustentado en la dinámica de la explotación de petróleo crudo, que constituye la actividad económica más relevante para el departamento. En el PIB de Bogotá, se destaca las contribuciones de la intermediación financiera, el comercio y los servicios inmobiliarios, y en general la dinámica de los Nuevos departamentos es atribuida a la producción de petróleo con excepción de San Andrés y Providencia.

Los grandes perdedores en el PIB per cápita fueron Guaviare, Vichada, Amazonas, La Guajira y Quindío y Arauca, que disminuyeron más de 3 posiciones. En general se puede observar que los departamentos no mineros que tradicionalmente han sido pobres continúan siéndolo, y aquellos con mayores niveles de desarrollo se mantienen en dicha posición.



Cuadro1: Dinámica del crecimiento del PIB per cápita departamental

Departamento	Tasa de crecimiento 1994-2012	PIB per cápita 1994*	Posición	PIB per cápita 2012*	Posición	Variación
Casanare	2.69%	18764613.2	2	24425397.9	1	1
Meta	6.23%	8193758.89	4	23038029.1	2	2
Bogotá	1.25%	13188424.2	3	16244669.9	3	0
Santander	4.02%	7838246.93	5	15809727.8	4	1
Arauca	-2.21%	23997363	1	12659475.9	5	-4
Valle del Cauca	1.98%	7393989.71	6	10439460.8	6	0
Antioquia	1.98%	7255238.55	7	10230130.5	7	0
Boyacá	2.33%	6681622.51	9	9968272.4	8	1
Cundinamarca	1.81%	6991105.33	8	9548318.89	9	-1
Cesar	4.40%	4435446.68	22	9511044.95	10	12
San Andrés y Providencia	2.57%	6116607.56	13	9404220.5	11	2
Bolívar	3.10%	5412526.08	17	9208258.6	12	5
Atlántico	1.45%	6009482.58	14	7702386.72	13	1
Huila	1.17%	6287179.14	11	7636155.32	14	-3
Tolima	2.31%	4827098.05	21	7171008.24	15	6
Risaralda	1.36%	5658732.56	16	7097904.71	16	0
Caldas	1.62%	5402927.4	19	7094227.59	17	2
La Guajira	0.63%	6173108.9	12	6588666.85	18	-6
Quindío	0.75%	5812060.72	15	6440748.71	19	-4
Putumayo	8.27%	1644654.18	33	6100580.05	20	13
Norte de Santander	2.33%	3819694.12	24	5746617.33	21	3
Córdoba	2.34%	3530786.87	25	5265101.8	22	3
Magdalena	2.62%	3337657.55	26	5245633.75	23	3
Cauca	3.58%	2645607.18	31	4951402.08	24	7
Caquetá	2.61%	3155673	27	4622264.78	25	2
Sucre	2.39%	3003684.78	28	4545344.59	26	2
Amazonas	-0.66%	5406134.39	18	4436966.58	27	-9
Nariño	2.24%	2926418.63	29	4318194.66	28	1
Chocó	3.86%	2107277.34	32	4018181.71	29	3
Vichada	0.16%	4827128.31	20	4004961.37	30	-10
Guainía	0.18%	4070438.25	23	3815636.53	31	-8
Guaviare	-1.52%	6636288.59	10	3393303.63	32	-22
Vaupés	0.89%	2901807.48	30	3160973.77	33	-3

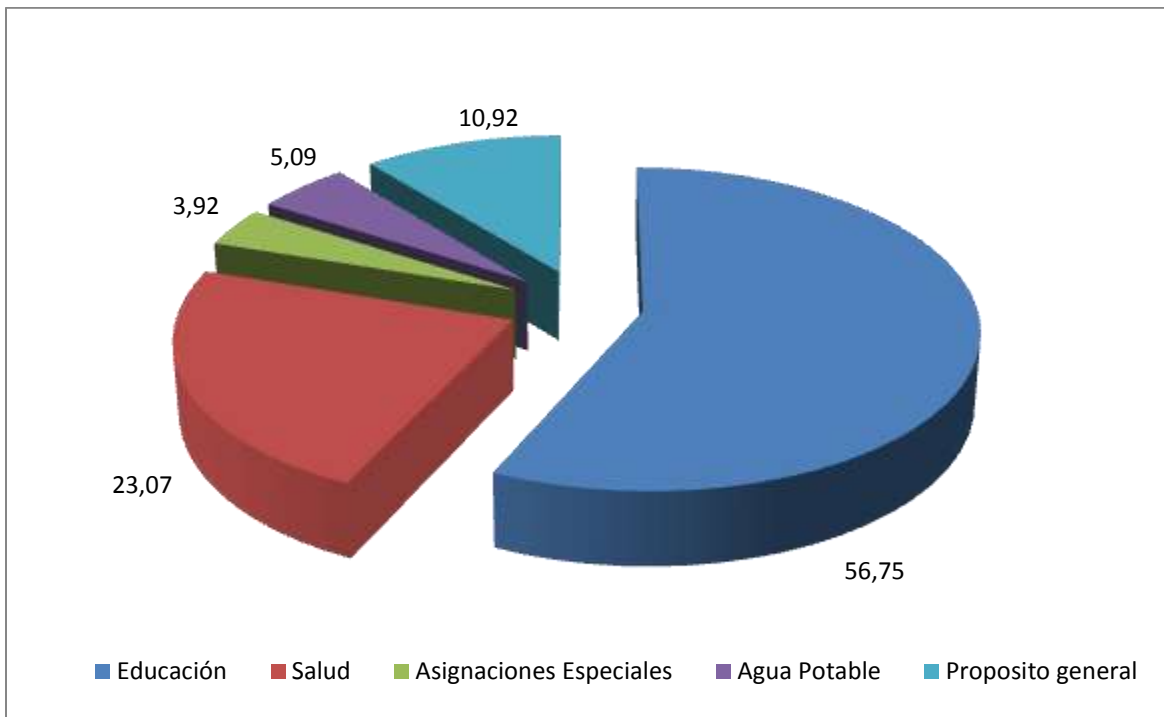
*Base 2005, pesos colombianos

Los datos de las transferencias del gobierno corresponden a los recursos del Sistema General de Participaciones (SGP) que la nación transfiere a los departamentos, distritos,



municipios y a los resguardos indígenas, de acuerdo a los artículos 356 y 357 de la Constitución Política con modificaciones en los Actos Legislativos 01 de 2001 y 04 de 2007. El destino de estos recursos corresponde a servicios en educación, salud, agua potable y saneamiento básico, además de los definidos en el Artículo 76 de la Ley 715 de 2001 y en la Ley 1176 de 2007. Según datos del DNP, los recursos de la nación transferidos a los entes territoriales en el 2012 se distribuyeron de la siguiente forma. Para educación fueron destinados 14,863,097,204 miles de millones de pesos, para salud 6,043,236,054, en propósito general - que abarca deporte, cultura, FONPET, libre destinación y otros - se giraron 2,861,287,274, para el rubro de agua potable 1,331,978,559 y finalmente en asignaciones especiales fueron destinados 1,027,761,233, para un total de 26,191,838,497 miles de millones de pesos corrientes (Gráfico 1).

Gráfico 1: Distribución porcentual de los recursos SGP 2012



Fuente: DNP

De esta forma y en la línea de los propósitos de la investigación se ha considerado tres variables de la inversión pública: las transferencias a la educación, a la salud y las transferencias totales que representan la sumatoria de los ítems anteriormente mencionados. Analizando la tendencia de las transferencias se observa que los departamentos que recibieron mayores ingresos en concepto de transferencias por habitante en educación y salud, fueron: Guainía, Vichada, Amazonas, Vaupés, Chocó, Guaviare, Sucre, Putumayo, Casanare y Caquetá. Estos departamentos, además de tener un mayor rezago económico y social, medido a partir de índices como el Índice de Calidad de vida, Necesidad Básicas Insatisfechas e Índice de los Derechos Humanos, presentan una alta dependencia de las transferencias del gobierno

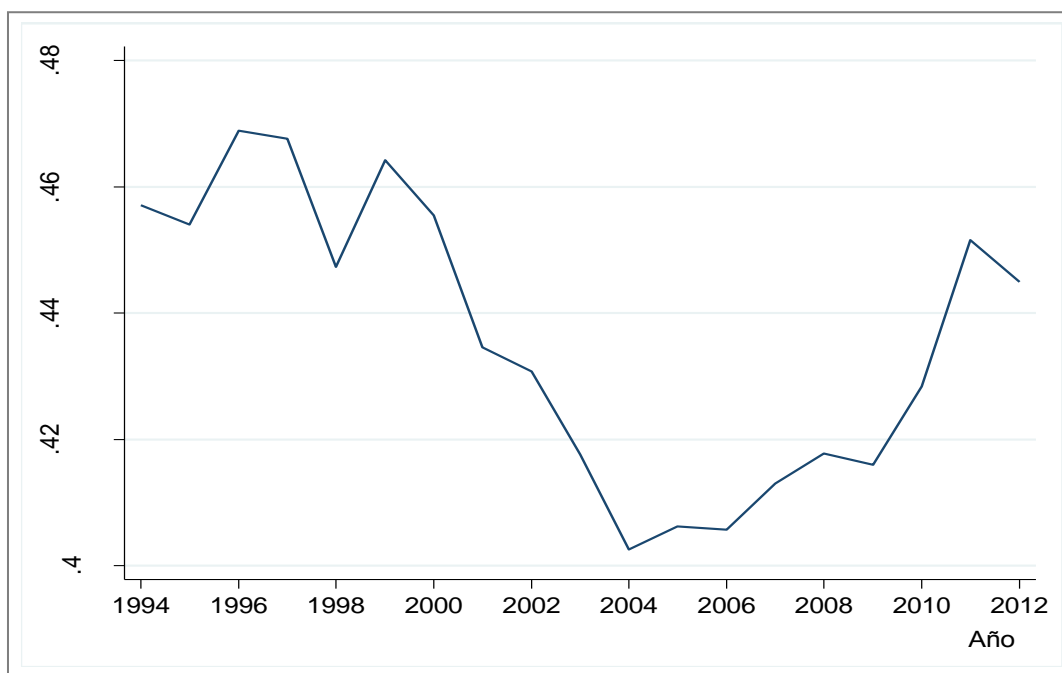


central, con mayores asignaciones per cápita. En contraste, los territorios correspondientes a Valle del Cauca, Antioquia, y Atlántico reciben menos transferencias per cápita.

ANÁLISIS DE CONVERGENCIA

El análisis y aplicación de σ convergencia y β convergencia absoluta al contexto de los departamentos colombianos (Gráfico 2) revela los altos y fluctuantes niveles de asimetría y dispersión del PIB per cápita entre 1994 – 1999. A partir de este último año el país experimenta un crecimiento económico notable y constante que contribuyó a la disminución de brechas económicas durante un quinquenio. Sin embargo, los esfuerzos del gobierno fueron insuficientes para continuar avanzando en la disminución de brechas y más bien se produce un cambio de tendencia en 2004, por el cual empiezan a escalar nuevamente las disparidades hasta rebasar el nivel de 0.44 en el 2011. Por tanto, bajo el criterio de sigma convergencia no es posible inferir de forma consistente acerca de la convergencia o divergencia de los departamentos a lo largo de todo el lapso temporal.

Gráfico 2: Convergencia σ a nivel regional

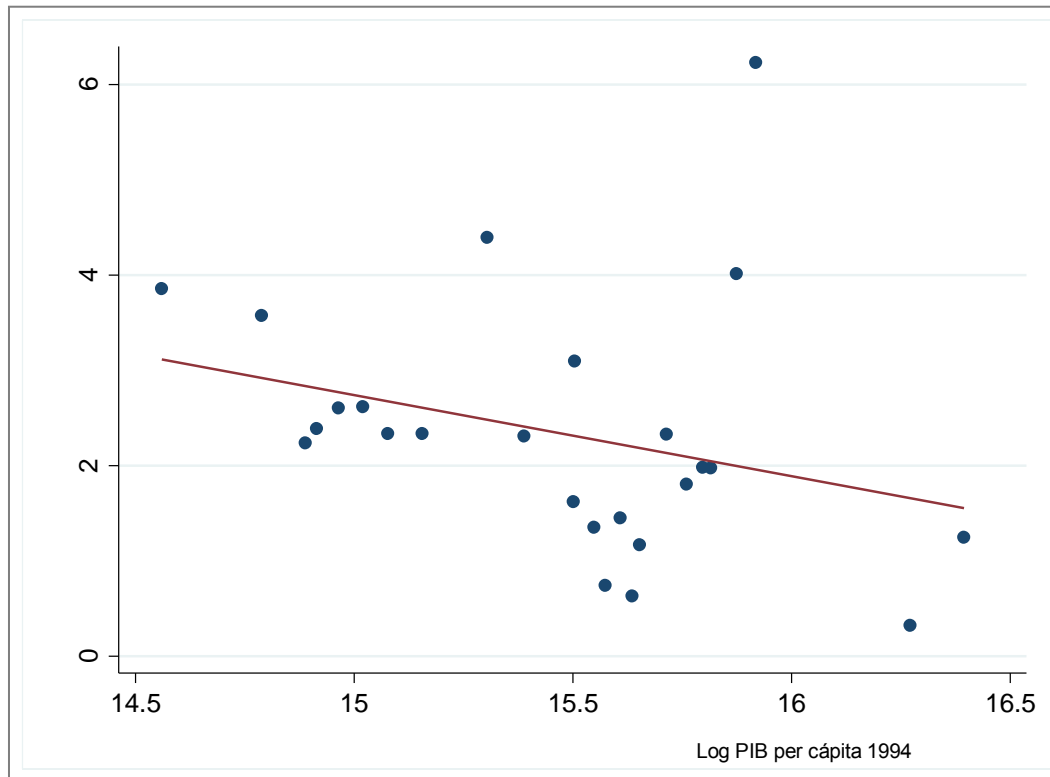


Fuente: Cálculo del autor con datos del DNP

Un segundo tipo de convergencia, tiene que ver con la β convergencia que sucede cuando la tasa de crecimiento del PIB per cápita tiende a ser mayor en los departamentos pobres. Existen dos modalidades de esta convergencia: absoluta y condicional. La absoluta se presenta cuando las regiones tienden a converger al mismo PIB per cápita, independientemente de las condiciones iniciales (Barro y Sala i-Martin, 1991). Como se aprecia en el Gráfico 3, al considerar toda la muestra de los departamentos colombianos, se evidencia una correlación negativa entre la tasa de crecimiento promedio del PIB per cápita y el logaritmo del PIB per cápita inicial, indicando “inicialmente” presencia de convergencia β absoluta.



Gráfico 3: Convergencia β absoluta



Fuente: Cálculo del autor con datos del DNP

ESTIMACIÓN ECONOMÉTRICA

Teniendo en cuenta que se trata de establecer un análisis entre unidades territoriales para un determinado periodo de años (los datos han sido divididos en 3 periodos, Cuadro 1.1 Anexo 1), el modelo toma la forma de Datos de Panel, por su ventaja al permitir capturar la heterogeneidad asociada a las características no observables entre los departamentos y el tiempo, fenómeno que no se puede detectar en modelos temporales o de corte transversal. La técnica de Datos de Panel tiene una ventaja adicional al incrementar los grados de libertad y reducir la colinealidad entre las variables independientes, mejorando la eficiencia de las estimaciones (Hsiao, 2003). Los diferentes modelos serán estimados por Efectos Fijos permitiendo de esa forma que cada departamento tenga su propio intercepto, controlando las características que no varían con el tiempo. Se aplicara la prueba de Hausman para observar que efectos son los más apropiados, los fijos versus aleatorios. Se comprobara la presencia de heterocedasticidad por medio de la prueba modificada de Wald y de igual forma, se probara la necesidad de utilizar efectos fijos temporales. Cabe resaltar que los resultados expuestos a continuación se han obtenido usando errores estándar robustos para controlar la heterocedasticidad. Partiendo de la ecuación básica del modelo neoclásico y siguiendo la metodología sugerida por Sala-i-Martin (1996) se estima la siguiente ecuación:

$$\frac{1}{T} \ln \left(\frac{y_{i,t0+T}}{y_{i,t0}} \right) = \alpha + \beta \ln(y_{i,t0}) + \mu_{i,t}$$



Donde,

y_{i,t_0} = PIB per cápita inicial del departamento i

y_{i,t_0+T} , = PIB per cápita del departamento i en los periodos $T_0 + T$,

β = tasa de convergencia

$\mu_{i,t}$ = error.

En cuanto a la convergencia β absoluta se utiliza tanto el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) como Efectos Fijos. Los resultados del MCO muestran evidencia a favor de la convergencia β absoluta en los departamentos colombianos, pues el coeficiente es negativo y significativo (-0.0099). Este resultado sugiere que un cambio del 1% en el nivel inicial del PIB per cápita implica una convergencia de 0.99%, por lo que la velocidad de convergencia en promedio es del 0.056%, por año.

Cuadro 2: Regresiones de Convergencia β absoluta, MCO y Efectos Fijos

Variable dependiente: Tasa de crecimiento del PIB per cápita			
Variable	MCO		Efectos Fijos*
Log(PIBpc)	-0.0099163 (0.01)	***	-0.0720289 (0.03) **
Constante	0.1687659 (0.095)	***	1.133933 (0.43) **
Observaciones	99		99
R-cuadrado	0.0163		0.2062
* Resultados con errores robustos		**P<0.05	*** P<0.1

Para el caso de la estimación vía efectos fijos el coeficiente de logaritmo del PIB per cápita inicial también es negativo pero con un mayor grado de significancia y mucho más grande (-0.07) revelando una mayor velocidad de convergencia (0.45% por año). Los valores de r^2 indican que el modelo no es robusto para el caso de MCO. De esta manera se confirman los resultados obtenidos en el Gráfico 3 de convergencia β absoluta.

Siguiendo el objetivo de revelar cómo cambia la dinámica de convergencia cuando se condiciona a otras variables como la inversión pública, se presenta el siguiente modelo a estimar que se deriva del modelo neoclásico de beta convergencia propuesto por Barro (1991).

$$\frac{1}{T} \ln \left(\frac{y_{i,t_0+T}}{y_{i,t_0}} \right) = \alpha + \beta_1 \ln(y_{i,t_0}) + \beta_2 AvInvPubl_{i,t_0} + \beta_3 x_{i,t_0} \mu_{i,t}$$

Donde $y_{i,t}$ es el PIB per cápita de la región i en el año t , $AvInvPubl_{i,t_0}$ es el promedio de la inversión pública a partir de las transferencias al departamento i en el periodo t_0 .



Para medir los diferentes efectos se tomaron tres medidas: las transferencias a la educación, las transferencias a la salud y las transferencias totales que representa la sumatoria de las transferencias destinadas a educación, salud, propósito general y asignaciones especiales. Todas en términos per cápita. χ^2 to corresponde a variables que denotan las características propias de los departamentos, en este caso se tomó la tasa de cobertura en educación básica y media como un proxy del capital humano, la serie fue reconstruida a partir de la base de datos de Martínez-López (2006), (Excepto para Casanare y Guaviare donde los datos no pudieron ser reconstruidos) y se espera una relación positiva con las tasa de crecimiento del PIB. De igual forma se toma la tasa de crecimiento de la población con datos provenientes del DANE, esperando un signo negativo pues un incremento implica un menor nivel de producto per cápita.

Los resultados obtenidos en el Cuadro 3 de las estimaciones por medio de Efectos Fijos, sugieren la existencia de convergencia β condicional, al mantenerse el coeficiente de logaritmo del PIB inicial significativo y en el intervalo de -7% y -8% muy cercano al nivel presentado en la convergencia absoluta. Se reafirma la influencia positiva y significativa de la educación en el crecimiento de los departamentos; sin embargo se presenta un efecto pequeño del capital humano pues un aumento del 1% en la tasa de cobertura de educación básica y secundaria, aumenta la tasa de crecimiento en aproximadamente 8% -10%, mientras que el crecimiento de la población presentó el signo esperado pero no significativo. De igual forma, las distintas medidas que se tomaron para representar la inversión pública por medio de las transferencias del gobierno central no parecen tener influencia sobre la dinámica del crecimiento del PIB per cápita departamental.

Cuadro 3: Regresiones de Convergencia β condicional, Efectos Fijos

Variable dependiente: Tasa de crecimiento del PIB per cápita								
Variable	1		2		3		4	
					-0.0772884	***	-0.0801241	***
	(0.023)		(0.015)		(0.175)		(0.160)	
Educación	0.092391	***	0.0889607	**	0.0947138	***	0.1034222	***
	(0.021)		(0.021)		(0.179)		(0.103)	
Crecimiento de la población	-0.4111022							
	(0.827)							
Av Inversión Educación			5.65E-08					
			(0.000)					
Av Inversión Salud					4.94E-08			
					(0.000)			
Av Inversión total							-1.71E-10	
							(0.000)	
Constante	1.102536	***	1.187421	***	1.136076	***	1.179958	***
	(0.331)		(0.238)		(0.270)		(0.245)	
Observaciones	93		93		93		93	
R-cuadrado	0.473		0.4754		0.4726		0.4721	
Nota: Resultados con errores robustos			*** P<0.01		**P<0.05		*P<0.10	

Para reafirmar estos resultados se consideraron diferentes modelos teniendo como variantes diferentes lapsos de tiempo y distintas formas en la variable de interés. En el Cuadro 4 se presentan los resultados para los lapsos de tiempo 1994-2003 y 2004-2012, con las



transferencias como porcentaje del PIB departamental. En todos los modelos se observa la presencia de convergencia β condicional.

Cuadro 4: Regresiones alternativas de Convergencia β condicional, Efectos Fijos

Variable dependiente: Tasa de crecimiento del PIB per cápita							
Variable	1	2	3	4			
Log(PIBpc)	-0.0601852 (0.02)	*** -0.0510119 (0.01)	*** -0.0628082 (0.01)	*** -0.0635656 (0.01)	***	***	***
Educación	0.0699617 (0.02)	*** 0.0575668 (0.03)	** 0.0739745 (0.02)	*** 0.0739745 (0.02)	***	***	***
Crecimiento de la población	-0.9264843 (0.97)						
Inversión Educación		0.3459321 (0.22)					
Inversión Salud			0.131892 (0.27)				
Inversión total				0.131892 (0.27)			
Constante	0.9089096 (0.23)	*** 0.7461179 (0.18)	*** 0.931496 (0.21)	*** 0.931496 (0.21)	***	***	***
Observaciones	66	66	66	66			
R-cuadrado	0.5967	0.608	0.592	0.5998			
Nota: Resultados con errores robustos		*** P<0.01	**P<0.05	*P<0.10			

Por todo lo anterior, se ratifica la existencia de convergencia β condicional y absoluta de los departamentos colombianos dentro del lineamiento de la perspectiva neoclásica, para el periodo analizado. Respecto a la variable de interés en esta investigación - inversión pública a partir de las transferencias del estado-, no existe prueba alguna de un efecto positivo sobre el crecimiento del PIB per cápita. Resultados también obtenido por Rodríguez-Pose et al (2012) para el caso de las prefecturas griegas.

CONCLUSIONES

En Colombia a nivel agregado persisten los desequilibrios en el crecimiento regional, acentuándose más la concentración de riqueza, pues solo 4 de 32 departamentos concentran cerca del 60% del PIB nacional. Sin embargo, al desagregar periodos de estudio se evidencian resultados a favor de convergencia β absoluta y condicional departamental para el periodo 1994-2012. Respecto al rol de las transferencias, no hay evidencias significativas que permitan establecer una conexión entre éstas y el objetivo del crecimiento económico, por lo que sus efectos son menores sobre la convergencia y más bien se da un vínculo indirecto y complementario entre la inversión pública y privada. En cuanto a la convergencia σ , se observa una disminución de las disparidades del PIB per cápita para el periodo 2000 – 2004; las cuales



retoman una fase escalar a partir del segundo semestre del 2004. A pesar que la muestra de estudio comprende un periodo de tiempo relativamente corto (19 años), los hallazgos son coherentes con estudios preliminares como Franco y Raymond (2009), González (2006).

La significancia del capital humano, evidencia la necesidad por fortalecer políticas orientadas a potenciar el capital humano de los departamentos más pobres, de tal forma que se logren disminuir las disparidades de crecimiento en Colombia a partir de una mayor dotación de recursos en ciencia y tecnología.

Por último, es importante que el gobierno destine una mayor parte de la inversión pública a programas destinados a cerrar brechas y evitar la polarización en la distribución de los ingresos per cápita departamentales, pues la realidad es que unos departamentos prosperan y ganan participación en la economía nacional, versus otros que se mantienen rezagados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ardila, L. (2004). **Gasto público y convergencia regional en Colombia**. Ensayos Sobre Política Económica (ESPE) (45), Pp. 222-268.
- Bajo, O., & Díaz, C. (2003). **Política fiscal y crecimiento: nuevos resultados para las regiones españolas, 1967-1995**. Investigaciones Regionales, Pp. 99-111.
- Barro, R. (1991). **Economic Growth in a Cross-Section of Countries**. Quarterly Journal of Economics, Pp. 407-443.
- Barro, R. J. (1990). **Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth**. Journal of Political Economy, Pp. 103-125.
- Barro, R. J., & Sala-i-Martin, X. (1991). **Convergence**. Journal of Political Economy , 100 (2), Pp. 223-251.
- Bergström, F. (1998). **Regional policy and convergence of real per capita income among Swedish counties**. SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance (284), Pp. 1-24.
- Cárdenas, M., Pontón, A., & Trujillo, J. P. (1993). **Convergencia y migraciones interdepartamentales en Colombia: 1959-1989**. Coyuntura Económica , 23 (1), Pp. 111-137.
- CEPAL. (2009). **América Latina y el Caribe. Series Históricas de Estadísticas Económicas 1950-2008**. Cuadernos Estadísticos (37).
- De la Fuente, A. (2000). **Convergence Across Countries and Regions**. CEPR Discussion Paper (2465).
- Franco, L., & Raymond, J. L. (2009). **Convergencia económica regional: El caso de los departamentos colombianos**. Ecos de economía (28), Pp. 167-197.



- González-Paramo, J. M., & Martínez, D. (2002). **Convergence Across Spanish Regions: New Evidence on the Effects of Public Investment**. *The Review of Regional Studies* , 33 (2), Pp. 184-205.
- Hsiao, C. (2003). **Analysis of Panel Data**. Cambridge University Press.
- Kamps, C. (2004). **The dynamic effects of public capital: VAR evidence for 22 OECD countries**. Kiel Working Paper No 1224, Pp. 1-31.
- Lago-Peñas, S., & Martínez-López, D. (2005). **Convergence and Public Investment: Regional Policies Revisited**. Documento de Trabajo (E2005/05).
- Martínez-López, D. (2006). **Linking public investment to private investment**. The case of spanish regions. *International Review of Applied Economics* , 20, Pp. 411-423.
- Mass, M., Maudo, J., Pérez, F., & Uriel, E. (1995). **Public capital and convergence in the Spanish regions**. *Entrepreneurship and Regional Development* , Pp. 309-327.
- Meier, G. M. (1976). **Leading Issues In Economic Development**. Nueva York: Oxford University Press.
- Mendoza, H. A., Galindo, D., & Vargas, B. A. (2013). **Impacto del gasto público en la dinámica de la economía regional**. Documentos de trabajo (17).
- Pereira, A., & Andraz, J. M. (2004). **O Impacto do Investimento Público na Economia Portuguesa**. Lisboa: Fundação Luso Americana.
- Rocha, R., & Vivas, A. (1998). **Crecimiento regional en Colombia: ¿persiste la desigualdad?** *Revista de economía del Rosario* , Pp. 67-108.
- Rodriguez-Pose, A., Psycharis, Y., & Tselios, V. (2012). **Public Investment and Regional Convergence: Evidence from Greece**. Discussion Papers Series (9011).
- Sala-i-Martin, X. (1996). **Regional Cohesion: Evidence and Theories of Regional Growth and Convergence**. *European Economic Review* , 40 (6), Pp. 1325-1352.
- Solow, R. M. (1956). **A Contribution to the Theory of Economic Growth**. *The Quarterly Journal of Economics* , 70 (1), 65-94.
- Stanger, M. (2007). **Empalme del PIB y de los Componentes del Gasto: Series Anuales y Trimestrales 1986-2002, Base 2003**. *Estudios Económico Estadísticos* (55).
- Vittorio, D. (2009). **Public Spending and Regional Convergence in Italy**. *Journal of Applied Economic Sciences* , 4, Pp. 318-329.



EL CAPITAL SOCIAL Y SUS ELEMENTOS: UNA VISIÓN TEÓRICA

Fernando Torres

Universidad del Zulia
ftorresgranadillo@gmail.com

Wileidys Artigas

Universidad del Zulia
wileidys@hotmail.com

RESUMEN

El capital social se constituye como concepto en función de la importancia de las relaciones, ya que se ha demostrado que dichas relaciones de colaboración entre las personas inciden en la estabilidad y el progreso de su entorno ante la tendencia relacional en el ser humano y su propensión al vivir en cercanía; en este sentido, a través de la siguiente ponencia se pretende mostrar la visión teórica de los elementos que constituyen dicho capital social, partiendo básicamente de las visiones de Putnam (2001), Lin (2001) y Fukuyama (2002). La investigación fue documental bibliográfica, mostrando así los autores que hacen referencia a este concepto y presentando un análisis de las posiciones de los mismos, así como mostrando a través de figuras los elementos del concepto y su relación en el espacio local. Se concluye que los cuatro elementos constitutivos del mismo; a saber: redes sociales, confianza, reciprocidad y normas determinan la forma a través de la cual se establecen las relaciones y el desarrollo de las mismas a través del tiempo; del mismo modo, se hace ver que mediante la distinción de estos elementos se crearan distintos tipos de relaciones entre las personas; de esta manera el concepto de capital social se establece en función de la importancia de la creación de dichas redes de relaciones.

Palabras clave: Capital social, reciprocidad, redes.

INTRODUCCIÓN

Las relaciones de colaboración entre las personas inciden en la estabilidad social y el progreso económico de su entorno ante la tendencia relacional en el ser humano y su propensión al vivir en cercanía. Para los griegos, la familia y las relaciones vecinales constituyeron elementos fundamentales de la sociedad y la búsqueda de beneficios individuales se consideraba punible por ser ausentes del espíritu del bien. Al respecto, Platón expuso como la “sociabilidad natural” pertenecía a las personas, inclinadas a la amistad y la convivencia en general y Aristóteles afirmó como la búsqueda de la riqueza material no era el propósito económico, sino una forma para el bien vivir familiar, subordinando el interés individual al bien común, es decir, las relaciones económicas entre los individuos estaban sometidas al modelo de las relaciones familiares como un todo, alcanzando el mayor orden social.

En los estudios económicos clásicos, la referencia a la moral de colaboración de las personas volvió a ser reconocida pero con relativa distancia por Smith en una de sus obras iniciales titulada: Teoría de los Sentimientos Morales (1759, reeditado como Smith, 2010) en la cual aseveró la existencia de un orden moral natural en la sociedad para el cual la “simpatía” entre las personas regulaba el inevitable egoísmo individual. Posteriormente aun cuando con planteamientos opuestos a la moral tradicional, en su obra más conocida: Investigación sobre la



Naturaleza y las Causas de la Riqueza de las Naciones (Smith, 1958), Smith expresó en su tiempo, como la riqueza era originada por el trabajo productivo y que la “simpatía” entre los prójimos cedía su rol regulador a las fuerzas invisibles de los mercados.

En esos momentos iniciales de la economía, la ética y la moral comenzaron a ser desplazadas por una “natural y aceptable” búsqueda del mayor beneficio individual, dejando a las relaciones sociales orientadas a la solidaridad y colaboración para el estudio sociológico. Uno de los primeros elementos teóricos relacionados con la conveniencia de fortalecer las relaciones de cooperación se encontró a Tocqueville para 1835 (Tocqueville, 2007), uno de los autores originarios en las explicaciones de la asociatividad social y los beneficios que ésta proporcionaba en el mejor funcionamiento democrático. Cuando Tocqueville estudió la sociedad americana, en su obra: *La Democracia en América*; analizó como Estados Unidos alcanzaba con mayor facilidad el progreso económico en algunos sectores e industrias de manufacturas debido particularmente al “arte asociativo” entre sus agentes económicos. De allí, su democracia tendía a ser más fuerte cuando se comparó con la democracia francesa.

Algunos planteamientos que anteceden a la construcción teórica del capital social fueron aportados por célebres autores, destacando la solidaridad social de Durkheim, la conciencia de clase y la solidaridad contenida en los espacios de las comunidades de acuerdo a los tratados de Marx y la acción social y su carácter subjetivo de Weber. En momentos históricos distintos y con posturas no comunes en lo ideológico, la solidaridad dejó de ser considerada sólo una virtud social para ser, en algunas explicaciones teóricas, posible causa de bienestar social.

La literatura en la sociología sobre la solidaridad, la confianza, la cooperación y la reciprocidad ha sido extensa a lo largo del tiempo y ha sido abordada recientemente por la política y la economía. Muchos de los estudiosos en la política analizan sus incidencias en la vida cívica y la democracia mientras que en la economía se ha indagado en sus influencias en el desarrollo económico de las sociedades y si es posible aprovecharlo o explotarlo como las otras formas conocidas de capital. Aun cuando los elementos citados y derivados de las relaciones sociales se han estudiado por separado y desde diversos enfoques, sobretodo en la antropología y la sociología, en la actualidad constituye uno de los cuerpos teóricos de mayor transdisciplinariedad, controversia y expansión en torno al término de capital social.

De acuerdo a la revisión histórica-teórica efectuada, el término capital social se empleó con intención por primera vez por Hanifan a principios de siglo, con la finalidad de destacar la cooperación en los centros comunitarios rurales y el logro de respuestas satisfactorias a sus necesidades. Sin la intención por convertirlo en un término de profundidad teórica, Hanifan como supervisor escolar en la búsqueda por promover la educación en zonas rurales, expuso que la colaboración en vecindad en esos espacios de campo tendía a ser natural o de sociabilidad innata, favoreciendo la solución de sus propios problemas. Para él, “si el individuo entra en contacto con su vecino, y con otros vecinos, habrá una acumulación de capital social, que puede satisfacer inmediatamente sus necesidades sociales y que podrán llevar una potencialidad social suficiente para la mejora sustancial de las condiciones de vida en el conjunto de la comunidad”. (Hanifan Citado por Putnam, 2001).

El término una vez expuesto por Hanifan no fue estudiado y se sostuvo sin mayores cambios teóricos por décadas. Generalmente fue utilizado para fines educativos y comenzó a adquirir relevancia desde la sociología, por parte de Jacobs a mediados de siglo cuando desarrolló elementos respecto a la sociabilidad y las actividades urbanas hasta llegar a



Bourdieu (1986), Coleman (1988) y Putnam y otros (1993) convertidos en los autores de mayor aportación teórica y a partir de los cuales se ha escrito con diversos fines.

El capital social surge, según Putnam, en las formas de aspectos incrustados en la organización social, tales como; la confianza, las normas y las redes que pueden mejorar la eficiencia social en un contexto de mayor nivel espacial. El capital social, en resumen, se refiere a las conexiones sociales, las normas concomitantes y la confianza. “¿Quién se beneficia de estas conexiones, las normas y la confianza?, ¿el individuo?, ¿la comunidad en general?, o ¿una fracción dentro de la comunidad? Las respuestas deben ser determinadas empíricamente, no por definición teórica” (Putnam, 1995). En este sentido, el citado autor efectuó un estudio sobre las relaciones de confianza, las redes sociales, las normas para analizar los mecanismos de influencia en el logro de objetivos comunitarios.

De acuerdo a sus resultados, Putnam argumentó que no existe irracionalidad ni improbabilidad en la cooperación y el beneficio mutuo. Su potenciación o simplemente aprovechamiento podría ser útil en la promoción de políticas gubernamentales y el “progreso económico”, favoreciendo un debate sobre la utilidad del capital social en el fortalecimiento democrático. En este aspecto, diversas investigaciones se han derivado con el fin de encontrar Medios de incentivos a la participación colectiva en el sostenimiento de democracias en entornos inestables. El capital social en este sentido está estrechamente relacionado con participación política en el sentido convencional, pero no son sinónimos. La participación política se refiere a nuestras relaciones con las instituciones políticas. El capital social se refiere a nuestra las relaciones con los otros. (Putnam, 1995).

Las investigaciones predominantemente empíricas de Putnam consideraron una mixtura de causas (muchas de ellas ya discutidas por Bourdieu y Coleman como la solidaridad y la convivencia cívica) considerando finalmente que el capital social puede crearse y radica en las redes sociales y es fortalecido por el compromiso cívico, la confianza, la reciprocidad y la asociatividad como un complejo conjunto de relaciones horizontales entre personas. En la medida que las normas, redes y vínculos de confianza de sectores sea importantes para la comunidad, entonces la cooperación sería reforzada, transformando al capital social en una "especie de puente" (Putnam, 1995) entre las personas y sus intereses. En este aspecto subyace un punto interesante con relación a la expansión del capital social o hasta donde llegan sus fronteras para distinguirse con suficiencia de los otros tipos de capital.

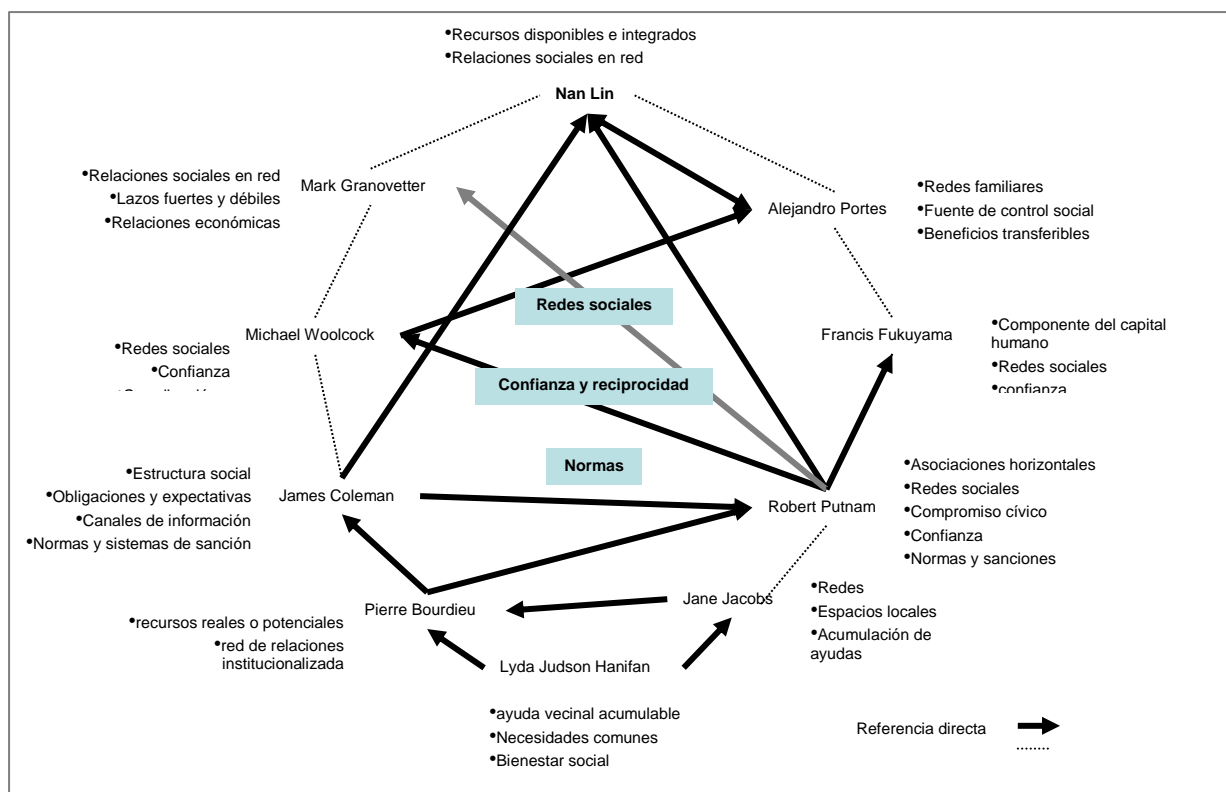
La trayectoria del capital social está incidida, en gran medida de acuerdo a Putnam, por el patrón histórico que siguen las redes sociales bajo la categoría de comunidad cívica, es decir, los diversos eventos históricos condicionan las conductas futuras de los miembros de una comunidad y existe una especie de “transferencia genética” en la disposición de las personas a la colaboración, la reciprocidad y la cooperación (Putnam y otros, 1993). En este sentido, se muestran a continuación los elementos del capital social desde la perspectiva teórica.

Elementos significativos del capital social

El despliegue investigativo que el capital social ha originado en la diversidad de corrientes y pensadores, viene acercando al lugar común de las posturas teóricas algunos elementos sobre los que se efectúa un recuento o la búsqueda de otras aristas del análisis que se hayan obviado o no se hayan realizado. La figura 1 resume los elementos sintagmáticos o de consenso del capital social que de forma nuclear constituyen la base común en las investigaciones actuales.



Figura N° 1 Elementos significativos del capital social



Fuente: Elaboración propia (2014)

A partir de este núcleo sintagmático, es posible establecer una posición de estudio en esta investigación, según la cual el capital social en un espacio local se evidencia a través de la existencia e interacción de:

REDES SOCIALES

El capital social es fortalecido a partir de las relaciones que los agentes sociales establecen y sostienen temporalmente en espacios afectados por la relatividad física de la distancia en términos físicos. Dicho refuerzo relacional está incidido por la existencia de redes sociales. Las investigaciones sobre las redes de interacción humana han enriquecido las ciencias sociales para la explicación de sus fenómenos y en este caso, ya Bourdieu utilizó la reticularidad para explicar cómo los recursos entre las personas podrían reunirse a través de relaciones en red, mientras que Coleman intentó institucionalizar el proceso de creación de la red social para su captura explicativa, siendo según su apreciación sus componentes donde se incubaba el capital social, difiriendo desde el pasado con Putnam que siguió la ruta de explicación reticular pero a través de los vínculos asociativos.

La densidad de las redes sociales incide en el establecimiento de obligaciones y expectativas de reciprocidad y en la aparición y fortalecimiento de normas y sanciones condicionadas por fuertes lazos entre los miembros. En síntesis, la red social en consenso es



un espacio de relaciones de intercambio recíproco. Es su condición de soporte de capital social donde se manifiestan discordantes apreciaciones. Según Bourdieu, su aprovechamiento puede ser individual mientras que Putnam, su utilización y beneficios son colectivos. De igual forma, emergen disonancias en cuanto a la complejidad de las retículas y a su acceso (Putnam, 2001).

El capital social se evidencia morfológicamente en las redes a través de los recursos a los cuales se accede por medio de lazos sociales establecidos en espacios estratégicos o en posiciones organizativas significativas; para Lin (2001) la operacionalización del capital social implica definirlo como recursos arraigados en las redes sociales a los cuales algunos miembros acceden y los aprovechan para sus propósitos. En las estructuras reticulares los flujos de información transitan con mayor rapidez y facilidad, siendo de utilidad en condiciones de restricciones de transparencia en los mercados. Esta cualidad no implica que las informaciones sean distribuidas en condiciones equitativas entre los participantes de la red; siempre existen posiciones de mayor cercanía que pueden favorecer la obtención de información con mayor oportunidad para su utilización en el aprovechamiento y movilidad de recursos.

Adoptando la visión de Lin (2001) en cuanto a las rutas de movilización, la terna jerarquía, recursos e interacción es esencial. La existencia de posiciones de jerarquía se sostiene con la disponibilidad de recursos diferenciados y arraigan u otorgan viabilidad a la red. La jerarquía estimula la inversión de recursos y obviamente las expectativas de intercambio. Los recursos se asocian a los patrones de interacción. Al relacionarse los agentes sociales, se da el intercambio de los recursos que cada uno dispone si los intereses coinciden y existen las condiciones de confianza y reciprocidad.

Un esquema de relaciones sociales conduce a determinado esquema de intercambio de recursos. Los esquemas o patrones de canje se ubican en el núcleo de la red social y están explicados por un lado por las motivaciones y las conductas y por otro por la proximidad interacción-acción. Generalmente, las motivaciones inciden en conductas de compromiso social entre los agentes para obtener recursos. Cuando existen o propenden a vínculos afectivos, las relaciones son de tipo homofílicas y las motivaciones a intercambiar tienden a acercar al “nosotros” con cuidados y apegos emocionales.

En el caso de no existir “afectos” entre los agentes, sus motivaciones y conductas están condicionadas por las asimetrías de posición y los intercambios, generando movimientos y desplazamientos internos en la trama en busca del reordenamiento de participantes y fuerzas. En este orden de ideas, la interacción de tipo heterofílica es el mecanismo de acceso a los recursos. Los esquemas de interacción social en las redes pueden explicar los mecanismos de vinculación de recursos y las condiciones de extensión del capital social a través de la posición jerárquica del agente, la naturaleza de las relaciones entre los agentes y la ubicación de las relaciones. Según Lin (2001), los indicadores que señalan la consistencia de la red para el capital social serían:

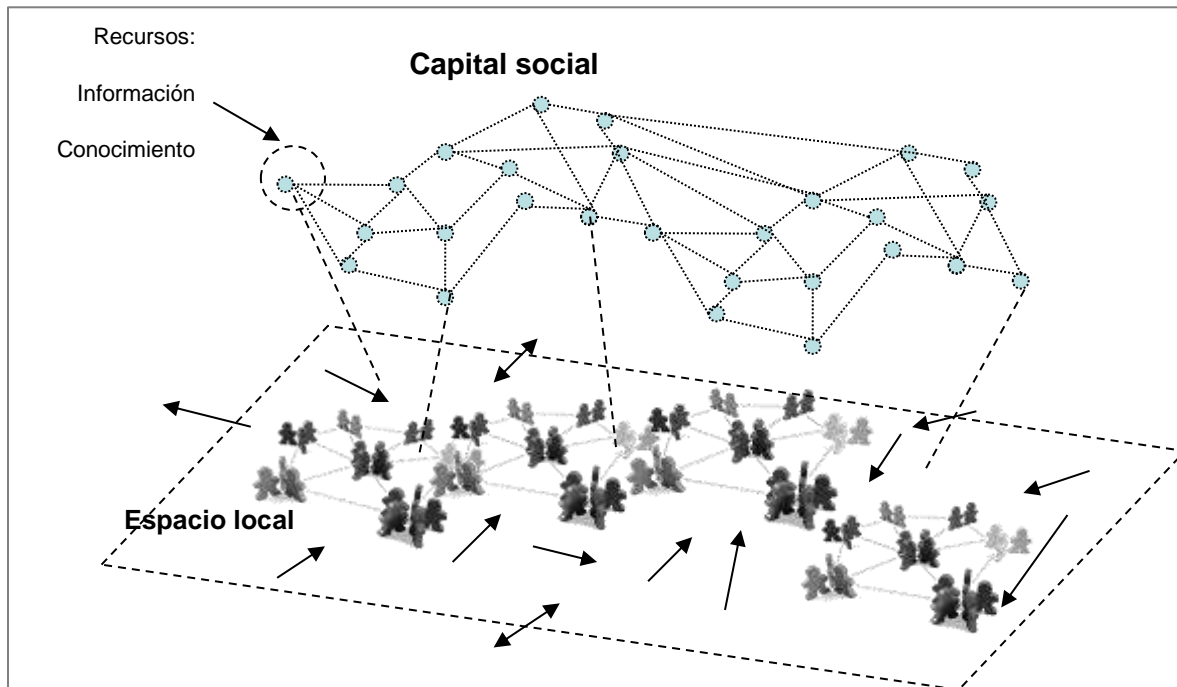
- La fuerza de la posición del agente social.
- La fuerza de la relación social.
- La fuerza de la ubicación de la relación, a mayor posición de partida de ego, superiores probabilidades de obtener mejores posiciones.



- El efecto de conjunción de los tres indicadores anteriores.

Las acciones en las redes están incididas por los esquemas de intercambio y de acuerdo a ellos, la red ordena y distribuye los recursos y las acciones para su acumulación y aprovechamiento presente y futuro es lo que determina el capital social, según la figura 2.

Figura Nº 2 El capital social en el espacio local



Fuente: elaboración propia (2014)

CONFIANZA Y RECIPROCIDAD

La confianza surgió con mayor notoriedad como elemento característico del capital social en las investigaciones de Putnam (principalmente en su obra: Para hacer que la Democracia funcione. La experiencia italiana en descentralización administrativa de 1994) y desde allí una gran parte de los autores la han estudiado. Para Putnam (2001) la confianza es un componente esencial “lubricante” de la cooperación y utilizada para acelerar la movilización de recursos. El mecanismo de fortalecimiento de esta simbiosis radica en la elevada probabilidad de predicción de las conductas entre los agentes sociales que interactúan. La transformación de la confianza personal en una de tipo social, de acuerdo a él, se ubica en las redes sociales y en la aparición de las normas de reciprocidad.

El principio de correspondencia o reciprocidad parte de la convicción que un favor, apoyo o beneficio ofrecido por un agente social a otro u otros será devuelto más adelante. En las redes sociales, este principio para diversos autores se va normando hasta alcanzar niveles de cumplimientos sin esfuerzos ni percepciones de sacrificio de quienes participan en los intercambios. En este orden de ideas, a mayor cohesión en las redes sociales mayor simbiosis



confianza-reciprocidad y por supuestos actividades colectivas o de intereses mutuos. La confianza podría ser abordada como un tipo de hecho social que en principio puede ser objeto de medición en términos comparativos (Putnam, 2001).

Fukuyama (2002), describió a la confianza como una condición de valores colectivos que fortalece la cohesión social a través de conductas honestas y propensas al comportamiento cooperativo de acuerdo a normas comunes. El capital social germina en la prevalencia de la confianza social. De tal forma, a distintos niveles de confianza social pueden desarrollarse diversos niveles de capital social. Este tipo de confianza de carácter social es de tipo heterofílica con menor grado de afecto filial pero con mayor presencia en las relaciones en el espacio social y revistiendo las interacciones que no son garantizadas contractualmente; mediando y reduciendo los riesgos no sistemáticos. In fact, la confianza reviste al contrato, ante su ausencia o presencia difusa se generan mayores riesgos y disminuyen la intención de interactuar y la tendencia recíproca. (Lin, 2001).

La expectativa de retorno de los beneficios otorgados (reciprocidad) y la densidad de las redes restringen las conductas individualistas y catalizan los niveles de confianza. De hecho para Putnam (2001), la honestidad es estimulada por la existencia de redes sociales densas influyendo en los sistemas de normas y sanciones.

NORMAS

Las normas actúan como medios de regulación de conductas en la mayoría de las estructuras sociales y obviamente en las redes de relación. Su internalización y aceptación conducen al establecimiento de conductas “apropiadas” para el consenso social y se fortalecen, de acuerdo a algunos teóricos, a través de la institucionalización y la legitimación (De amplio desarrollo por Berger y Luckmann, en su obra: La construcción social de la realidad). En la institucionalización se desarrolla la habituación que incide en el aprendizaje de conductas de respeto de las personas hacia las normas y se efectúa la tipificación recíproca de las situaciones para su expresión paradigmática, fortaleciendo de esta manera el sistema de control social (Berger y Luckmann, 2001).

El lenguaje es útil en este sentido dado que se convierte en el acervo para objetivar las experiencias compartidas y transmitir las socialmente. En contraparte, la legitimación incide en la aceptación de un conocimiento como válido y se efectúa posteriormente la transferencia generacional de las objetivaciones institucionalizadas. De esta forma, el cuerpo de normas evoluciona y se adecua a los cambios de la estructura social en el tiempo, resguardando el orden institucional, generando acervo histórico y colocando los eventos colectivos al alcance de todos los miembros.

En sistemas sociales de tipo cerrado, las normas robustecen las relaciones en su interdependencia, controlando comportamientos oportunistas y reduciendo el riesgo en los intercambios, fortaleciendo las expectativas de confianza y reciprocidad. Se interconecta con la noción de confianza como un elemento que promueve el “compromiso cívico” (Putnam, 1995) para la ayuda compartida y el esfuerzo común en las colectividades. En sistemas sociales de mayor apertura o de dispersión en sus relaciones sociales, la existencia de normas es de mayor variabilidad en su cumplimiento. Ante la mayor heterogeneidad de los miembros de un grupo social, se implica mayor diversidad de expectativas o intereses para consensuar ante la búsqueda oportunista de ventajas individuales a costa del beneficio colectivo. Es de esperar



entonces que los niveles de conflicto por intereses sean superiores en estructuras sociales abiertas, ante el bajo nivel de compromiso cívico que tiende a desarrollarse. En las estructuras sociales tipo red, la aceptación de normas compartidas eleva el control social como supra-mecanismo regulador e incentiva la cooperación coordinada para la resolución de problemas de acuerdos (Putnam, 2001).

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Luego de la revisión teórica de los elementos relacionados con el capital social, se pudo observar cómo influyen en las relaciones las redes sociales, la confianza y reciprocidad y las normas; estos elementos hacen que las relaciones se desarrollen de una u otra forma dentro de los contextos sociales.

En este sentido, se puede decir, que cuando se habla de redes sociales son las relaciones en red que se establecen entre las personas y que de una u otra manera siempre existen, ya que actualmente ningún ser humano existe aislado del contexto en el que se desarrolla y termina relacionándose con un conjunto de personas que de cierta manera constituyen redes de relaciones que determinan a su vez el desarrollo de un conjunto de actividades en conjunto.

Por otro lado, la confianza y reciprocidad determinaran la naturaleza de las relaciones desarrolladas entre el grupo de personas que se encuentra en la red social, ya que habrán personas que desarrollaran mayores niveles de confianza y reciprocidad y seguirán desarrollando la red; mientras que las normas de una u otra manera colocan los límites dentro de las mismas; este elemento puede observarse como ventaja o desventaja en función de la naturaleza de la red, sin embargo siempre existe para garantizar el desarrollo de relaciones efectivas entre los interesados.

Es por ello que, tener en cuenta estos elementos ayuda a establecer ciertos parámetros para reconocer y mejorar las relaciones que se constituyen en el entorno donde se desarrolla el ser humano y poder observarlas de modo objetivo en función de la búsqueda constante de la mejora de las mismas, y por tanto del desarrollo del individuo como ente independiente o como ente grupal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berger, P y Luckmann, T. (2001). **La construcción social de la realidad**. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Bourdieu, P. (1986). **The forms of capital**. Richardson, J.G. (Ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York: Greenwood Press.
- Coleman, J. (1988). **Social Capital in the Creation of Human Capital**. American Journal of Sociology. Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure. Volumen 94. (Pp. 95-120).
- Fukuyama, F. (2002). **Social Capital and Development: The Coming Agenda**. SAIS Review. Vol. XII. Nº 1. Paul H. Nitze School of Advanced International Studies. Washington. USA. (Pp. 1-15).



- Lin, N. (2001). **Social Capital, a Theory of Social Structure and Action**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Putnam, R; Leonardi, R.; Nanetti, R. (1993), **Making Democracy Work**. University of Princeton. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R. (1995). **Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America**. "PS: Political Science and Politics", XXVIII. Boston: Harvard University.
- Putnam, R. (2001). **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**. New York: Simon & Schuster.
- Smith, A. (1958). **Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones**. México: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, A. (2010). **Teoría de los Sentimientos Morales**. México: Fondo de Cultura Económica.
- Tocqueville, A. (2007). **Democracia de las Naciones**. Madrid: Ediciones Akal.



GESTIÓN EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN EL ROL INNOVADOR DEL CONTADOR PÚBLICO EN LOS PROGRAMAS DE CONTADURÍA PÚBLICA EN LOS DEPARTAMENTOS DE LA GUAJIRA, CESAR Y MAGDALENA

Raúl Maya Pabón

Universidad de La Guajira Extensión Villanueva
raulmayapabon@hotmail.com

Edwin Cardeño Portela

Universidad de La Guajira Extensión Villanueva

RESUMEN

En el presente estudio se busca determinar en qué medida se representa la Gestión Empresarial y la Competitividad en el rol innovador del Contador Público en los programas de Contaduría Pública en los Departamentos de la Guajira, Cesar y Magdalena, dado que tradicionalmente, en Colombia, el tema de investigación para efectos académicos se ha dividido en dos tendencias, desarrollándose para ellos los objetivos específicos. Se considera un estudio aplicado, cuantitativo, descriptivo - explicativo, no experimental, transversal de campo, con una Población universal (N), tomando para ella una muestra (n), de 384 sujetos, distribuidos en las universidades públicas y privadas de los departamentos objeto de estudio, 38 directivos, 72 docentes y 274 estudiantes. Las variables se medirán empleando un instrumentos cuyo proceso está diseñado para las 3 variables objeto de estudio, Gestión Empresarial, Competitividad y el rol Innovador del Contador Público, para lo cual se diseñó un cuestionario en una escala tipo Likert de cinco alternativas de respuestas única, constituido inicialmente por 30 ítems, basados en las teorías de Madrigal (2005), Robbins (2005), Bateman y Snell (2001), el cual será sometido a la consideración de expertos en el área para darle validez y confiabilidad del contenido de los instrumentos. Los resultados esperados una vez terminada la investigación, un artículo científico enmarcados en las variables objeto de estudio, socialización de los adelantos y los resultados finales ante la comunidad académica nacional e internacional.

Palabras Clave: Gestión Empresarial, Competitividad, Rol Innovador.

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, en Colombia, el tema de investigación para efectos académicos se ha dividido en dos tendencias: la investigación formativa y la investigación propiamente dicha.

La primera se caracteriza por ser “aquella que se orienta en y para la investigación, es decir, aquella en la que la idea de formar constituye el centro de atención y, por lo tanto, no se requiere de proyectos concretos para incentivar o familiarizar con procesos, métodos, técnicas, resultados y productos de investigación” Patiño y Santos (2009). Ésta va específicamente dirigida a crear cultura investigativa en la comunidad académica, poniendo especial atención en los estudiantes.

La investigación propiamente dicha o formal, es aquella que se institucionaliza, cumpliendo unos trámites formales, y se materializa por medio de proyectos de investigación, los cuales se realizan de acuerdo con unas líneas temáticas, llamadas líneas de investigación, dentro de los grupos. En este tipo de investigación, las instituciones deben propender por garantizar una



estructura que propicie espacios para el adecuado desarrollo de la investigación y, por ende, del conocimiento.

RETOS DEL PROFESIONAL CONTABLE

En la actualidad se observa un entorno que ha experimentado cambios a un ritmo que nunca se había presentado, en este escenario, el profesional contable tiene nuevos retos y por ende la formación de igual manera debe asumir nuevas situaciones y responder frente a ese entorno cambiante, con un nuevo rol profesional. Patiño y Santos (2009).

La investigación no es ajena a estos nuevos conceptos, surgen necesidades de investigar en temas novedosos, con distintas técnicas y buscando resultados que respondan al entorno de diversas formas. Buscando cada día más, el fortalecimiento de profesionales de las áreas contables y económicas, haciendo con esto, un rol cada día más competitivo e innovador en el mercado empresarial y laboral globalizado.

Del mismo modo, de manera recurrente a las profesiones se les hacen alusión a diversos problemas que enfrenta la formación profesional, especialmente aquellos relacionados con los enfoques instrumentales, reflejados en planes de estudio y ciertas prácticas pedagógicas orientadas hacia una formación que responde a las necesidades del mercado cambiante, competitivo e innovador, encaminado a la gestión empresarial, amplias estructuras técnicas y profesionales, antes que con una perspectiva centrada en promover la problematización que “interroga al mundo, la naturaleza, la vida, el hombre” Morín (2001), es decir, centrada en el pensamiento.

Patiño y Santos (2009), manifiestan cómo la investigación, la innovación, el ser competitivo y la gestión empresarial, se convierten en el motor fundamental de desarrollo teórico y por ende profesional, en tal sentido: “no se puede concebir una teoría sin investigación, sin innovación, por la abierta necesidad de crear un cuerpo de conocimientos útiles para la aplicación en el mundo real”. Cardona (2008). De igual forma, “No se concibe la transformación educativa sin la acción comprometida de los docentes a través de la investigación” (Pruzzo, 2004). La competitividad, la innovación, la gestión empresarial. Lo anterior enmarca de plano a los nuevos profesionales de cambio de en su rol, lo que no es ajeno al profesional de la contaduría pública.

Lo expuesto anteriormente, nos lleva a manifestar que en los momentos de resolución de problemas, los docentes y los grupos de investigación como expresión del interés de articular comunidades académicas que orienten, desarrollen el trabajo investigativo y que encuentren consensos respecto de las formulaciones propuestas.

Las estrategias de divulgación, socialización de las experiencias y de los resultados en cada uno de los esfuerzos de investigación realizados por los grupos, los semilleros de investigación como espacio de interacción con jóvenes investigadores, profesores y estudiantes en formación dentro de la actividad investigativa, con la responsabilidad de tener egresados integrales, competitivos en el medio. Patiño y Santos (2009).

Los Semilleros de investigación “son en Colombia una estrategia pedagógica extracurricular que tiene como finalidad fomentar la cultura investigativa en estudiantes del pregrado que se agrupan para desarrollar actividades que propendan por la formación investigativa, la investigación formativa y el trabajo en red”. Colciencias (2006).



Por consiguiente, las actividades investigativas, son el camino del desarrollo en los profesionales de Contaduría Pública, en las áreas contables, administrativas y económicas buscando hacerlos más competitivos, innovadores de la gestión empresarial y generadores de solución de problemas planteados en las Empresas y la sociedad.

Este último aspecto, constituye el espacio natural para el desarrollo de la llamada investigación formativa, Machado (2005), la define como la planeación, desarrollo y comunicación de un proceso de investigación (no de un trabajo de clase), con el fin de formarse como investigador o, mejor, como un ser humano que puede pensar, formarse y actuar por sí mismo (junto a los demás y con otros pares).

REFERENTE TEÓRICO

En cuanto a la sustentación teórica de la investigación, la variable investigación, estará soportada en las teorías de reconocidos autores Metodológico: Hernández y Otros (2010), Tamayo y Tamayo (2009), Fidias (2006), Sabino (2002), C. Bernal (2010), Área temática, MEN Decreto 1295 (2010), Procesos de registro calificado Ley 1188 de (2008), Decreto 2649 y 2650 de 1993, Ley 30 de 1994, Ley 115 de 1994, Ley 43 de 1990, desde la variables de estudio fundamentados, Porter, M. 2008, Drucker, P (2006), Hammel, G. (2008), Rubio (2006), Sánchez (2009) y Rodríguez (2006).

METODOLOGÍA

En este sentido se desarrolló una investigación descriptiva, de campo, con un diseño no experimental tipo transaccional descriptivo, evaluando un universo poblacional de 384 personas y caracterizando de una población infinita, vinculados al área objeto de estudio, mediante la aplicación de un cuestionario constituido por 30 preguntas cada uno, las cuales fueron validadas por un grupo de 5 expertos adscritos a la Universidad de La Guajira.

Distribución de la muestra

DEPARTAMENTOS	DIRECTIVOS 10%	DOCENTES 20%	ESTUDIAN 70%	TOTAL 100%
Magdalena	13	25	90	128
Cesar	13	25	90	128
Guajira	13	25	90	128
TOTAL	39	75	279	384

Fuente: Maya (2014).

Las variables se medirán empleando un instrumentos cuyo proceso se diseñara para las 3 variables objeto de estudio, Gestión Empresarial, Competitividad y El Rol Innovador, a través del diseño de un cuestionario en escala tipo Likert. con cinco alternativas de respuestas única, constituido inicialmente por 30 ítems, basados en las teorías de Madrigal (2005), Robines (2003), Bateman y Snell (2001), el cual será sometido a la consideración de expertos en el área para darle validez de contenido de los instrumentos, así como una prueba piloto para medir la confiabilidad del instrumento.

Se determinó la confiabilidad como la estimación de la consistencia de las respuestas, con la aplicación de la formula Alpha Cronbach, el cual según Hernández y Otros (2010 p 200), agrega que este, se encuentra dentro de los procedimientos más comunes para calcular la



confiabilidad. Se aplica a la confiabilidad en cuestionarios tipo Likert.

RESULTADOS

El estudio apunta a determinar la gestión empresarial y el rol innovador del contador público en el marco de la competitividad en la costa Atlántica Colombiana en los Departamentos del Magdalena, Cesar y La Guajira. Incorporando para ello todo el conocimiento como recurso clave para atender la demanda de calidad y eficiencia en la solución de los problemas colectivos, junto con la necesidad de implementar estrategias que permita consolidar el desarrollo integral de una sociedad a través de la investigación, logrando tener un profesional de la contaduría pública competitivo, innovador comprometido con la gestión empresarial en el medio donde se desenvuelve. Riquelme, A. Cravero, A. Saavedra, R. (2007).

En este mismo orden de ideas, las facultades de contaduría pública en Colombia, tiene como función relevante ofrecer un servicio educativo de calidad a las comunidades que lo demandan, consagrado en la Constitución Política, la Ley 30 del 93 y la normatividad vigente de calidad del MEN para los programas académicos en el País.

Por otro lado, de acuerdo con los objetivos de la investigación, sus resultados permitirán encontrar soluciones concretas a problemas de impacto de la Gestión Empresarial y el rol Innovador del Contador Público en el marco de la Competitividad y la investigación en los programas de contaduría pública, que tengan inherencia con la necesidad de los profesionales que egresan de dichas instituciones de educación superior, buscando y perfeccionamiento un profesional de calidad, competitivos capaz de desarrollar su entorno empresarial y social.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones y recomendaciones se desarrollan de acuerdo a los resultados acordes a el impacto de la Gestión Empresarial y el rol Innovador del Contador Público en el marco de la Competitividad y la investigación en los programas de contaduría pública en la costa atlántica Colombiana, teniendo en cuenta para ello el proceso de la investigación en los aspectos curriculares, la experiencia y competencias de los docentes, las políticas públicas institucionales de investigación y la gestión empresarial, teniendo en cuenta para ello la estructura del trabajo presentado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (1999). **El proyecto de investigación**. 3era. Edición. Caracas: Editorial Episteme.
- Arias, F. (2006). **El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica**. (5º. ed.) Caracas - Venezuela: Episteme.
- Bateman, Thomas y SNELL, Scott (2001). **Administración: Una Ventaja Competitiva**. 4ta. Edición. Editorial McGraw Hill Interamericana S.A. de C.V. México.
- Berger, M. & Luckmann, T. (1970). **La construcción social de la Realidad**. Buenos Aires. [Links]
- Caldera (2008), **Programas de pasantías universitarias como herramienta estratégica para elevar la competitividad empresarial**.



- Cinco (2002), **Del hacer al saber: realidades y perspectivas de la educación contable en Colombia**, 1ª ed., Popayán, Editorial Universidad del Cauca.
- Colciencias (2006). **Los Semilleros de Investigación, una Cultura de Investigación Formativa**. [En línea]. http://www.semanaciencia.info/article.php?id_article=99 [2009, julio, 09].
- Colciencias, Sistema Nacional de Innovación: **Nuevo escenario de la Competitividad**. Santa Fe de Bogotá, Grafivision editores, 1998, Pp. 27-49. cuadernosdecontabilidad@javeriana.edu.co.
- Escorsa, P. Maspons, r. E Ortiz, I. (2000). **La integración entre la gestión del conocimiento y la inteligencia competitiva: la aportación de los mapas tecnológicos 2/4 Espacios**. Vol. 21.
- Gary Hamel (2008), **El Futuro del Management** (En papel), Paidós Ibérica.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, I. (2010). **Metodología de la investigación**. 5ta. Edición. McGraw-Hill.
- Klingler, C. (2000), **Estrategias en la práctica docente**, México, D.F., McGraw-Hill Interamericana Editores.
- León Paime, Edison Fredy. (2008). **Las facultades de la modernización: contexto de aparición de los programas de contaduría pública en Colombia**. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, junio, 41-58.
- Machado, M. (2005). **“Investigación contable formativa para construir comunidad investigativa”**. En: *Revista ASFACOP*, 8: 21-38.
- Madrigal, Berta. (2005). **Liderazgo. Enseñanza y aprendizaje**. México: McGraw Hill Interamericana.
- Maya Pabón R. (2012), **Transformaciones Una Guía para Grupos y Semilleros de Investigación**, Segunda Edición. Editorial Unicesar.
- Michael E. Porter (2005) **COMPETITIVE STRATEGY Techniques for Analyzing Industries and Competitors** THE FREE PRESS.
- Ministerio de Educación Nacional (2003), Decreto 2566, Condiciones Mínimas de Calidad, Bogotá, Men.
- Ministerio de Educación Nacional (2010), Decreto 1295, Registro Calificado, Bogotá, Men.
- Morín, E. (2001), **Introducción al pensamiento complejo**, Bilbao, Editorial Gedisa.
- Patiño, R y Santos, G. (2009). **La investigación formativa en los programas de contaduría pública, caso Colombia**. *Capic Review* vol. 7 2009



- Patiño, R. y Santos, G. (2009). "**Planes de estudio de contaduría pública en Colombia y las propuestas de formación profesional**". En: Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría, 37:131-163.
- Patiño-Jacinto, Ruth Alejandra & Santos, Gerardo (2009). **La investigación formativa en los programas de Contaduría Pública, caso Colombia**. Capic Review, 7, 23-34. Disponible en: <http://www.capic.cl/capic/images/vol7tema2.pdf>.
- Porter M. E., **¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones?**" En: President and Fellows Conference. Harvard, Harvard College, 1990.
- Porter Michael. (2006) "**Estrategias Competitivas**", México, editorial continental, 1998.
- Procesos de registro calificado (Ley 1188 de 2008) Men.
- Riquelme, A. Cravero, A. Saavedra, R. (2007). **Gestión del Conocimiento y Aprendizaje Organizacional: Modelo Adaptado para la Administración Pública Chilena**. *ceur-
ws.org/Vol-488/paper3.pdf*
- Robbins, Coulter (2005) **Administración 8 Edición**. México, D.F. Pearson Prentice Hall.
- Rodríguez L. (2009), **Vinculación de las instituciones de educación superior con el sector productivo en el Departamento de la Guajira Colombia**.
- Rubio Domínguez, Pedro (2006) **Introducción a la Gestión Empresarial -Fundamentos Teóricos y aplicaciones Prácticas**.
- Sabino, C. (2002). **El proceso de la investigación: una introducción teórico práctica**. Editorial Panapo. Venezuela.
- Tamayo y Tamayo, M. (2009), **El proceso de la investigación científica**. Limusa Noriega Editores. México.
- Tunnermann, Carlos (2000), **La Educación Superior en el siglo XXI: Visión y Acción**. En: Educáis. <http://www.educadis.uson.mx/sigloxxi.htm>, 1999 (consulta hecha en octubre de 2000).USAID/PERU/MYPE/Competividad (2009). vol. I, Pp. 295-302.
- Vilardy (2006), **Innovación y competitividad en las universidades públicas** del departamento del Cesar.



VINCULACIÓN DEL SECTOR EXTERNO COMO APOYO A LA COMPETITIVIDAD EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR

Raúl Maya Pabón

Universidad de La Guajira Extensión Villanueva
raulmayapabon@hotmail.com

Brillith Fieros Cuadro

Universidad de La Guajira Extensión Villanueva

RESUMEN

El proyecto referido al área de la vinculación del sector externo y competitividad, teniendo por objeto, analizar la vinculación con el sector externo, como apoyo a la competitividad en las Universidades Públicas del Departamento del Cesar-Colombia, se evidencia la necesidad de estos en el ámbito de la acción en la vinculación y la competitividad con el fin de plantearse metas a corto y mediano plazo, considerando pertinente la revisión de antecedentes referidos al área objeto de estudio, así como, las teorías conceptuales de mayor pertinencia en el desarrollo del mismo. En este sentido se desarrolló una investigación descriptiva, de campo y de diseño no experimental tipo transaccional descriptivo, evaluando un universo poblacional de 48 personas y caracterizando las misma población como muestra, vinculados al área objeto de estudio, mediante la aplicación de dos cuestionario constituido por 24 preguntas cada uno, las cuales fueron validadas por un grupo de expertos adscritos a la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. El análisis e interpretación de los datos permitieron realizar las conclusiones, que implementadas, serán de gran ayuda, principalmente en las universidades públicas del Departamento del Cesar-Colombia y a otras investigaciones en esta área, dentro de las principales recomendaciones realizadas a las Universidades se destaca el estudio e implementación de políticas encaminadas a la vinculación y la competitividad generada de la alianza estratégica universidad - sector externo, fomentar la investigación inter-universidades con el sector externo, la incorporación de estrategias y políticas que permitan la investigación universidad - sector externo privado, la creación de una oficina encargada de comercialización proyectos de investigación y de productos resultados de la investigación con el sector externo, propiciar la cultura de la auto generación tecnológica a través investigaciones en alianzas con el sector externo, logrando así, el compromiso en sus actores, el desarrollo tecnológico, competitivo y el sentido de pertinencia.

Palabras clave: Vinculación – Competitividad – Sector Externo.

INTRODUCCIÓN

Los nuevos modelos de producción del conocimiento asociados a las nuevas competencias, así como las tendencias encaminadas a la globalización exigen a las Instituciones de Educación Superior, hacer modificaciones en sus estructuras y estrategias organizacionales, en su gestión, liderando los contextos de competitividad y productividad, de no hacerlo corre el riesgo de quedar excluidas y ser remplazadas por organizaciones competitivas. (Álvarez y otros 2007).

En ese orden de ideas, las universidades han venido realizando diferentes intentos para conducir sus modelos académicos hacia la competitividad y la innovación, sin embargo, aún es escasa la orientación en muchas de ellas, por lo cual según Meriño (2003), se dificulta la



vinculación entre el conocimiento generado en las universidades y el proceso de competitividad, como respuesta a la apremiante necesidad económica, social y por ende, su impacto en la organización, cuyos resultados son la aplicación de los conocimientos generados en las universidades en especial las públicas.

De esta forma, en sentido general y particular, las Instituciones de Educación Superior, en especial las Universidades Colombianas, desempeñan un rol de competitividad en la formación de capital intelectual del más alto nivel, en la creación, desarrollo, transferencia, adaptación y construcción del conocimiento, de manera que lo que ellas hacen para responder adecuadamente a los requerimientos de la sociedad moderna, se constituye en un imperativo estratégico para el desarrollo, internacional, nacional y regional.

DESAFÍOS PARA LAS UNIVERSIDADES

En relación a los modelos académicos, al desarrollo económico y social, experimentado por los países del viejo continente y latinoamericanos en las últimas décadas, así como la creciente dinámica de globalización en los mercados mundiales, lo cual permiten el libre intercambio comercial y cultural entre países distintos, obliga a que cada miembro de este mercado global “latinoamericano” sea cada vez más eficaz y eficiente a objeto de competir al más alto nivel de productividad y calidad.

Dentro de este contexto internacional y en el Departamento del Cesar- Colombia, se ha creado la necesidad de incorporar la vinculación del sector externo y los componentes de la competitividad, y así, poder evaluar en qué medida ésta, responde al conocimiento, relación, dominio y estudio del mundo con referencia a estos temas globalizado en las universidades públicas en el departamento del Cesar, en especial el municipio de Valledupar, para desarrollar capacidades acorde con el nivel de exigencia del mercado y su entorno, definiendo la misma como el proceso de integrar los recursos y la infraestructura de la unidad de negocios en el logro de sus propósitos, objetivos, sus estrategia y sus operaciones definidas en alianzas de cooperación con otros países u organizaciones del orden nacional o internacional.

De lo anterior, se desprende, que las universidades requieren ser competitivas, para que les permitan la vinculación con la sociedad en los procesos de transferencias de conocimientos, por las razones expresadas, se realiza el siguiente interrogante: ¿Cómo formular lineamientos estratégicos de vinculación del sector externo con las universidades públicas del departamento del Cesar?

Se considera determinante la presente investigación porque se evidencia la necesidad de las universidades en cuanto a la vinculación y la competitividad con el fin de plantearse metas a corto y mediano plazo, considerando pertinente la revisión de antecedentes referidos al área objeto de estudio, así como:

Asimismo, el estudio se desarrolla en la vinculación del sector externo como apoyo a la competitividad en las universidades públicas del Departamento del Cesar, tomando bases teóricas sustentadas en los referentes conceptuales de diversos autores dentro de los cuales sobre salen: Porter, (2005), quien centra sus estudios en la competitividad, así como en Gerencia de la competitividad, estrategia y ventajas competitivas, luego se encuentra Duker (2004), quien sustenta el estudio con sus trabajos en cuanto al mejoramiento continuo en la gestión Institucional, seguidamente Martínez (1998), en su trabajo de propuesta de un modelo



de vinculación de la universidad tecnológica y las empresas para la vinculación de proyectos productivos y Desarrollo de los modelos de vinculación Universidad-Sector productivo.

De igual forma Sinco, J (2008), Modelo de vinculación universidad-empresa como detonador de una competitividad sustentable, Campos y Sánchez (2005). Así manifiesta la existencia de diversos modelos de ver la evolución de las relaciones universidad – empresa – administración pública, de las cuales destacamos tres enfoques:

Primer enfoque: Según Fernández, I. (1997), referenciando a Leyva (1997) y Matkin (1997), manifiestan una marcada relación de la universidad con la industria, observando históricamente tres modelos: el primero de ellos es el modelo descentralizado, desarrollado por las facultades y carreras de ingeniería; muchos problemas del sector productivo comenzaron a ser resueltos por los ingenieros e investigadores vinculados a las instituciones de educación superior, de ahí el auge de los sistemas tecnológicos de educación superior, generalmente de investigación aplicada.

Segundo enfoque: según Martínez, P. (1998), se manifiesta la relación teniendo en cuenta como criterio la intensidad de relaciones basada en el flujo de recursos y beneficios, describe una serie de modelos que ilustran y enmarcan la vinculación entre los sectores protagonistas y a su vez muestran la evolución que ha tenido a través del tiempo. Anota que «en los años 60 y 70, tanto el sector empresarial como el educativo tenían intereses diferentes, no compartían un fin en común, ya que las empresas se enfocaban en su sistema productivo, mientras que las universidades se limitaban a la formación universitaria de personal para el ingreso al mundo laboral.

Tercer enfoque. Según León A. (2005), tomando a Matkin (1997), la relación se muestra desde la óptica de los responsables de la educación continua. Un primer modelo presenta la vinculación desde un modelo descentralizado, donde los responsables son directamente los profesores de los departamentos que prestan los servicios de capacitación a las empresas, y en contrapartida el departamento recibe ingresos que le permiten financiar parte de sus actividades.

Martínez Pávez (1998), el desarrollo de los modelos de vinculación Universidad-Sector productivo enfoca la relación que tiene en cuenta como criterio la intensidad de relaciones basada en el flujo de recursos y beneficios, describiendo una serie de modelos que ilustran y enmarcan la vinculación entre los sectores protagonistas y a su vez muestran la evolución que ha tenido a través del tiempo y modelos.

Primer modelo escasa interrelación. Se caracterizaba por una escasa interrelación y la existencia de una financiación principalmente pública de las actividades de investigación en ambos sectores. Además, se contaba con un reducido flujo de ideas desde la universidad a los negocios y un flujo de recursos financieros de la empresa al Estado por medio de los impuestos, para la financiación pública de la universidad; ello ilustra este modelo de vinculación. De esta manera Martínez P. (1998), en los comienzos de la década de los ochenta se caracteriza por una serie de factores, lo que lleva a la creación del segundo modelo

Segundo modelo internacionalización y globalización. La internacionalización y globalización de la economía, la rapidez y continuidad de los cambios tanto en la demanda como en la oferta, y por último, el cambio y los avances en tecnología. En este modelo se



describe una cooperación más intensa entre la universidad y las empresas con el intercambio de ideas y personas y el respectivo flujo de recursos financieros a la universidad (por medio de servicios científicos y tecnológicos) por parte de la empresa. En este modelo, el Estado sigue siendo un intermediario que financia las universidades, Martínez P. (1998).

Tercer modelo interacción y cooperación entre sectores. Describe la situación de los finales de los ochenta, se caracteriza por la interacción y cooperación entre los tres sectores: Universidad, empresa y Gobierno. Además de la financiación del Gobierno al sector educativo, este también empieza a aportar capital a las empresas, a la creación de estas, y a la formación de mecanismos de interface. Estas interfaces tienen la finalidad de fomentar las actividades de I+D en las empresas y promover la transferencia de los conocimientos generados en las universidades y otros organismos públicos de investigación, (Martínez, 1998).

Por otro lado la variable vinculación definida según Liao, Y. (2007), Campos y Sánchez (2005), como la relación que establece la universidad con los sectores productivo de bienes y servicios público y privado, instituciones de educación, y la sociedad para beneficio de ambas partes, es una característica distintiva de las universidades tecnológicas y gracias a ella, el 70% de la formación de nuestros estudiantes es práctica.

A l contexto continua Liao, (2007), La ubicación de las universidades, se determina por la demanda de la región, apegándose a las necesidades locales, con el propósito de favorecer una pronta integración de los egresados al ámbito laboral de la zona.

Derivado de lo anterior Campos y Sánchez (2005), manifiestan que la vinculación debe de entender como una nueva función que permita a las universidades re-alinear sus objetivos y visiones a futuro a través de redes de acción con otros agentes como el gobierno y empresas. Además ayuda a las universidades a identificarse como instituciones interesadas en participar en la solución de las problemáticas que se presentan en su entorno y cuyos resultados puedan ser transferidos con éxito a la sociedad o al sector productivo.

Al respecto Fernández, I. (1997), menciona dentro del papel que pueden desempeñar las universidades en la región en la que se encuentren ubicadas, una de las partes fundamentales es la contribución a la denominada “economía basada en el conocimiento“, donde la universidad se convierte en parte clave de la producción, transmisión y transferencia del conocimiento.

Con respecto a la competitividad Miranda (2011), señala la importancia de una población instruida, educada y calificada se traduce en competitividad, en donde las bibliotecas contribuyen con relevancia en la gestión del conocimiento que trasciende y repercute en el desarrollo nacional. Por su impacto, el conocimiento representa una condición indispensable para que las personas adquieran destrezas y aptitudes atinentes con los tiempos modernos y ayuda a cimentar las bases de la transformación que el mundo actual demanda.

De igual forma, USAID/PERU/MYPE/Competitividad (2009), define Competitividad industrial o empresarial, como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelven. Igualmente Porter, M. (2005), estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener unos rendimientos mayores a los de sus competidores. El concepto de competitividad lleva explicitó el concepto de



“excelencia” que implica eficiencia y eficacia por parte de la organización (Porter, 2005).

Por su parte Benavides (2006 p.136), señala la importancia de la “interacción creativa entre los actores públicos y privados, en los cuales se encuentran las empresas, los centros de investigación que son los principales generadores de conocimiento”. Desde luego las bibliotecas potencian este efecto al contribuir con tal propósito desde la gestión de información para la transmisión e intercambio de conocimientos. Existe una continua, progresiva interdependencia entre las bibliotecas, la educación y el desarrollo, donde el conocimiento tiene un uso dinámico e interactivo.

En cuanto a la Ventaja Competitiva, Porter, M. (2005), manifiesta que como ventaja competitiva se entiende todas las características o atributos de un producto o servicio que le dan una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos, estas tipologías o atributos pueden ser de naturaleza variada y referirse al mismo producto o servicio, a los servicios necesarios o añadidos que acompañan al servicio base, o a las modalidades de producción, de distribución o de venta del producto o de la organización. Según Porter, M. (2005), las ventajas competitivas se denominan internas y externa.

En cuanto a los Aspectos Estratégicos Porter, M. (2005), estratégicamente las organizaciones manifiestan los sistemas de soporte a la toma de decisiones, tienen un impacto en la forma de realizar sus operaciones de negocio, permiten elevar la calidad en la toma de decisiones, permiten una mayor comunicación en sus áreas de negocio, tiene un enorme en la reducción de costos, una mayor productividad y la satisfacción de los clientes.

Los aspectos económicos Porter, M. (1998), conceptúa, las inversiones en aspectos tecnológicos para las organizaciones son consideradas en una primera instancia como un gasto en lugar de una inversión, pero analicemos esto de una manera más profunda. Las organizaciones deben considerar que aquel que tiene control sobre la información que maneja en sus organizaciones puede soportar iniciativas estratégicas de manera oportuna, hacer que sus actividades presupuestales agreguen valor a la productividad de la organización, dicho en una palabra, tiene mayor ventaja sobre las organizaciones de la competencia.

REFERENTE TEÓRICO

La temática relacionada con la investigación, en la variable vinculación Liao (2007), Benavides (2006), en la competitividad, sobresalen autores como: Michael Porter (2005), de igual manera en la línea de investigación gerencia de la competitividad, estrategia y ventajas competitivas, Peter Duker (2004), Martínez Pávez (1998). Desde el punto metodológico estará soportada por los autores: Hernández, Fernández Sampieri, Batista (2014), Tamayo y Tamayo (2009), Fidias (2006), Sabino (2002), Méndez, Á. (2012), Bernal, C. (2010).

METODOLOGÍA

En este sentido se desarrolló una investigación descriptiva, de campo, con un diseño no experimental tipo transaccional descriptivo, evaluando un universo poblacional de 48 personas y caracterizando las misma población como muestra, vinculados al área objeto de estudio, mediante la aplicación de dos cuestionario constituido por 24 preguntas cada uno, las cuales fueron validadas por un grupo de expertos adscritos a la Universidad Beloso Chacín y UPC.



La muestra, se desarrolló entre investigadores y administrativos, tomados de la población constituida por los directores de investigación, grupos de investigación, gerentes y administrativos en las universidades públicas del Departamento del Cesar - Colombia: Universidad Popular del Cesar, Universidad del Magdalena, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Universidad de Pamplona, y en las empresas Clarens, Fenalco, DPA y Comfacesar.

RESULTADOS

Los resultados esperados en la investigación se enmarcan en formular lineamientos estratégicos de vinculación del sector externo con las universidades públicas del departamento del Cesar, a través del desarrollo de los objetivos específicos diseñados, teniendo en cuenta para ello, determinar los factores condicionantes que permitan la vinculación con el sector externo; describir los modelos de la vinculación con el sector externo en las universidades públicas; identificar los factores determinantes de la competitividad del sector externo y describir las ventajas competitivas de las empresas que se vinculan con las universidades públicas en el Departamento del Cesar.

CONCLUSIONES

En referencia al primer objetivo específico, el cual es determinar los factores condicionantes que permitan la vinculación de las universidades públicas en el Departamento del Cesar, con el sector externo, se concluye la presencia con un alto nivel, la influencia del entorno manifestada en la poca participación; los programas de pregrado y postgrado, los convenios sector externo-universidad-estado y los proyectos sociales desarrollados con el sector gubernamental no son pertinentes con el entorno de igual forma los proyectos de investigación de postgrado no están ajustadas a las exigencias del entorno.

En cuanto al segundo objetivo específico, se concluye que el modelo más usado es el Modelo 3, donde en los proyectos de vinculación universidad y sector productivo, los responsables de la capacitación son los docentes a cargo de los proyectos y que existen personas dedicadas a la consecución y orientación de los objetivos y productos trazados.

En relación al tercer objetivo específico, se concluye que el factor más determinante es el liderazgo en costos, fundamentada esta acción en la relación *entre* las carreras ofertadas y las necesidades del entorno, son factores competitivos que conllevan a las Universidades Públicas del Departamento del Cesar, a un acercamiento con el entorno socio-productivo.

De esta forma, la integración no es posible, debido a la carencia de presupuesto privado y la dependencia del presupuesto oficial es considerado una causa de los altos costos de los servicios académicos en las universidades públicas en el departamento del Cesar, así como la experiencias de las universidades públicas en convenio con el sector externo en el desarrollo de proyectos de carácter social y económicos los convierte en instituciones rentables.

De igual manera, el factor diversificación está presente en menor cuantía, sin embargo el sector productivo manifiesta que el perfil de los egresados de las universidades públicas del departamento del Cesar, se encuentran acorde con las exigencias del mercado laboral de la región como estrategia de competitividad, así como los egresados presentan un alto nivel académico y competitivo el cual permite el desarrollo de la región.



Para el cuarto objetivo específico, se concluye que los elementos considerados como ventajas competitivas están presentes, teniendo la primera aceptación los Aspectos Económicos, basado en la interacción del binomio Universidades Pública - Sector productivo en innovación, es apoyada por los entes gubernamentales, para sostener el modelo de desarrollo basado como una estrategia de negocio, así como la generación de mecanismos en todos los niveles (Sector productivo, Sector Público y Universidades) permitirá motivar al capital humano para desarrollar ideas innovadoras, de apoyo a la generación de riquezas en la región.

En cuanto al contexto de las organizaciones, el diseño de estrategias de negocios para impulsar un plan de innovación entre el sector productivo - las Universidades Públicas - y la Gobernación del Cesar, los hace competitivos en la región, así como la carencia de planes y programas de innovación en los entes gubernamentales, han dificultado la consecución de proyectos y unidades de investigación para el sector socio – productivo, por parte de las Universidades Públicas del Departamento del Cesar.

El segundo elemento que obtuvo aceptación con alto nivel de presencia fueron los aspectos estratégicos, debido a que las Universidades Públicas en el Departamento del Cesar, han contribuido a que los gremios profesionales se mantengan como actores de posicionamiento para fines productivos, igualmente con que la promoción del conocimiento por parte de las Universidades Públicas en el Departamento del Cesar, orientadas a apoyar la innovación tecnológica en el sector socio – productivo, es una estrategia de competitividad.

En función a las conclusiones del objetivo general, en relación a dar respuestas en analizar la vinculación con el sector externo, como apoyo a la competitividad en las universidades públicas del departamento del Cesar, Colombia, se concluye la presencia de factores determinantes y ventajas competitivas como apoyo a la competitividad en las universidades públicas, un cambio en los modelos usados y los factores condicionantes no reflejan el mismo desarrollo, lo cual no favorece el desarrollo de la investigación y de producción competitiva estructural de la región y el país.

En relación al objetivo general analizar la vinculación con el sector externo, como apoyo a la competitividad en las universidades públicas del departamento del Cesar, se concluye que no hay presencia de una vinculación fuerte, que apenas se presentan algunas acciones y que la competitividad de las universidades con base a ventajas competitivas, liderazgo en costos y fuerte presencia de nivel académico alto de los egresados que apoya el emprendimiento, hace que haya una disposición de las mismas a lograr posicionamiento en su entorno inmediato.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones realizadas a las Universidades, se destacan: la implementación de políticas encaminadas a la vinculación y la competitividad, generada en la alianza estratégica universidad – sector externo; fomentar la investigación inter-universidades con el sector externo. Así como la incorporación de estrategias y políticas que permitan la investigación universidad - sector externo privado.

Propiciar la cultura de auto generación tecnológica a través investigaciones en alianzas con el sector externo, logrando así, el compromiso en sus actores, el desarrollo tecnológico, competitivo y el sentido de pertinencia.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez I; Topete, C, Busto, E y Chávez M. (2007). **Desafíos de la formación de competencias para la gestión de la educación superior virtual en el contexto de competitividad y productividad que impone la sociedad del conocimiento.** Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomás C.P. 11340, México D.F.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, [ANUIES] (2004). **Anuario Estadístico licenciatura** [Anuario]. Recuperado el 12 de octubre de 2006 de <http://www.anuies.mx>
- Benavides (2006). **E-Ciencias de la Información Revista electrónica semestral**, ISSN-1659-4142
- Brunner, José Joaquín. **Educación superior, investigación científica y transformaciones en Vinculación universidad sector productivo.** Colección Ciencia y Tecnología No. 24, pp.11. BID-SECAB-CINDA. Santiago de Chile, 1990.
- Caldera (2008), **Programas de pasantías universitarias como herramienta estratégica para elevar la competitividad empresarial.**
- Campos, G., & Sánchez Daza, G. (2005). **La vinculación universitaria: Ese oscuro objeto del deseo.** Recuperado el 7 de septiembre de 2009, de Revista Electrónica de Investigación Educativa:
- Drucker, P. (2004). **La Gerencia en la Sociedad Futura.** Bogotá Grupo Editorial Norma.
- Fernández, Ignacio, (1997). **Diseño de las unidades de vinculación universidad-empresa: Una visión de España.** En Cooperación Universidad-Empresa: Experiencias comparadas. Santiago de Chile, CINDA, p. 265-284.
- Hernández, R. Fernández, C. y Batista, P. (2010). **Metodología de la Investigación.** Mc Graw-Hill Interamericano, S.A. México.
- León González Á. (2005). **Un modelo de Vinculación Universidad - PYME – Gobierno para la creación de Centros de Desarrollo Productivo en la Costa Caribe de Colombia.** Universidad del Norte, Barranquilla, Atlántico, Colombia.
- Liao, Y. (2007). **“The Effects of Knowledge Management Strategy and Organization Structure on Innovation”**, International Journal of Management, Vol. 24, No. 1, 53 – 60.
- Martínez Pávez, C. (1998), **Cooperación Universidad-empresa: visiones de Europa y América Latina, v. 2**, Diseño de un modelo flexible para el desarrollo de la Cooperación de la Universidad con la empresa, sección 4, noviembre, 1998.
- Martínez Pávez, C. (1998). **Cooperación Universidad-Empresa: Visiones de Europa y América Latina, V. 2**, Diseño de un modelo flexible para el desarrollo de la cooperación de la universidad con la empresa, sección 4.



Meriño (2003), **la vinculación entre el conocimiento generado en las universidades y el proceso de competitividad.**

Porter, M. (2005). **COMPETITIVE STRATEGY Techniques for Analyzing Industries and Competitors** THE FREE PRESS.

Porter, Michael. (1998). "**Estrategia Competitivas**", México, editorial continental.

Sinnco, J. (2008). **Modelos de vinculación Universidad-empresa Como detonador de una competitividad sustentable:** el caso del corredor industrial de Querétaro Pedro Jaimes Carbajal Gerardo Múzquiz Narváez

Tamayo y Tamayo, M. (2005), **El proceso de la investigación científica.** Limusa Noriega Editores. México.

USAID/PERU/MYPE/ (2009). **Competividad** vol. I, pp. 295-302.
www.virtualeduca.info/ponencias2009/127/AlvarezGarcialsaias.doc



UN RETO PARA EL PROCESO DE INNOVACIÓN EN EL SIGLO XXI: REHUMANIZAR AL SER HUMANO

Sarcos Argenis

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
asarcos32@hotmail.com

Sarcos Albenis

Universidad José Gregorio Hernández
albenissarcosr@gmail.com

RESUMEN

El artículo tiene como propósito analizar el proceso de innovación tomando como eje principal la rehumanización del ser humano, sustentándose en autores como King y Anderson (2003) citados por Velasco y otros (2007), Druker (2002) citado por Velasco y otros, Paz (2002), citado por Mansilla (2011) entre otros. La investigación fue documental y analítica con un diseño bibliográfico. La técnica fue la observación documental, a través de la revisión de textos y otros documentos como, fuentes electrónicas. La contrastación teórica realizada dejó en evidencia que la innovación es un proceso que inicia y culmina en el ser humano, de manera directa o indirecta. Este ser se encuentra en un proceso evolutivo marcado por la tendencia futurista de la tecno-ciencia dirigida por las corporaciones de las grandes potencias. Dentro de este ambiente, emanan los desarrollos científicos-tecnológicos haciendo a los seres humanos cada día más dependientes de las tecnologías, encadenándolos en un estado de confort. En conclusión, el proceso innovador en estas sociedades del siglo XXI debe dirigirse a reencontrar al ser humano consigo mismo, con su propio pensar. A construir una sociedad donde los valores no solo sean enseñados y aprendidos, sino, practicados y en ello, las instituciones educativas, la familia y la sociedad son el pilar fundamental donde se fomenten esos elementos permitiendo, el desarrollo de seres pensantes y no pensados, críticos de la realidad más que conformistas. En otras palabras rehumanizar a ese ser *bio-psico-tecno-social*.

Palabras Clave: innovación, rehumanizar, contra humanización, tecno-ciencia, tecno-hombre

INTRODUCCIÓN

Al mostrar la innovación como proceso, adherido este a la conducta de los seres humanos hacia el bienestar colectivo se deja caer un silencio que hace preguntar ¿Hacia dónde se dirige el proceso innovador?, ¿Se está innovando en el siglo XXI?, ¿A qué costo?. La innovación tiene hoy día infinidad de definiciones y conceptos que permiten adaptarse a cualquier contexto o situación, no obstante, estos contextos aunque distintos parecen tener las mismas necesidades, enfocadas, hacia los mismos objetivos: creación de valor, competitividad, cooperación, entre otros.

Es por ello, en concordancia con autores como King y Anderson (2003) citados por Velasco y otros (2007), que para el estudio del proceso de innovación como un conjunto de tareas, no existe un modelo explicativo claro y definitivo sobre el camino que tiene lugar desde que surge una invención hasta que ésta alcanza el mercado. En este sentido los modelos recogidos en la literatura presentan carencias e interrogantes, hasta el punto de concluir que hasta la fecha no se ha desarrollado un modelo del proceso de innovación generalizable.



Entre los conceptos de innovación Drucker (2002), citado por Velasco y otros (2007) establece que el término designa tanto un proceso como su resultado. Asimismo, para la Comisión Europea (1995) citada por los mismos autores la innovación es la transformación de una idea en un producto o un servicio comercializable nuevo o mejorado, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método de proporcionar un servicio social.

Por su parte, Pulido (2005), define que la innovación no sólo es importante para obtener ganancias de productividad y mejorar la competitividad internacional de nuestras empresas y productos; es también la garantía para incrementar el nivel de vida de toda la sociedad y perfeccionar el funcionamiento de todo tipo de instituciones. La innovación entonces puede entenderse como cambio evolutivo constante dentro de la esfera bio-psico-social de los seres humanos, con la finalidad de crear un ambiente de beneficio colectivo desde una perspectiva integral y holística.

La innovación es un proceso que inicia y culmina en el ser humano, de manera directa o indirecta. Este ser se encuentra en un proceso evolutivo marcado por la tendencia futurista de la tecno-ciencia como herramienta para evolución, apalancada esta, por un contexto globalizado dirigido por las corporaciones de las grandes potencias. Dentro de este ambiente, emanan los desarrollos científicos-tecnológicos haciendo a los seres humanos cada día más dependientes de las tecnologías, encadenándolos en un estado de confort, cubierto este, por las necesidades emanadas a través de los medios de comunicación y el marketing.

Complementando lo anteriormente expuesto parafraseando a Octavio Paz (2002), citado por Mansilla (2011) a los seres humanos, el mercado actual, los condena a desechar lo que compraron ayer y, por la boca ubicua de la publicidad, intoxica con la droga infernal de la novedad. Vendiendo cosas nuevas que duran lo que dura un parpadeo. El mercado necesita ser humanizado, aunque la concreción de este postulado en la praxis cotidiana es algo inmensamente difícil. Sin embargo, el mercado no se mueve por sí solo, necesita de seres humanos que lo guíen y conduzcan en sus respectivas direcciones. De igual forma, se hace necesario el entendiendo de un modelo generalizado que coloque al ser humano como principio y fin del proceso de innovación. Es por ello, más que humanizar el mercado, es humanizar al ser humano.

Por tal motivo, en esta sociedad mercantilista y mecanicista los seres humanos están sumergidos en la rentabilidad como principal motivo de supervivencia, permanencia o poder. Complementando lo anteriormente expuesto, Rivas (2009) expresa que el hombre está cada vez más contra humanizado haciendo casi imposible, en esta sociedad del siglo XXI, encontrar la esencia vital del Hombre: desarrollarse o auto realizarse como ser humano. Debido a que, si hay alguien que ha contra humanizado al ser humano, es él mismo. Por lo tanto, las instituciones, organizaciones, sociedades, medio ambiente, culturas no escapan a este proceso de deshumanización, reflejando un deterioro moral producto del consumismo, necesidad y apego a lo material al que se ha llegado en este siglo XXI.

Sin embargo, en este punto es importante aclarar que es un ser deshumanizado. Para Rodríguez (2007), deshumanizar es privar al otro de aquella cualidad que le distinguen como ser humano. Algunas de estas cualidades son la inteligencia, el amor, la felicidad, los valores, las creencias morales, el lenguaje y la vergüenza. Son cualidades que se tienen o no se tienen. No basta tener unas y carecer de otras. Todas son necesarias para decir de alguien que es un



ser humano. Por eso, la deshumanización no es un sustantivo que admita grados. O se es humano o no se es humano.

No obstante, es importante aclarar que el término no es un estudio reciente; se remonta a pensadores humanistas como K. Jaspers (1883-1969) y G. Marcel (1889-1973) en el pensamiento existencial, el personalismo de E. Mounier (1905-1950), el pensamiento dialógico alemán (Ebner, Buber, Haecker, Pziwara), o la magna reflexión psicológica de V. Frankl (1905-1997). Todos ellos, citados por Cañas (2010) pusieron en evidencia el drama de la pérdida de humanización de las sociedades, debido a que colocaron, desde sus perspectivas la idea antropológica del sentido de la vida (frente al sin-sentido) como un notable y esperanzador intento de responder al drama existencial humano y la urgente necesidad de una rehumanización de la persona, con la finalidad de construir sólidamente el futuro de una humanidad en paz.

En el mismo orden de ideas, Cañas (2010), identifica dos consecuencias de la deshumanización del hombre una producto de la violencia (causada por las dos grandes guerras) y otra producto de las adicciones (causada por la esclavitud existencial). En este sentido continua Cañas (2010), en el momento presente se está en condiciones de alumbrar un paradigma nuevo como clave esperanzadora para la humanidad futura: la rehumanización. En este sentido, continua el autor, se parte de que la pérdida del sentido de la vida (el vacío existencial) es la causa principal de la deshumanización del hombre contemporáneo, y por tanto sólo si la persona recupera el sentido de su vida, es decir si vuelve a ser persona, podrá entonces salir de su estado existencial subhumano.

Por lo anteriormente expuesto, es pertinente hacer las siguientes preguntas al relacionar las sociedades tecnológicas del siglo XXI con el proceso de deshumanización ¿Hasta qué grado la ciencia y la tecnología ha contribuido a la deshumanización del hombre? Y ¿Hasta qué grado de deshumanización ha llegado el hombre? Se espera responder estas interrogantes a lo largo del presente artículo.

No obstante, como lo establece Cañas (2010) las personas en vías de rehumanización se autoayuda mediante la vivencia de su verdad existencial a través de la libertad, la comunicación, la afectividad y los valores humanos que pueden dar sentido a su existencia, como seres que aspiran a compartir la vida con una actitud de firmeza con capacidad de libre iniciativa y decisión, y con posibilidades creativas de hacer experiencias rehumanizadoras consigo mismo y con los demás. Esta llamada por Cañas (2010) filosofía de la rehumanización se apoya, en último término, en conceptos existenciales muy profundos como verdad, sentido, relación, encuentro, comunicación, sentimiento, libertad-responsabilidad, entre otras. Por ello, el hombre es un ser de encuentro, aunque, sin comunicación y relación no hay encuentro posible.

Tomando en cuenta los valores humanos dentro de proceso de rehumanización se pueden escribir miles de páginas que hablan sobre ellos, sin embargo, la praxis de los mismos, en algunos contextos, parece ser la excepción no la regla. En las sociedades del siglo XXI el dinero se ha convertido en el principal valor por el que todos luchan, en algunos contextos, compra la lealtad, el amor, la igualdad, el compromiso, la justicia, la solidaridad, entre otros, sumergiendo a estas sociedades en un barro de antivalores y convirtiendo al ser humano en un anti-humano deleitado por los grandes avances científicos y tecnológicos, que esconden las más grandes devastaciones de la naturaleza, el medio ambiente e incluso de él mismo.



Sin embargo, como lo menciona Sanabria (2009) el ser humano podrá comprar todo en este mundo, pero no puede comprar lo único que no puede cuantificar: su valor como ser. No obstante, continua la autora lamentablemente, en la sociedad actual existe una crisis de valores: el relativismo, el clima de permisividad en los padres, la tolerancia ilimitada, el consumismo, el esnobismo, la superficialidad, la falta de metas en la vida, de proyectos de vida, el vivir el hoy, todos ellos y otros más se constituyen en enemigos de los valores, apoderándose fácilmente de la persona, arrebatando toda posibilidad de valores e instaurando los anti-valores.

EL PROCESO DE INNOVACIÓN EN LAS SOCIEDADES DEL SIGLO XXI: REHUMANIZAR AL SER HUMANO

La innovación es una fuerza que impulsa diariamente el cambio, la transformación, la evolución del ser humano y por ende de las sociedades donde este se desarrolla. En este sentido, el ser humano está en constantes cambios bio-psico-tecno-sociales impulsados estos por los avances científicos y tecnológicos.

Estos avances, se incrementan a un ritmo vertiginoso sumergiendo al ser humano, así como, a las sociedades del siglo XXI en un mundo lleno de novedades e innovaciones, impulsadas estas por las grandes potencias mundiales, que dentro de su proceso competitivo voraz hace que las grandes corporaciones agilicen ferozmente sus mecanismos de producción para cubrir las demandas de productos y servicios emanadas de las “necesidades del mercado”, sin embargo, los riesgos y efectos de estos avances, no son asumidos por estas grandes corporaciones; son asumidos por todos los habitantes de este planeta de manera directa o indirecta.

Asimismo, las sociedades del siglo XXI, están sumergidas en un sin fin de teorías que otorgan explicación a todo tipo de cosas, por así llamarlas. Por ello, al hablar de innovación se pierden en el infinito la cantidad de conceptos, así como, aplicaciones del mismo, en sus diferentes segmentaciones: a) de procesos, b) productos, c) servicios, d) incrementales, e) radicales o sistémicas, f) organizacionales, g) sociales, h) institucionales, entre otras.

Sin embargo, estos avances científicos y tecnológicos como lo establece Brey, Innerarti y Mayos (2009) han llevado al ser humano a una sociedad, donde las mismas tecnologías que hoy articulan nuestro mundo y permiten acumular saber, nos están convirtiendo en individuos cada vez más ignorantes, adentrando al ser humano en una nueva época de dinámicas desbocadas, de crecimientos acelerados, así como, de obsolescencia inmediata de cualquier novedad.

En relación a lo anteriormente planteado, se puede inferir que el ser humano, así como, las sociedades están sumergidas en “mundo virtual” donde el *tecno-hombre* es la nueva especie que ha surgido como efecto de este devenir del hombre en su dominio de la técnica. No obstante, este dominio de la técnica, empleado por las grandes potencias y acompañado de un poderoso sistema comunicacional, permite crear una ilusión de progreso científico y tecnológico, que sin negar sus éxitos, refleja un deterioro en el proceso evolutivo del ser humano. Ante este deterioro, surge la necesidad de innovar, con la finalidad de re-encontrar al ser humano con su yo interno.

Complementando lo anteriormente expuesto, Weber (1959), Morín (1999), y Rivera (2000), citados por Acevedo (2007), expresan en sus diferentes perspectivas que el uso y dominio



indiscriminado de la técnica, oculta su sentido y le quita fuerza al misterio, al asombro, sin posibilidades de parar su frenética carrera. En este sentido, la vida se ha hincado ante la fascinación de la técnica, para ocultar sus valores más preciados: el significado de humanidad y de identidad terrenal que hay en la creatividad e imaginación humana. Asimismo, la humanidad como “dueña y señora” de la naturaleza erigida sobre el mundo, transforma la misma, según sus necesidades. Por tal motivo, se puede inferir que la racionalidad técnico-científica nunca buscó el desarrollo de lo humano, sino la superación de la humanidad.

Por su parte Jasper (1944), citado por Cañas (2010), expresa que La pregunta por lo que puede ser del hombre a causa del su desenfrenado dominio de la técnica es de tal magnitud, que es el tema capital para comprender la situación del ser humano. No se exagerará nunca lo bastante la importancia de la técnica y sus consecuencias para todas, absolutamente todas, las cuestiones de la vida.

Por ello, parafraseando a Acevedo (2007), se está muy lejos de alcanzar a través de la ciencia, tecnología e innovación cubrir las verdaderas necesidades del ser humano, por los intereses en juego y las relaciones de poder que se entretienen alrededor de las mismas. La primera revolución industrial y las actuales hambrunas en el denominado tercer mundo son el testimonio de la rapiña y del aspecto depredador que adquiere el uso indiscriminado del desarrollo científico para el beneficio privado. Si bien se han alcanzado ciertos compromisos globales para la supervivencia del planeta, todavía se está muy lejos de lograr una integración planetaria fundada en el principio de la solidaridad y el sueño de igualdad y libertad para el hombre universal.

En este punto, es meritorio hacer la siguiente pregunta ¿Cuál debe ser la finalidad del proceso de innovación en ciencia y tecnología en las sociedades? La respuesta parece sencilla, mejorar la calidad de vida de todos los seres humanos de manera integral y sistémica, en total armonía con el medio ambiente; colocando al ser humano como principio y fin de todo. Donde las teorías, los nuevos descubrimientos, el dinero ayuden al hombre a evolucionar como un solo ente *bio-psico-tecno-social*, donde los principios éticos y la socialización del conocimiento sean pilares fundamentales en pro del beneficio colectivo y la cooperación mutua.

Sin embargo, en la realidad actual de esta segunda década del siglo XXI, las gríngolas de la novedad impiden a los seres humanos, la praxis de una definición como la anteriormente planteada. Las luchas por el poder de dominación son más fuertes que las de cooperación, el dinero otorga valor a todo y se convierte en el principal motivo de supervivencia y supremacía. No obstante, las puertas siguen abiertas para que el ser humano pueda reencontrarse consigo mismo y su entorno, es decir, pueda rehumanizarse.

Complementando lo anteriormente expuesto, para Cañas (2010) esta rehumanización viene dada como consecuencia de las dos grandes guerras (primera mitad del siglo XX), y con las adicciones como causa de su esclavitud existencial (segunda mitad). Sin embargo, establece el autor se está en condiciones de alumbrar un paradigma nuevo como clave esperanzadora para la humanidad futura.

Por lo antes expuesto, surge la siguiente pregunta ¿Cómo es o debe ser este proceso de rehumanización? Para Cañas (2010), el proceso se da cuando la persona llega a tomar conciencia de su dignidad, y desde ese profundo autoconocimiento personal decide volver a ser



persona, en otras palabras, decide vivir sin ataduras adictivas y sin comportamientos negativos que la conduzcan de nuevo a ellas.

Así, continua Cañas (2010), las personas en vías de rehumanización se autoayudan mediante la vivencia de su verdad existencial a través de la libertad, la comunicación, la afectividad y los valores humanos que pueden dar sentido a su existencia, como seres que aspiran a compartir la vida con una actitud de firmeza con capacidad de libre iniciativa y decisión, y con posibilidades creativas de hacer experiencias rehumanizadoras consigo mismo y con los demás.

UN ENCUENTRO DEL HOMBRE CON SU SER: LOS VALORES DENTRO DEL PROCESO DE REHUMANIZACIÓN

El ser humano vive rodeado de innumerables “maravillas”, haciendo sentir a algunos de ellos cómodos en el lugar donde están dejando de preguntarse por el sentido de su vida, el sentido de su ser. El dominio de la técnica se ha convertido hoy día en la razón principal por la cual dominar al ser, conllevando los llamados avances científicos y tecnológicos: niños probetas, clonación, ingeniería genética, inseminación artificial, manipulación genética de los alimentos y transgénicos; sin importar, en algunos casos, las consecuencias que éstos tendrán hacia los individuos y a la sociedad. En pocas palabras se puede inferir que el hombre está separado de su ser, en un mundo nihilista y tecnócrata, reduciendo al planeta a un mero stock de materias primas.

Complementando lo anteriormente mencionado, Cortés (2008), establece que la época actual dominada por la ciencia y la tecnología, se encuentra enredada y sumergida en un sinsentido. Este sinsentido, establece la autora en palabras del filósofo alemán Martín Heidegger. Se puede interpretar como un olvido del ser. Sin embargo, hoy día en este planeta dominado por las llamadas tecnologías de información y las comunicaciones, se podría interpretar más exactamente, como un olvido del ser hombre, y hasta un olvido del hombre mismo.

En el mismo orden de ideas, para Cortés (2008), existen dos factores cardinales que han causado este estado del sinsentido. El primero es la instrumentalización de la técnica, en la que ésta ha sometido a la naturaleza hasta convertirla en instrumento suyo, es decir, el esquema sujeto-objeto domina el hombre como sujeto frente a la naturaleza, que sería el objeto, desvaneciendo este sujeto en el proceso y haciendo prevalecer la ambición por dominar la naturaleza, para su sometimiento.

El segundo es la relación hombre-naturaleza, la cual ha cambiado con el fenómeno de la técnica moderna, debido a que esta técnica ha tomado, de cierta manera, el lugar del hombre, siendo la que realmente domina a la naturaleza y extrae a la fuerza productos de ella utilizando a la naturaleza como medio para proveer energía, que como tal pueda ser extraída, almacenada., transformada e intercambiada.

No obstante, en concordancia con Rincón (2009), los beneficios de los avances científicos y tecnológicos, a través del dominio de la técnica no son iguales para todos. No todos ni todas pueden acceder a la tecnología porque el usufructo de la ciencia está determinado por las relaciones de poder, que en ciertas sociedades son eminentemente clasistas y elitistas. En este sentido, continúa el autor, las brechas sociales en un mundo donde hay tantas personas



excluidas y empobrecidas no permiten vislumbrar un milenio positivo a pesar de los avances científicos porque para acceder a los beneficios o necesidades superfluas, hay que pagar y no todos ni todas pueden hacerlo.

Por lo antes expresado, se puede inferir que todos estos elementos científicos y tecnológicos, integrados con el dinero, como principal elemento de poder y dominación, han sumergido a los seres humanos en un mundo donde el ser humano ha delegado la transformación de su vida, su contexto, cultura, medio ambiente a procesos externos, impulsados estos, por el fenómeno de la globalización. Esto ha dado paso al surgimiento de lo que se ha denominado en el presente artículo el *tecno-hombre* Un ser carente de vida, de ser, de sentido, de principios, en conclusión de valores.

Complementando lo expresado en el párrafo anterior, Morín (2000), citado por Rincón (2009), plantea que la civilización está en crisis por varios factores, económicos, sociales, ideológicos, políticos, culturales, religiosos. Sin embargo, la crisis en general es ante todo una crisis ética. En este sentido, el gran desafío, en el nuevo milenio es acabar con la escasez del agua, la contaminación del ambiente, desastres ambientales, extinción de especies vegetales y animales, entre otras que conllevan a la extinción del hombre, a la extinción del ser. Por ello la importancia de rehumanizar al hombre.

Así, este proceso de rehumanización debe iniciar de inmediato, debido a que como se ha expresado el ser humano está sumergido en un mundo donde por ejemplo un par de botas, valen más que una vida. Donde los principios fundamentales de la vida, como la libertad, son tomados como excusa para destruir naciones en pro de sus recursos naturales y energéticos, donde cada día el ser esta más alejado de la realidad, más pensado, en resumen menos humanizado.

En este sentido, para Sanabria (2009), la familia juega un importante rol en el cultivo de los valores. Desde que el ser humano es niño, se le ha de enseñar que las actividades requieren esfuerzo, orden y constancia, transformándose en un hábito. Igualmente, en concordancia con Rincón (2009), estas y otras propuestas de mejoramiento, de acercamiento a la posibilidad de construir una sociedad más equitativa deberían inculcarse desde las escuelas, colegios y universidades.

Por ello, la importancia de que las instituciones educativas, la familia, la sociedad y el estado formen a este nuevo *tecno-hombre* para que acompañado de la ciencia y la tecnología transforme la realidad que lo circunscribe. Sin embargo, aunque no es tarea fácil, no es imposible, y la buena noticia es que aún estamos a tiempo como especie dominante en el planeta tierra de recuperar y reorganizar todo lo que el mismo ser humano ha destruido. Posiblemente para algunas personas, esto sea un sueño, sin embargo, es bueno recordar que el soñar es un elemento vital dentro del proceso de innovación. Por esta razón, la importancia de integrar el proceso de innovación con el proceso de rehumanización del ser humano.

CONSIDERACIONES FINALES

El proceso innovador en estas sociedades del siglo XXI debe dirigirse a reencontrar al ser humano consigo mismo, con su propio pensar. A construir una sociedad donde los valores no solo sean enseñados y aprendidos, sino, practicados y en ello, las instituciones educativas, la familia y la sociedad son el pilar fundamental donde se fomenten esos elementos permitiendo,



el desarrollo de seres pensantes y no pensados, críticos de la realidad más que conformistas. En otras palabras rehumanizar a ese ser *bio-psico-tecno-social*.

Asimismo, el proceso de rehumanización se debe romper las cadenas del colonialismo mental que atan al *tecno-hombre* a un materialismo histórico lleno de novedades y avances científicos y tecnológicos, que sin menospreciar sus éxitos, conducen a un desprendimiento del hombre de sus verdaderas necesidades. Asimismo, se deben romper las cadenas de un actuar subordinado por el mercado y las grandes corporaciones que lo controlan haciendo de nuestras vidas un mundo virtual donde el conocimiento, los valores y la vida misma del ser humano tienen un valor, expresado este en dinero y ocultado diariamente por la globalización, la generación de valor, la competitividad entre otros.

Por otro lado, el proceso innovador en las sociedades del siglo XXI, debe estar orientado a un des-aprendizaje de los pre-conceptos aprendidos y practicados, con la finalidad de establecer métodos reflexivos y pensamiento crítico que permitan cuestionar la realidad, así como, la forma de pensar y actuar de los seres humanos. En este punto como se ha mencionado en párrafos anteriores la familia, la sociedad, las instituciones educativas y el estado tienen el rol principal dentro de este proceso de cambio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, Á (2007). **La enseñanza de la historia social de las ciencias, tecnologías y profesiones**. Rhec No. 10, año 2007. Universidad Tecnológica de Pereira Disponible: www.ine.es/daco/daco42/sociales/ciencia_tecno.pdf
- Brey, A. Innerarti, D y Mayos, G (2009). **La Sociedad de la Ignorancia y otros ensayos**. Primera Edición. Universidad de Barcelona, España. Disponible: <http://www.ub.edu/histofilosofia/gmayos/PDF/SociedadIgnoranciaCas.pdf>
- Cañas, J. (2010). **De la deshumanización a la rehumanización** (El reto de volver a ser persona). Málaga (España). Disponible: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70115498006>
- Mansilla, H (2011). **Ambivalencias de la democracia contemporánea en un mundo complejo e insolidario**. REVISTA CONTRATIEMPO AÑO XI - N° 3 / Primavera 2011. Arte, Pensamiento y Política. Disponible: http://www.revistacontratiempo.com.ar/mansilla-ambivalencias_democracia.pdf
- Pulido, A (2005), **La innovación en el siglo XXI**. CEPREDE Facultad de CC.EE. y EE. Universidad Autónoma de Madrid.
- Rincón, L (2009). **El ser humano en perspectiva: Reflexiones en los albores del siglo XXI** InterSedes: Revista de las Sedes Regionales, vol. X, núm. 19, 2009, pp. 109-116, Universidad de Costa Rica, Costa Rica. Disponible: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66618371005>
- Rivas, M (2009). **La humanización del hombre. El primer paso para implantar un modo de verse a Sí Mismo**. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela. Disponible: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/a5n11/5-11-9.pdf>



- Rodríguez, A (2007). **Nosotros somos humanos, los otros no. El estudio de la Deshumanización y la Infracomunicación en Psicología.** Facultad de Psicología. Universidad de La Laguna. Revista IPLA 2007. Vol. 1, Nº 1. pp. 28-39. Disponible: http://www.psicologia.ull.es/archivos/revista/Descomunicacion%20RevistaAlumnos_%5B2%5D.pdf
- Sanabria, H (2009). **El ser humano y lo valioso del ser.** Universidad Pedagógica Experimental. Libertado, Maracay Edo. Aragua, Venezuela
- Velasco, E. Zamanillo, I e Intxaurburu, M (2007). **Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación desde el modelo lineal hasta los sistemas de innovación.** XX congreso anual de AEDEM, 2, 2007. Palma de Mallorca.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MATERIA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL EN LAS FUNDACIONES PÚBLICAS DE SALUD PEDIÁTRICA DEL MUNICIPIO MARACAIBO

Jenny Guerra

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
jennyguerraurbe@gmail.com

Milagro Urdaneta

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
milagrourd@yahoo.com

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito analizar la responsabilidad social en materia de seguridad y salud ocupacional en las fundaciones públicas de salud pediátricas del municipio Maracaibo. Se fundamentó en los planteamientos de Álvarez (2011), Creus y Mangosio (2011), Francés (2004), Guédez (2006), Mangosio (2008), entre otros. La investigación fue descriptiva, con un diseño no experimental, transeccional, de campo, empleando un censo poblacional conformado por doce (12) personas, distribuido en dos (2) médicos ocupacionales, tres (3) supervisores SHA, siete (7) delegados de prevención. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario con sesenta (60) ítems escala Likert, validado por cinco (5) expertos en el área académica; se calculó la fórmula del coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un 0,97 de confiabilidad. A través de los resultados del instrumento, se observó que en la mayoría de las fundaciones públicas de salud pediátrica del municipio Maracaibo se evidencia una organización preventiva, de estructura organizativa, con programa y manuales en seguridad y salud ocupacional. Entre las acciones se presenta la participación y comunicación, actuando también sobre los riesgos laborales, las estrategias, responsabilidad, compromiso y ética, al promover la integración de estos aspectos en los procesos de toma de decisiones, respondiendo altamente al compromiso que se deriva en el derecho a un sitio de trabajo seguro y sano, medidas de prevención, incorporación de actuaciones orientadas a la identificación, disminución de riesgos laborales, los cuales promuevan el compromiso social, generando bienestar entre sus empleados y ante la sociedad que las comprende. Se recomienda mantener la documentación de la información relacionada con la seguridad y salud ocupacional en estas instituciones, para que a partir de esta se puedan mantener adoptar las decisiones precisas sobre la necesidad o no de realizar acciones preventivas y mantener la red de información para la prevención.

Palabras clave: Seguridad y salud ocupacional, Fundaciones

INICIATIVA ORGANIZACIONAL

En lo que va del nuevo siglo, han surgido iniciativas programáticas creadas por organizaciones para trabajar en lo social, se observa un crecimiento importante, pero todavía relativo de esta área, más despertando el interés en el tema, se han organizado eventos para conocer y discutir la existencia de actores vinculados a la responsabilidad social entre organizaciones empresariales, multilaterales, no gubernamentales y académicas, las cuales ofrecen servicios de capacitación, información, reconocimientos e investigación, tan útil,



necesaria y digna de atención, como cualquiera de los otros elementos que intervienen de forma decisiva en el proceso productivo.

En este sentido, las organizaciones deben retribuir de alguna manera las condiciones y posibilidades que la sociedad les ha aportado. Por ello, Güédez (2006) expone que las causas de la responsabilidad social empresarial se relacionan con la idea de retribuir, compartir, contribuir y corresponsabilizar.

Por otro lado, hoy los ciudadanos están cada vez mejor informados y han cambiado sus valores, incrementando su conciencia ecológica y social, por lo que exigen a las empresas algo más que productividad, por consiguiente, las organizaciones atienden nuevas demandas sociales, donde se incluyen todas las actuaciones de orden social, las cuales se encuentran más allá de los intereses económicos y de la visión tradicional de la empresa.

Debido a esto, los países latinoamericanos más adelantados e industrializados, colocan hoy día a la seguridad laboral en un plano equivalente a una herramienta más de producción, manifestando expectativas de un comportamiento empresarial más vinculado a los derechos laborales de los trabajadores, por la vía de su participación en la gestión. Esto se deriva a la gran cantidad de tiempo diario consumido en riesgos y accidentes laborales, siendo estos algunos de los factores que han llevado al gobierno a regular debidamente sus actividades y a la creación de normativas de responsabilidad social.

CONTEXTO VENEZOLANO

Basado en los antecedentes descritos, conviene mencionar que en Venezuela para algunos trabajadores de diferentes áreas en su campo laboral el riesgo profesional es producido por tóxicos contaminantes existentes en los diferentes departamentos de trabajo, donde no existen suficientes alternativas y medios para el logro de una buena condición de trabajo, que minimicen los riesgos laborales.

De este modo, en el siglo XXI la situación del país ha cambiado su actuación social empresarial, incluyendo en su marco constitucional venezolano de 1999 un cambio significativo, donde el Estado está a cargo de nuevos espacios, con regulaciones distintas hacia el sector empresarial. En esta acción legal, enmarcada en el ámbito del dinamismo actual del mundo, exige por parte de quienes dirigen y lideran las organizaciones la asimilación de nuevos conceptos, donde se incluya el capital humano como elemento esencial de la organización, preparándolo para realizar las gestiones exigidas en el entorno laboral en materia preventiva.

Partiendo de lo anterior, y tomando en cuenta a Francés (2004), la responsabilidad social en su dimensión interna, también implica la propuesta de acciones de prevención en seguridad e higiene ocupacional. En consecuencia las organizaciones tienen la responsabilidad principal de integrar en la ejecución de las distintas actividades, el cumplimiento de normativas, que le permitan además de identificar sus funciones, desarrollarlas, aplicar habilidades técnicas, administrativas, incluyendo las humanas, adecuadas a un nivel de desempeño óptimo y exitoso, cónsono con los objetos de la institución, garantizando la salud física y mental de los empleados.

Según Álvarez (2011), la seguridad y salud ocupacional tiene como objetivo promover buenas prácticas, que estén en equilibrio con las necesidades fisiológicas y psicológicas de los



empleados, para demostrar un desempeño sólido, mediante el control de los riesgos, en coherencia con la política y objetivos dentro del contexto de una legislación. Se entiende que la seguridad e higiene ocupacional es el estado físico, social y psicológico de las personas en su propio ambiente laboral.

Las fundaciones son las entidades donde se representa la manifestación de lo mejor de la sensibilidad social, contribuyendo al progreso de su entorno. Hoy representan un ámbito cada vez más atractivo y pleno de posibilidades y retos. Por tanto, se debe ser consciente, no sólo de la importancia alcanzada en las instituciones públicas en el presente, sino del papel que están llamadas a jugar en el futuro, en una dinámica a través de la cual pueden llegar a ser destacadas piezas en el mantenimiento del tejido social en el cual se hallan insertas.

Actualmente y según Blanco y Maya (2005), las instituciones públicas deben aplicar medidas preventivas en seguridad e higiene ocupacional, es por esto, que las personas deberían ser entendidas como un medio para el logro del éxito empresarial, considerando a los empleados como una de las finalidades esenciales de la empresa, para formar parte de su sistema de gestión. Por tanto, las fundaciones deberían acreditar unas características formales mínimas, calidad de gestión, y adecuación en cuanto a la responsabilidad social en materia de seguridad e higiene ocupacional.

De esta manera, los puestos gerenciales, en administración pública, deben ser establecidos según las condiciones laborales que puedan garantizar la efectividad del trabajo de la persona en su cargo, por lo tanto el individuo seleccionado para desempeñarse en áreas específicas, debe estar orientado hacia la consecución y mantenimiento de la organización, demostrando así la calidad de servicio.

En este orden, la seguridad e higiene ocupacional deben integrarse necesariamente en todas las fases de la intervención preventiva, como parte inseparable de la actuación multidisciplinaria de los servicios de prevención en todos los sectores, los cuales, de acuerdo a Mangosio (2008), suponen un conjunto de actuaciones orientadas a evitar los daños a la salud, además de identificar los problemas, verificando la idoneidad de las soluciones en esta materia.

En tal sentido, las instituciones del sector salud no escapan de esta realidad, ya que generan servicios indispensables para el bienestar individual y social de la población. La mayoría de las instituciones del sector salud se encuentran adscritas al Estado, en este sentido, se puede afirmar que estas instituciones están al servicio de la colectividad, para garantizar la atención en salud, proporcionando las mejores condiciones para recuperar la salud física y mental de sus pacientes.

Igualmente, cabe señalar que las instituciones del sector público, en especial aquellas dedicadas a la salud pediátrica, deben velar por la acción preventiva en la adopción de medidas eficaces en cuanto a riesgos ocupacionales existentes, con el objeto de evitarlos. En este contexto, las organizaciones de salud en el sector pediátrico, no escapan de asumir intervenciones preventivas, manifestando la necesidad de adecuar el buen funcionamiento de sus procesos, relacionados no solo con su razón de ser, ofreciendo no solo la calidad de servicio a la población infanto-juvenil, sino también, manteniendo una ética que responda al bienestar de quienes trabajan en este sector y la comunidad en que se inserta.



De esta manera, las fundaciones públicas de salud pediátricas, presentan situaciones de riesgos entre sus empleados, en cuanto a seguridad e higiene ocupacional, en consecuencia, estas deben informar sobre políticas, programas, estrategias en general, que promuevan el compromiso social de la institución con trabajador. Pero actualmente, y según conversaciones informales con empleados se observa que en algunas fundaciones de este tipo, las prácticas de la seguridad social laboral presentan fallas, ocasionando falta de información sobre el desempeño en esta materia, generando situaciones desfavorables para la organización, porque se desconocen las acciones preventivas entre otras propias de la gestión de seguridad y salud ocupacional como acciones de responsabilidad social.

QUÉ SE HA ENCONTRADO

El instrumento elaborado con la finalidad de recopilar la mayor información para puntualizar aspectos sobre la responsabilidad social en materia de seguridad y salud ocupacional en las fundaciones de salud pediátricas del municipio Maracaibo, permite el análisis detallado del cuestionario aplicado al personal. Partiendo de esta información, se procede a la presentación de los resultados, elaborado a partir de la estadística descriptiva, presentando tablas con frecuencias absolutas y relativas, las cuales son discutidas por variables, partiendo de la información teórica.

Variable: Seguridad y Salud Ocupacional.

Tabla 1. Seguridad y Salud Ocupacional

Dimensiones	Escala de Respuestas					Total
	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)	
Políticas de Gestión	65,54	22,79	9,58	2,09	0	100,002778
Programa de Seguridad y Salud Ocupacional	63,89	27,78	8,33	0	0	100
Promedio Variable	64,72	25,28	8,96	1,04	0,00	100,00

Fuente: Elaboración propia (2014)

En los resultados presentados en la tabla 1, se puede apreciar claramente que el 64.72% de la población respondió estar totalmente de acuerdo con que actualmente las fundaciones de salud siguen políticas y programas en cuanto a seguridad y salud ocupacional, mientras el 25.28% de los sujetos asumen estar parcialmente de acuerdo, solo un 1.04% se encuentra parcialmente en desacuerdo, mientras un 8.96% no se encuentra ni en acuerdo ni en desacuerdo.

En este orden de ideas Fernández, Montes y Vázquez (2005), refuerzan los resultados obtenidos con la investigación, al asegurar que la política comprende las intenciones generales, directrices al igual que los objetivos de la dirección de la empresa en relación a la prevención de riesgos laborales, donde la mayoría de la población indico estar totalmente de acuerdo, así se incluyen los principios sobre los cuales se basan sus actuaciones. La política refleja, lo que se intenta lograr con el sistema de gestión de la seguridad y salud laboral recogiendo los métodos



en los procesos de la empresa que se utilizarán para lograr los resultados de seguridad deseados, partiendo de la organización, planificación y control.

En cuanto a los programas de seguridad y salud ocupacional, Álvarez (2011), señala que un programa como éste se basa en la planeación, organización, ejecución y evaluación de actividades relacionadas con la medicina preventiva, del trabajo, seguridad e higiene industrial, incluyendo acciones asociadas a la protección del medio ambiente el cual puede afectarse por la operación industrial, destinados a la preservación, mantenimiento y mejora de la salud de los colaboradores de la organización, de esta manera se evitan los accidentes de trabajo, así como enfermedades profesionales. Y de acuerdo a la mayoría de los encuestados, en las fundaciones de salud pediátrica, el principal objetivo es proveer de seguridad, protección y atención a los empleados en el desempeño de su trabajo, tomando como base la higiene industrial, medicina del trabajo y seguridad industrial.

Variable: Responsabilidad Social. Tendientes

Tabla 2. Responsabilidad Social

Dimensiones	Escala de Respuestas					Total
	Totalmente de Acuerdo	Parcialmente de Acuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)	
Acciones de Responsabilidad Social en Materia de Seguridad y Salud Ocupacional	63,89	18,65	12,70	4,76	0	100
Promedio Variable	63,89	18,65	12,70	4,76	0,00	100

Fuente: Elaboración propia (2014)

Pasando a la variable Responsabilidad social, se observa en la tabla 2 que el 63.89% de los sujetos refirieron estar totalmente de acuerdo en que las fundaciones practican la participación, comunicación, riesgos laborales, ética, estrategias, responsabilidad y compromiso, acciones propias de responsabilidad social, mientras un 18.65% considera estar parcialmente de acuerdo, un 12.70% no se encuentra ni en acuerdo ni en desacuerdo, y un 4.76% se encuentra parcialmente en desacuerdo.

Los datos presentados anteriormente indican la evidencia de acciones de responsabilidad social, las cuales emergen en reconocer los compromisos que tienen las fundaciones de salud pediátricas ante la sociedad, basados en tareas donde se propician mejoras en la calidad de vida, no solo dentro de las organizaciones, sino también en la sociedad. Lo expresado por Creus y Mangosio (2011), refuerza la importancia de los resultados, pues es evidente que una vez valoradas las condiciones de trabajo, se puede hacer un mapa de riesgos, localizándolos en las diversas zonas de la empresa, esto se realiza con la participación de todos los servicios de la organización (trabajadores, técnicos, médico y empresa), permitiendo establecer mejoras, fijando prioridades, haciendo un seguimiento para comprobar su eficacia.



En ese mismo orden Urcelay (2007), señala que la acción más importante de responsabilidad social empresarial es desarrollar la prevención de riesgos laborales, porque esta aumenta con el tamaño empresarial. Estima el fomento de los valores de la empresa, además de desarrollar valores en la empresa, respetar la dignidad y favorecer el desarrollo de empleados, disponer de códigos éticos, incluyendo el fortalecer las prácticas sociales en apoyo a la comunidad, aspectos estos incluidos en las acciones de responsabilidad social que de acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de la población está de acuerdo con que son practicadas por las fundaciones pediátricas.

Todos lo descrito anteriormente guarda consonancia con lo expuesto por Guédez (2006), quien considera que el ejercicio de la acción social debe estar conformado por una plataforma asociada a tres exigencias correlacionadas: la preservación, la integración económico-social-ambiental y la comunicación, acciones concebidas por las fundaciones en cuestión.

CONCLUSIONES

Analizadas las variables en las fundaciones de salud pediátricas del Municipio Maracaibo, se concluye que la mayoría de estas han concertado un comportamiento organizacional participativo, en el que se evidencian programas y políticas en base a la seguridad y salud ocupacional, asociadas a un alto porcentaje que está totalmente de acuerdo en la práctica de planes estratégicos, medidas de prevención, intervención de la sociedad, incorporación de actuaciones orientadas a la identificación, disminución de riesgos laborales, entre otros que promuevan el compromiso social, generando bienestar entre sus empleados y ante la sociedad que las comprende.

Al identificar las políticas de gestión sobre seguridad y salud ocupacional en las fundaciones públicas de salud pediátrica del municipio Maracaibo, se observa que la mayoría de estas están totalmente de acuerdo con que se lleva a cabo un comportamiento organizacional participativo, en donde se evidencia una organización preventiva, de estructura organizativa en seguridad y salud ocupacional, además de control, el cual debe ser considerado como un instrumento esencial del sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales, donde se debe hacer énfasis en la planificación, incorporada en el análisis estratégico, sanitario y de emergencia, permitiendo mostrar controles direccionales que se establezcan bajo normativas, inspecciones, auditorias y evaluaciones periódicas, las cuales emergen al proponer proyectos alternos debidamente relacionadas a las actividades preventivas.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido presentando, al describir el programa de seguridad y salud ocupacional en las fundaciones públicas de salud pediátrica del municipio Maracaibo, se observa un total acuerdo sobre la presencia de programas relacionados con la higiene industrial, además de la seguridad industrial, y las medicinas del trabajo, las cuales deben estar interrelacionadas en forma conjunta.

Se evidencia también el control de los factores de riesgos laborales, debido a que en estas organizaciones existen manuales de normas de seguridad industrial al alcance de los empleados, cumpliendo con políticas de seguridad industrial dirigidas a la protección de los empleados, y medidas para prevenir patologías asociadas al desempeño de sus funciones.

En cuanto a describir las acciones de responsabilidad social en materia de seguridad y salud ocupacional en las fundaciones públicas de salud pediátrica del municipio Maracaibo, se



obtuvo como resultado que dentro de estas acciones hay participación y comunicación, actuando también sobre los riesgos laborales, las estrategias, responsabilidad, compromiso y ética, al promover la integración de estos en los procesos de toma de decisiones, respondiendo altamente al compromiso que se deriva en el derecho a un sitio de trabajo seguro y sano, medidas de prevención, intervención de la sociedad, incorporación de actuaciones orientadas a la identificación, disminución de riesgos laborales, los cuales promuevan el compromiso social, generando bienestar entre sus empleados y ante la sociedad que las comprende.

Al analizar la Responsabilidad Social en materia de seguridad y salud ocupacional en las fundaciones públicas de salud pediátricas en el municipio Maracaibo, se observó cómo los riesgos laborales y la participación se toman en cuenta dentro de las acciones de responsabilidad social, pero aunque la mayoría de los sujetos encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo con que si se aplican estas acciones, es necesario promoverlas para que el 100% pueda sentirse conforme con estas y puedan desempeñarse de manera efectiva, conscientes de que existen elementos que les garantizan seguridad en el trabajo, logrando una organización sea socialmente responsable.

RECOMENDACIONES

En cuanto al control como política de seguridad y salud ocupacional, se requiere documentar la información, para que a partir de esta se puedan adoptar las decisiones precisas sobre la necesidad o no de realizar acciones preventivas. En caso de contar con sistemas de controles operacionales, es necesario fortalecer su funcionamiento, siendo garantes de la correcta ejecución de los programas de seguridad y salud ocupacional, tales como: inspecciones de seguridad no programadas, sistemas de chequeo preventivo, seguimiento a los programas establecidos, y auditorías del uso de equipos de seguridad industrial.

Es conveniente reforzar los programas de seguridad y salud ocupacional, donde se debe considerar no sólo la prevención de accidentes y riesgos profesionales, sino que se extiende al campo más amplio de la salud integral del trabajador, en particular la medicina del trabajo. También es importante promover la vigilancia de la salud de los trabajadores, buscando establecer los medios adecuados para la evaluación y control de las actuaciones de carácter sanitario.

Es necesario implantar un sistema informativo, que permitan la elaboración de mapas de riesgos laborales, identificación de las patologías que puedan afectar a la salud de los trabajadores. Conviene mantener la supervisión de la formación del personal sanitario encargado de los servicios de prevención, elaboración y divulgación de estudios e investigaciones relacionadas con la salud de los trabajadores.

Implementar las estrategias competitivas propuestas que permitan, mayor participación al personal para concebir la filosofía organizacional, además de la inclusión de elementos de responsabilidad social en materia de seguridad y salud ocupacional, poniendo en práctica estrategias acertadas que contribuyan con el desarrollo organizacional de las fundaciones, con la finalidad de lograr mayor compromiso, sentido de pertenencia, incluyendo la eficacia en los procesos.

Se recomienda realizar evaluaciones periódicas, para medir el rendimiento del personal, y así fortalecer las debilidades del empleado, en cuanto a la aplicación de las acciones de seguridad y salud ocupacional. De igual modo, los líderes en estos procesos de seguridad y



salud ocupacional deben promover la cooperación de los trabajadores tan indispensable para la toma de decisiones.

Es conveniente revisar los métodos informativos utilizados en las instituciones para fomentar las condiciones seguras laborales, promover a través de carteleras informativas visibles a todo el personal sobre las condiciones inseguras dentro de la organización, como también realizar al personal talleres en los cuales se expongan temas debatibles sobre las políticas de seguridad y salud laboral.

Por todo lo antes planteado se recomienda tomar en consideración las formulaciones antes propuestas, ya que la efectiva ejecución de estas ayudará a alcanzar los objetivos expuestos, orientados precisamente en direccionar los programas de seguridad y salud ocupacional que se ejecutan en las fundaciones de salud pediátricas del municipio Maracaibo, en una planificación garante de comportamientos seguros tanto para los empleados como para la comunidad, logrando la transformación del modelo de desarrollo establecido en la actualidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, F. (2011). **Salud Ocupacional**. Bogotá-Colombia. Ecoe Ediciones.
- Blanco, J. y Maya J. (2005). **Fundamentos de Salud Pública Tomo II Administración de Servicio de Salud**. Colombia. Fondo Editorial CIB.
- Creus, A. y Mongosio, J. (2011). **Seguridad e higiene en el trabajo**. Buenos Aires-Argentina. Alfaomega Grupo Editor Argentino.
- Fernández, Montes y Vásquez (2005). **Como crear un entorno de trabajo seguro: Organización y gestión económica de salud laboral**. España. International Thomson Editores.
- Francés, P. (2004). **Ética Empresarial: Una Responsabilidad de las Organizaciones**. Caracas-Venezuela. Ediciones VELEA.
- Guédez, V. (2006). **Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial**. San Sebastián - España. Deusto publicaciones.
- Mangosio, J. (2008). **Higiene y Seguridad en el Trabajo**. Buenos Aires - Argentina. Cámara Argentina del Libro.
- Urcelay, J. (2007). **La responsabilidad social de la empresa en la gestión de Pymes**. España. Fundación EOI.



CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN ÁREAS DE INFRAESTRUCTURA DE COMPETENCIA REGIONAL

Heine Rincón

Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo, Venezuela
ingheine@cantv.net

Sara Maggiolo

Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo, Venezuela
lic_saramaggiolo@hotmail.com

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue analizar la capacitación del talento humano en áreas de infraestructura de competencia regional, para lograr tal objetivo se describió la ejecución del Plan de Capacitación, se caracterizó la capacitación según el modelo de competencias y finalmente la aplicación de la variable mencionada. Los Autores consultados fueron Chiavenato (2011), Byars y Rue (2010), Alles (2009). Se realizó un estudio no experimental, transeccional, con diseño relacional – causal y de campo. La muestra poblacional estuvo conformada por cuarenta y cinco (45) profesionales; para tal efecto se aplicó un cuestionario con escala Likert, con cinco (5) opciones de respuesta y diez (10) ítems en total, lo cual fue validado por 5 expertos, dando una respuesta positiva a la evaluación. La confiabilidad Alpha fue de 0,94 %, se aplicaron los instrumentos, se tabularon y se analizó a través de la estadística descriptiva. Se llegó a la conclusión que en ninguno de los entes investigados se constató la existencia de un Plan Anual de Capacitación; la capacitación ofrecida es limitada. En general, se infringen normas y articulado legal sobre capacitación y desarrollo de personal. Los procesos de trabajo no están diseñados según el Modelo de Competencias.

Palabras Clave: Capacitación, Talento Humano, Infraestructura.

INTRODUCCIÓN

El talento humano contribuye con la organización, bien sea mediante habilidades, conocimientos, actitudes, conducta, experiencia, entre otros, lo cual estará directamente relacionado con los incentivos que reciba de la misma y acorde con el puesto de trabajo, responsabilidad y autoridad que posean.

Las organizaciones que cuentan con un personal capacitado tendrán una posición ventajosa y pueden perfeccionar sus resultados, abriendo nuevas oportunidades en su mercado. La capacitación forma parte fundamental de la planificación del bienestar social de los empleados en las organizaciones modernas, como opción para el desarrollo integral y profesional de los mismos.

En este orden de ideas, esta investigación planteó analizar la capacitación del talento humano en áreas de infraestructura de competencia regional, para lo cual describe la ejecución del plan de capacitación, caracteriza la capacitación basada en el modelo de competencias, y finalmente, determina como aplican la capacitación en el área mencionada.



METODOLOGÍA APLICADA

La investigación fue de tipo descriptivo recogiendo información referida con el estado real de las personas vinculadas con la situación investigada, acorde con Chávez (2007), con diseño No Experimental, así mismo, la investigación se clasifica como Transeccional o Transversal por su dimensión temporal. La población de estudio es todo el personal de la Gerencia de Operaciones en áreas de infraestructura, del sector educación y salud, de competencia regional, registrados en la nómina fija, así:

Cuadro Nº 1: Distribución de la Población:

ORGANISMO	POBLACIÓN
FUNDASALUD	31 profesionales.
FUNDAEDUCA	14 profesionales.
Total:	45 sujetos de la investigación.

Fuente: Elaboración propia (2014)

Se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario para obtener la información relacionada con los objetivos de la misma, el cual consta de diez (10) preguntas, Para la tabulación de los datos se realizó un análisis de contenido (técnica metodológica y epistemológica) de las respuestas proporcionadas por los sujetos.

CAPACITACIÓN

La capacitación es descrita por Byars y Rue (2010) como un proceso que involucra el crecimiento y mejoramiento de las aptitudes de las personas y grupos dentro de la organización. Por su parte, Alles (2009) señala que es darles a las personas mayor aptitud para poder desempeñarse con éxito en su trabajo; que les permita adecuar su perfil a las competencias y conocimientos necesarios para el puesto de trabajo.

Según Chiavenato (2011) la capacitación es un proceso educativo a corto plazo, que les concede a las personas nuevos conocimientos, desarrollo de habilidades y competencias en función de objetivos definidos. Su finalidad es lograr que los empleados adquieran las destrezas y aptitudes requeridas para alcanzar los objetivos de la organización.

En síntesis, para las investigadoras la capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado y organizado a corto plazo, que busca modificar, mejorar o ampliar los conocimientos del personal, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas en la organización.

BASES LEGALES DE LA CAPACITACIÓN

En relación con las Bases Legales, el proceso de capacitación y desarrollo de recursos humanos, en la Administración Pública Venezolana, está regulado por la Ley del Estatuto de la Función Pública, previamente, todo lo concerniente a los procesos educativos como garantías y derechos de los venezolanos tiene rango constitucional como se evidencia en los artículos del 103 al 105 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999).



Para el nivel de obreros y de empleados (técnicos medios), existe una Ley Específica que regula el Instituto Nacional de Cooperación Educativa Socialista (INCES). Entre las atribuciones de las Oficinas de Recursos Humanos, el Estatuto de la Función Pública (LEFP), en su Artículo 10, numeral 5, prescribe la dirección y coordinación de los programas de capacitación del personal, de conformidad con las políticas que establezca el Ministerio del Poder Popular de Planificación y Desarrollo (MPPPD), (Asamblea Nacional, 2002)

En cuanto a los Planes de Personal, el artículo 13, especifica que deben contener los objetivos y metas de cada ejercicio fiscal en lo relativo a estructura de cargos, cambios de clasificación, remuneraciones, ingresos, transferencias, concursos, traslados, evaluación de desempeño, desarrollo y capacitación y demás materias, medidas o previsiones que establezcan los reglamentos de esta Ley. (Asamblea Nacional, 2002)

El artículo 33 del Estatuto en su numeral 8 se refiere a los deberes de los funcionarios y funcionarias públicos, destacando que deben cumplir con actividades de capacitación y perfeccionamiento para mejorar su desempeño. En el artículo 63, señala que el desarrollo del personal se logrará mediante su formación y capacitación. La responsabilidad y competencia nacional de la capacitación y desarrollo están contempladas en el Artículo 64 del Estatuto, señalando claramente al Ministerio del Poder Popular de Planificación y Desarrollo, como ente coordinador y fiscalizador. (Asamblea Nacional, 2002)

De todo lo anterior, se deduce que cada ente y órgano público deberá anualmente formular su plan de personal que deberá ser remitido al Ministerio del Poder Popular de Planificación y Desarrollo y éste deberá aprobarlo, modificarlo o devolverlo en su totalidad. Este plan a su vez, contempla la programación anual de capacitación y desarrollo del personal de cada órgano o ente público, bajo la responsabilidad general del MPPPD y particular, de la institución pública.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

El programa debe sustentar los siguientes aspectos: ¿Cuál es la necesidad? ¿En qué áreas ocurre? ¿Qué la origina? ¿Cómo se puede resolver? ¿Cuál es su prioridad? ¿La necesidad es permanente o temporal? ¿Cuánto personal será atendido? ¿Qué tiempo se dispone para la capacitación? ¿Cuál es el costo probable de la capacitación? ¿Quién realizará la capacitación?

Para desarrollar el Programa de Capacitación, Chiavenato (2011), indica que requerimos de un plan donde se defina una necesidad específica, y debe incluir: un objetivo claro de la capacitación, la división del trabajo por módulos o cursos, el contenido de la capacitación, la tecnología disponible, los recursos necesarios y la población meta. Posteriormente, se escoge el lugar donde se hará la capacitación, bien sea dentro o fuera de la empresa; se define el tiempo – horario, costo y evaluación de los resultados.

Cuando se escogen las técnicas y métodos a utilizar en el programa de capacitación, se persigue obtener el mayor aprendizaje posible con el menor tiempo, esfuerzo y costos. Por lo que dichas técnicas son divididas en tres:



Cuadro Nº 2 Técnicas de Capacitación

Técnica	Clasificación	Descripción
En cuanto a su utilización	Orientadas al contenido	Diseñadas para transmitir un conocimiento o información
	Orientadas al Proceso	Se busca desarrollar conciencia, habilidades y cambio de actitudes.
	Mixtas	Transmite conocimientos y busca cambios conductuales.
En cuanto al tiempo	Antes de ingresar (inducción)	Se trata de que el empleado conozca y se familiarice con la empresa y puesto a ocupar.
	Después del ingreso	Puede ser un entrenamiento específico de su área o nuevas aplicaciones.
En cuanto al lugar de aplicación	En el lugar de trabajo	Se puede dar por los supervisores o algún especialista dentro del área de trabajo.
	Fuera del lugar de Trabajo	Generalmente complementan la capacitación en el trabajo, valiéndose de recursos y tecnología más especializada.

Fuente: Elaboración propia (2014)

Ya culminado el Programa de Capacitación, se procede a la fase de Implementación, que involucra al instructor y al aprendiz. Los instructores son los especializados en el área a capacitar, que cuentan con experiencia y van a transmitir sus conocimientos a los aprendices, que pueden ser cualquier personal de la empresa que recibirá el conocimiento.

Dicha implementación, para Neira y Sáenz (2005) depende de los siguientes factores:

- Los programas de capacitación deben ser adecuados para mejorar el nivel de los empleados y satisfacer las necesidades de la organización.
- El material de capacitación debe ser planeado y de calidad para concretar la instrucción.
- Todos los niveles de la organización deben cooperar e involucrarse en el proceso de capacitación, de esta manera se notará el rendimiento en la inversión realizada.
- Los instructores deben cumplir ciertas cualidades y experiencia, para asegurar el éxito de la implementación.
- Los participantes o aprendices en la capacitación deben ser seleccionados acordes al nivel de instrucción a recibir, para optimizar los resultados.

Al terminar esta fase, debemos evaluar los resultados del proceso de capacitación, con el propósito de verificar si las metas y objetivos propuestos fueron alcanzados; identificando los factores que han afectado en los resultados (de manera positiva o negativa) para finalmente formular las recomendaciones que faciliten la toma de decisiones o la debida retroalimentación del proceso.



En este contexto, Mayuri (2006) en relación con la evaluación de programas de capacitación señaló que es necesario considerar factores que son propios de los fenómenos que se producen en la empresa en relación con las actividades de capacitación realizadas. Al igual que toda actividad, la capacitación debe ser evaluada en el sentido de poder obtener así una retroalimentación traducida en mejores planes de capacitación.

La evaluación constituye un proceso de búsqueda e interpretación de evidencias respecto a lo que ocurre como resultado de las acciones de capacitación; además, pretende verificar si la capacitación produce cambios positivos o favorables en el comportamiento de los trabajadores afectos y la organización. Según sean los objetivos que persiga la capacitación, se estructurarán formas específicas de tipos de evaluación.

Considerando la capacitación como proyecto, la evaluación puede realizarse de acuerdo al momento en que se aplica, la naturaleza de lo que se evalúa y la procedencia de los evaluadores.

EJECUCIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

La ejecución del plan referida en el objetivo 1 de esta investigación, es definida como el registro, evaluación y control de las actividades de capacitación cumplidas, mensual o semestralmente, por cada empleado, de acuerdo con el Plan de Capacitación Anual y de las metas individuales; igualmente, de los eventos internos y externos, desarrollados bajo la coordinación técnica de la Oficina o Gerencia de Recursos Humanos, en el mismo lapso.

El Plan de Capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente, definida por Alles (2009) como un plan formativo con actividades organizadas conforme a fines y propósitos específicos; que conllevan a la mejora de competencias.

Sus indicadores son: Capacitación Individual, Capacitación Interna, Capacitación externa.

- Capacitación Individual: resultados. Número de horas/clase, cubiertas por cada funcionario o funcionaria, en un año, discriminados por trimestres, según registro y soporte de la Oficina de Talento Humanos. La meta anual es de ochenta (80) horas de capacitación individual.

- Capacitación Interna: N° de Eventos: desarrollo de una programación anual de capacitación, distribuida en trimestres, con recursos presupuestarios, logísticos e instructores propios, para el personal de todos los niveles y clases de cargos.

Incluye programas de inducción, negociaciones, coaching, rotación de puestos y programación social, gremial y profesional.

- Capacitación Externa: N° de Eventos: desarrollo de una programación anual de capacitación, distribuida en trimestres, con recursos presupuestarios propios o convenidos con otras instituciones, para el personal de todos los niveles y clases de cargos. Incluye la asistencia a eventos profesionales, sindicales, culturales y de recreación, becas, representación institucional, colaboración con otros entes o de comunidades organizadas, cursos de extensión, diplomados y otras experticias profesionales dirigidas a mejorar la competencia laboral.



CAPACITACIÓN BASADO EN EL MODELO DE COMPETENCIAS

Las competencias, según Spencer y Spencer (1993), citado por Alles (2009), es una característica subyacente en el individuo que está causalmente relacionado con un estándar de efectividad y/o con una performance superior en un trabajo o situación. Las competencias, definidas por Hay Group (2004) son las valoraciones de las actividades de desempeño laboral de un individuo sobre la base de las condiciones intrínsecas y extrínsecas exigidas por las funciones descritas en los Perfiles de Cargo.

Los indicadores tomados en esta investigación fueron: Competencias Profesionales, Administrativas y Humanas.

Profesionales:

- Conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes específicas para cada oficio, profesión, arte o polivalencia de éstos.
- Dominio técnico, tecnológico, científico, de investigación y aplicación de conocimientos en el campo de experticia o especialidad laboral.
- Manejo de informática, idiomas modernos y otras habilidades comunicacionales.
- Pensamiento analítico, pensamiento conceptual, transferencia de conocimientos y experiencias, planificación y gestión de proyectos.

Administrativas:

- Conocimiento específico y aplicado de funciones, tareas y responsabilidades de organización, estructuración y funcionamiento empresarial o institucional.
- Implica dominio de técnicas legales, fiscales, financiero-contable, recursos humanos, producción, servicios, seguridad-higiene laboral, responsabilidad social, entre otros.
- Liderazgo, delegación, gestión de cambio, gestión del desempeño, gestión de recursos humanos.

Humanas:

- Conocimientos, habilidades, destrezas, experiencia y actitudes personales para las relaciones humanas, ejercicio del liderazgo, trabajo en equipo, negociación, control del estrés, toma de decisiones, responsabilidad, ética profesional, motivación al logro, creatividad, solución de problemas, espíritu emprendedor, sensibilidad interpersonal.

RESULTADOS

En relación a describir la ejecución del Plan de Capacitación del talento humano en áreas de infraestructura de competencia regional, se obtuvo:



Cuadro Nº 3. Capacitación; Dimensión: Ejecución del Plan de Capacitación.

Ítem	ORG	5 C de A		4 DA		3 NA n D		2 ED		1 Ce D		No Res	
		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %
1. Usted ha recibido este año un número de horas /clase, acorde con la programación de capacitación anual, existente en la Oficina	SALUD	-	-	4	12,90	4	12,90	12	38,71	8	25,81	3	9,68
	EDUCA	-	-	2	14,29	2	14,29	4	28,57	3	21,43	3	21,43
2. Tiene usted programadas actividades de capacitación, hasta el fin del año fiscal, para cumplir la meta de ochenta horas anuales.	SALUD	-	-	2	6,45	4	12,90	16	51,61	6	19,35	3	9,68
	EDUCA	-	-	-	-	4	28,57	6	42,83	2	14,29	2	14,29
3. Usted ha recibido capacitación interna en la entidad, con instructores propios.	SALUD	-	-	6	19,35	8	25,81	8	25,81	6	19,35	3	9,68
	EDUCA	-	-	2	14,29	4	28,57	4	28,57	2	14,29	2	14,29
4. Ha asistido usted, en este año, a eventos profesionales financiados por la entidad.	SALUD	3	9,68	10	32,26	5	16,13	6	19,35	4	12,90	3	.68
	EDUCA	2	14,29	2	14,29	4	28,57	2	14,29	2	14,29	2	14,29

Fuente: Elaboración Propia (2014)

Del cuadro anterior se resume:

- En FUNDASALUD el 64,52% no está de acuerdo con que ha recibido este año un número de horas /clase, acorde con la programación de capacitación anual, existente en su Oficina. En FUNDAEDUCA el 28,57% está en desacuerdo con que las ha recibido.
- El 70,96 % no está conforme con las actividades de capacitación programadas hasta el fin del año fiscal en FUNDASALUD, pues son insuficientes para cumplir la meta de ochenta (80)



horas anuales. Mientras que, en FUNDAEDUCA el 57,14% de los encuestados, no está satisfecho con dichas actividades.

- Prácticamente la mitad considera que ha recibido capacitación interna en la entidad, con instructores propios y la otra mitad, estima lo contrario. En FUNDAEDUCA solo el 14,29% está de acuerdo con que ha recibido capacitación interna, con instructores propios.

- El 41,94 % ha asistido a eventos profesionales financiados por el FUNDASALUD, en este año. Resultando que es igual la proporción de profesionales que está conforme e inconforme con la asistencia eventos profesionales financiados por FUNDAEDUCA.

A continuación se presentan los resultados obtenidos relacionados a caracterizar la capacitación del talento humano basado en el modelo de competencias en áreas de infraestructura de competencia regional.

Cuadro Nº 4 Variable: Capacitación; Dimensión: Competencias.

Ítem	ORG	5 C de A		4 DA		3 N A n D		2 ED		1 C e D		No Res	
		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %
5. De acuerdo con su perfil de cargo, usted tiene competencias profesionales suficientes para el desempeño laboral eficiente.	SALUD	12	38.71	8	25.81	2	6.45	2	6.45	4	12.90	3	9.68
	EDUCA	6	42.83	4	28.57	-	-	-	-	2	14.29	2	14.29
6. Maneja suficientemente herramientas complementarias de apoyo a su desempeño laboral.	SALUD	8	25.81	10	32,26	6	19.35	4	12.90	-	-	3	9.68
	EDUCA	2	14.29	7	50.00	1	7,14	2	14.29	-	-	2	14.29
7. De acuerdo con su perfil de cargo, usted tiene competencias administrativas para el desempeño laboral eficiente.	SALUD	4	12.90	12	38,71	6	19.35	4	12.90	2	6,45	3	9.68
	EDUCA	2	14.29	4	28.57	4	28.57	2	14.29	-	-	2	14.29



8. Tiene usted suficiente preparación en cuanto a liderazgo, para el desempeño laboral efectivo.	SALUD	6	19.35	10	32,26	6	19.35	4	12.90	2	6,45	3	9.68
	EDUCA	2	14.29	2	14.29	4	28.57	2	14.29	2	14.29	2	14.29
9. De acuerdo con su perfil de cargo, usted tiene competencias para las relaciones interpersonales efectivas.	SALUD	8	25.81	9	29,03	2	6,45	6	19.35	3	9.68	3	9.68
	EDUCA	2	14.29	4	28.57	-	-	4	28.57	2	14.29	2	14.29
10. Tiene usted suficiente preparación en cuanto al manejo efectivo del estrés.	SALUD	8	25.81	6	19.35	6	19.35	4	12.90	4	12.90	3	9.68
	EDUCA	2	14.29	6	42.83	-	-	-	-	4	28.57	2	14.29

Fuente: Elaboración Propia (2014)

Analizando las respuestas anteriores, se obtiene:

- En FUNDASALUD y FUNDAEDUCA los sujetos mayormente consideran que de acuerdo con su perfil de cargo, tienen competencias suficientes para el desempeño laboral eficiente.
- El 58,07% de FUNDASALUD considera que manejan suficientemente herramientas complementarias de apoyo a su desempeño laboral; no obstante, en FUNDAEDUCA la cifra es de 64,29%.
- Los sujetos de FUNDASALUD consideran que tienen competencias administrativas para el desempeño laboral eficiente, conforme con los perfiles de cargos. En FUNDAEDUCA el 42,83% opina igual.
- Además, el 51,61 % tiene suficiente preparación en cuanto a liderazgo, para el desempeño laboral efectivo. En FUNDAEDUCA igual número de profesionales tienen suficiente (28,57%) e insuficiente (28,57%) preparación en cuanto a liderazgo.



- En FUNDASALUD el 54,84 % opina que tiene competencias para las relaciones interpersonales efectivas, de acuerdo con su perfil de cargo, mientras que, en FUNDAEDUCA sólo el 42,83% opina igual.

- Y con referencia al manejo efectivo del estrés, sólo catorce (14) profesionales de FUNDASALUD indicaron que tienen suficiente preparación para el mismo. Al contrario, en FUNDAEDUCA el 57,14% considera tener suficiente preparación en cuanto al manejo efectivo del estrés

Dado los resultados anteriores, se puede determinar la aplicación de la capacitación del talento humano en áreas de infraestructura dedicadas al sector salud (FUNDASALUD) y educación (FUNDAEDUCA) de competencia regional; para lo cual se obtuvo:

- Los profesionales no están de acuerdo con el número de horas/clase, que han recibido este año, acorde con la Programación Anual, existente en la Oficina de Talento Humano. Este descontento o inconformidad se pudiese entender como desconocimiento del Plan Anual de Capacitación del ente (si estuviese formulado), la inexistencia de un diagnóstico de necesidades de capacitación (que debiera ser producto de la periódica evaluación del desempeño) o del incumplimiento de solicitudes de iniciativa propia para ser considerado y aceptado en cualquier modalidad de capacitación.

- Por lo anterior expuesto, se considera que las actividades programadas son insuficientes para cumplir la meta de ochenta (80) horas anuales de capacitación para cada funcionario público, establecido por el MPPPD.

- Los entes llevan a cabo capacitación interna con instructores propios, y asisten a eventos profesionales financiados por los mismos; esto forma parte importante del proceso de capacitación y cuando es efectuado in situ (in company) resulta menos costosa y de mayor aplicabilidad en la praxis.

- Los sujetos consideran que tienen competencias profesionales suficientes para el desempeño laboral eficiente; además tienen herramientas complementarias de apoyo. Esto indica que cumplen con el perfil inicial del cargo en cuanto a responsabilidades, funciones, habilidades, destrezas y actitudes, con experiencia en cargos similares no menores a dos (2) años.

- Los profesionales manifiestan que tienen competencias administrativas para su desempeño laboral eficiente, y suficiente preparación en cuanto a liderazgo. No existe ejercicio profesional que no se soporte en competencias administrativas.

- Entre las competencias humanas, los sujetos se consideran aptos y efectivos para las relaciones interpersonales efectivas, el trabajo en equipo (que es indispensable) unido a la motivación al logro, que son generadores del carácter emprendedor requerido para el logro del ejercicio profesional.

- No obstante, manifiestan debilidad por el dominio de situaciones estresantes, sean cual sean los causales de éstas, y esto debería ser abordado por los inmediatos superiores, generalmente causantes del estrés laboral.



CONCLUSIONES

- En ninguno de los dos (2) entes investigados, se constató la existencia de un Plan Anual de Capacitación, con un mínimo de ochenta (80) horas, de entrenamiento para cada funcionario, de acuerdo con el DNA, que efectúa cada inmediato superior respecto de sus subalternos.
- La capacitación ofrecida es limitada: internamente, de acuerdo con varias modalidades y externamente, cuando se remite el sujeto a una institución didáctica, generalmente por propia solicitud.
- Las descripciones de cargos y la gerencia de procesos de trabajo no están diseñadas según el Modelo de Competencias, por lo que constituyen un asunto pendiente tanto para las Gerencias de Operaciones como para las Oficinas de Talento Humano de los dos (2) entes analizados.

RECOMENDACIONES

- Ante la incógnita de saber si se elabora o no, un Plan de Capacitación Anual en cada organismo estudiado, se recomienda su formulación (en junio de cada año, según prescribe el MPPPD), que contemple, entre otros elementos, la planificación de ochenta (80) horas anuales, como mínimo, para cada funcionario.
- Los dos entes estudiados, deberían aprovechar la fortaleza que existe en la Gobernación del Estado Zulia, al contar con una Escuela de Gobierno (IZEPES), de reconocida calidad, para formar a sus profesionales; igualmente el CIDEZ en conjunción con la Fundación Adolfo Ernst, mantienen una continua programación de capacitación y desarrollo, con los cuales se pudiesen establecer alianzas o convenimientos estratégicos dirigidos a la optimización del recurso humano institucional.

De la misma manera, se debería continuar con el adiestramiento interno, en sitio, por ser de mucha aplicabilidad técnico-operacional y de menor costo.

- En el mismo orden de ideas, se sugiere que los dos entes adscritos adecúen la estructura de cargos y sus respectivas descripciones al Modelo de Competencias, el cual es el más adecuado, hasta ahora, para perfilar los cargos y las demás responsabilidades y funciones que ello implica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alles, M. (2009). **Construyendo Talento: Programas de desarrollo para el crecimiento de las personas y la continuidad de las organizaciones**. Argentina. Ediciones Granica.

Asamblea Nacional (2001) **Ley Orgánica de la Administración Pública**. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 37.305. Octubre 17, 2001.

Asamblea Nacional (2002) **Ley del Estatuto de la Función Pública**. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 37.522 (Extraordinaria). Septiembre 06, 2002.

Byars, L. y Rue, L. (2010). **Human Resource Management**. (10^a edition)



Chavéz, N. (2007) **Introducción a la investigación educativa**. Venezuela. Gráfica González.

Chiavenato, I. (2011). **Administración de recursos humanos, El capital humano de las organizaciones**. (8ª edición) Mc Graw Hill. México.

Hay Group. (2004). **Las competencias: claves para una gestión integrada de recursos humanos**. Ediciones Deusto. España.

Mayuri, J. (2006). **Capacitación Empresarial y Desempeño Laboral en el Fondo de empleados del Banco de La Nación – FEBAN**. Trabajo de postgrado no publicado. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.

Neira y Sáenz (2005). **Capacitación y su evaluación en grandes empresas presentes en la Quinta Región: un estudio exploratorio descriptivo**. Trabajo de postgrado no publicado. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.



MEDIOS SOCIALES DIGITALES COMO ELEMENTOS TECNOLÓGICOS INNOVADORES DE LAS ORGANIZACIONES

Noel Neuman

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE
nneuman@urbe.edu.ve

René Aguirre Bracho

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE
rene@urbe.edu

Omar El Kadi

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE
oelkadi@urbe.edu.ve

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito analizar el uso de los medios sociales dentro del ámbito digital como elemento para el desarrollo de la innovación en las organizaciones, el tipo de investigación utilizada fue la documental, aplicando los métodos hermenéutico y lógico, a través de las técnicas de la observación documental y al análisis del contenido con la utilización de los instrumentos de trabajo para el análisis de la información de fuentes teóricas y prácticas. A partir del análisis e interpretación de los documentos consultados se logró identificar que los medios sociales digitales son elementos innovadores para las organizaciones con relación al desarrollo de la organización para el desarrollo de la innovación en ella, a través de los actores que se relacionan dentro de los medios sociales digitales. En este sentido, es un elemento para innovar en la forma que las organizaciones difunden y manejan información a partir de varios agentes de comunicación. En conclusión debemos establecer que dentro de la innovación, sobre todo la orientada a servir como medio de comunicación entre personas, los medios sociales conforman en esta era digital un elemento que se aplica para producir efectos nuevos, por ejemplo en consumidores de bienes y servicios. Estos efectos novedosos constituyen un elemento innovador, con uso creciente en forma acelerada, que crea cambios que antes de la existencia de estos medios eran imposibles de usar.

Palabras clave: Medios sociales, Innovación, Comunicación.

INTRODUCCIÓN

Los medios sociales son el canal ideal en este momento histórico para engancharse e interactuar con otras organizaciones, grupos de interés y clientes potenciales y reales. Esto se logra con estos nuevos medios como nunca antes se había logrado, lo cual establece requerimientos de actuación que antes eran imposibles de ser vistos. Las organizaciones han tratado siempre dentro de sus planes tecnológicos la incorporación de elementos innovadores que los ayude a mantenerse posicionados y en ocasiones a ser más competitivos respecto de sus competidores. En nuestros días y en el futuro que se aproxima deberemos tener la capacidad de comunicarnos de manera efectiva y con la mayor velocidad con nuestros relacionados, esto será posible con el uso de los medios sociales de corte digital.



La sociedad siempre ha buscado de formas que permitan difundir la información de forma lo más global posible cuando estamos anunciando una información de interés. Cuando hablamos de medios sociales nos referimos a elementos en línea donde se comparten perspectivas, contenidos, desarrollos, opiniones y entre otros que son formas de difusión que los usuarios utilizan para expresarse. Estos medios tienen como capa central más interna las relaciones y conexiones entre la gente y las organizaciones, como los menciona Nair (2011).

Estas nuevas formas de difundir y mostrar información están cambiando la forma como las personas se comunican entre ellas, ya que al ser medios altamente interactivos donde los usuarios procesan y comparten información con los demás. Los usuarios están accediendo a estos medios con sus computadores de escritorios y portátiles, teléfonos y tabletas, así como otros muchos dispositivos móviles que cada día se desarrollan y se hacen disponibles a los usuarios.

La forma más común de los medios sociales en el campo de la innovación está dentro de la innovación abierta como lo presentó Mc Afee y otros (2011) en su artículo de como los medios sociales e innovación serán compartidas en una revolución. Este tipo de innovación incluye una gran cantidad de esfuerzos de muchos usuarios, que para que pasen el bloqueo corporativo que sucede normalmente a través de medios sociales, puede potenciar una fuente de innovación que sería difícil de alcanzar, con nuevas ideas, a través de otros medios, comúnmente más tradicionales. Esta visión fue mostrada por Mc Afee y otros (2011) a través de un artículo que habla de cómo la revolución será compartida a través de medios sociales e innovación y que se conformó como un elemento seminal de los medios sociales en el campo de la innovación, mencionando como estos cambiarán la forma en que la sociedad los usará.

FUNDACIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES

En el pasado, no muy lejano, los medios publicitarios tenían el control mayoritario sobre donde las organizaciones ponían los mensajes y cuando los consumidores podían tener acceso a esos mensajes. Mangold y Faulds (2009) comentan que hoy en día con el uso de los medios sociales digitales las mismas organizaciones pueden solo ser capaces de controlar cuando iniciaran el proceso de publicar la información, pero no podrán controlar como se diseminara dicho material una vez que sea colocado en los medios, donde podrá ser accedido por una multitud de interesados, no solo de los usuarios objetivo que los planes publicitarios tenían previstos usando los medios tradicionales, sino de un público que podrá interpretar y discutir sobre el plan sin un control de parte de la organización que lo origina.

Como caso de interés podemos notar como lo referencia Bottles y Sherlock (2011) que las empresas deben tener en mente sus goles estratégicos cuando desarrollen decisiones a ser establecidas en ambientes sociales y deben evitar un desarrollo en un medio social digital solo para seguir a otras organizaciones a las que estamos siguiendo, deben primero determinar estratégicamente estas movidas pueden ser efectivas para la organización y en línea con sus objetivos estratégicos.

En el caso de los medios sociales digitales se pueden utilizar a los consumidores para conseguir, en forma estratégica y sistemáticamente, elementos que son de importancia para la empresa, los competidores y dedicada a los usuarios. Estos son elementos que se orientan a dos grupos:



Usuarios

- Integración al proceso de la organización.
- Visión desde una óptica interesada.
- Frecuencia de contacto con la organización.
- Resistencia a la tentación de solo buscar la venta del producto.

Empresas

- Investigación de que están haciendo otros en el mismo tema.
- Comparación de estrategias respecto a la competencia.
- Conocimiento de su posición con líderes.

Estos elementos fundacionales, mostrados en dos grupos, son de capital importancia como lo señala Nair (2011), y además cada día están siendo más accedidos por usuarios con elementos informáticos, tales como teléfonos, tabletas y computadoras que cada día aumentan en número y están más interconectadas con otros usuarios. Estos elementos físicos establecen el canal de intercambio desde una óptica que sirve al usuario para obtener un bien o producto que sea más que solo tenerlo. Asimismo estas conexiones permiten saber de otros que están trabajando en cosas similares para que pueda ser comparado y establecer su posición con respecto a sus competidores.

EL IMPACTO DE LOS MEDIOS SOCIALES DIGITALES

Los medios sociales es una compleja estructura sin forma y su enfoque es hacia la generación de conversaciones y construcción de comunidades de intercambio, y por ejemplo en el caso de mercadeo podría hablarse de influenciar sobre decisiones futuras de compra, como lo menciona Nair (2011). Este autor muestra que la formación a partir de estos enlaces comunicacionales se obtendrá un gran impacto en la sociedad y menciona como esta difundirá y usará la información a la que accede.

Existen también ejemplos que han surgido dentro de las redes sociales que usan medios digitales que han causado impactos inesperados, tanto para los que lo aprecian y los usan como apoyo, como para los que tratan de ocultarlos. Estos ejemplares eventos muestran que la forma de actuar del usuario de hoy, el cada vez más conocido nativo digital, trata de mostrar lo que le interesa, a las organizaciones sobre las que se está aplicando el evento mediante el medio social. En el campo del mercadeo, el uso de los medios sociales ha mostrado que las organizaciones pueden lograr sus objetivos comerciales de forma innovadora, mediante el uso de los consumidores, normalmente los finales. Asimismo estas innovaciones pueden darse a nivel estratégico, en el clima organizacional y hasta en la motivación de los empleados de la organización.

Tradicionalmente, los que desarrollan el mercadeo tenían el control sobre cómo su mensaje llegaba y cuando los consumidores tenían la posibilidad de conocerlo; con el advenimiento de los medios sociales los que manejan el mercadeo solo controlan el inicio de la difusión de la



información, como los menciona Bruce y Solomon (2013). Hoy en día con los consumidores controlando los medios sociales, pueden conversar directamente con el agente del mercadeo y también con todos los otros usuarios que pueden ver y comentar lo que publican en el medio social. En algunas circunstancias podrán hasta tomar decisiones de parte de amigos, compañeros y hasta de personas interesadas en el tema que los ocupa, y a los cuales respeta y considera.

Es dentro de estas relaciones sociales digitales, donde la innovación surge ya que las organizaciones intentan desarrollar estrategias de comunicación pero serán los clientes los que podrán o no, mediante el uso de los medios sociales, hacer que por ejemplo un nuevo eslogan se instaure en la mente del mercado o pase como una estrella fugaz, alumbrando su camino pero desapareciendo tan rápido como apareció. Asimismo los elementos tecnológicos son innovados al aplicarles un uso que no existía en el pasado, pero que definitivamente será parte de todos los futuros, aunque estos sean múltiples y estén bajo un control difuso.

Los procesos de innovación son definidos como procesos compuestos por tres fases que se describen respectivamente como: buscar, seleccionar e implantar como lo señala Bessant y otros (2005). Estas fases permiten llevar al mercado o a la sociedad nuevos cambios que vienen de un proceso que se inicia con la creación y termina con la puesta en el mercado. Del mismo modo se señala que el éxito de la acción innovadora tiene sus raíces en la primera fase del proceso donde las empresas buscan dentro y fuera de sus organizaciones, nuevas ideas que renuevan las tradicionales que dejan de agregar valor a la empresa o no los diferencian de las otras organizaciones como lo habían hecho en el pasado.

Una gran innovación teórica fue creada bajo las condiciones de estado estacionario, donde las empresas se centraban en "hacer lo que mejor hacemos, e innovamos para hacerlo mejor", mientras que en condiciones discontinuas - es decir, "hacer de otra manera" – no se había investigado en gran nivel como lo comenta Bessant (2008). Esto trajo como consecuencia que se buscaran otras formas de innovar, y gracias a los medios sociales digitales se ha podido establecer una nueva forma de innovación que es compleja, y por ende discontinua en su proceso.

Hoy en día las diferentes tecnologías para publicar la información se ofrecen diversos elementos que pueden ir desde "Twitter" y sitios web de empresas, hasta "WhatsApp" y "blogs y micro-blogs" que ofrecen un universo completo de oportunidades para compartir información que puede generar nuevas creaciones que cuando son orientadas pueden llegar a convertirse en innovaciones que las organizaciones pueden utilizar para su beneficio. Esta mezcla de tecnologías debe orientarse hacia un objetivo organizacional que permita mejorar su posición en el mercado, con apoyo de un campo de gran relevancia, la innovación.

Como punto importante a considerar se debe considerar una estrategia de comunicación para herramienta de medio social digital utilizada para desarrollar un estilo, para encontrar un balance entre vender y conversar, actualizar contenido y discriminar entre qué información debe aparecer en el medio social y cual en las páginas web controladas por la empresa como lo menciona Parsons (2013). Esto confirma lo observado acerca de que el control de la empresa solo estará en las páginas que controla la empresa, pero los medios sociales se controlan desde los grupos de interés que hacen vida dentro de ellas, poniendo sus interés dentro de la interacción con las organizaciones.



ELEMENTOS DE INNOVACIÓN

Los medios sociales digitales conforman un cambio respecto a los medios tradicionales, que utilizaban elementos físicos, tales como el papel, para poder generar cambios que ofrecían innovación en las áreas de interés para las organizaciones. Hoy en día estos medios permiten generarse sin elementos físicos y asimismo se difunden a grandes velocidades que exceden a la tradicional del papel.

Tradicionalmente, la ventaja de la forma en red de la organización en comparación con el mercado y la jerarquía dependía de la incertidumbre de la demanda, la complejidad de las tareas, la especificidad de los activos, así como la frecuencia de los intercambios como lo señala Jones y otros (1997). Debido a los socios en una red de innovación tienden a tener intereses estrechamente relacionados como lo señala Cowan y David (2000), las posibilidades de obtener información y conocimientos valiosos en una red de empresas es relativamente alto.

Asimismo de la proximidad cognitiva y tecnológica, así como la proximidad social en una red sirve para hacer que la información sea creíble y pueda ser interpretada para los fines de la organización como lo menciona Uzzi (1996). A menudo se argumenta que los lazos en una red tienden a fomentar una retroalimentación rápida y explícita, así como los acuerdos para resolución de problemas que ayudan a los miembros para generar nuevas soluciones y combinaciones de ideas como menciona Uzzi (1996). Estos desarrollos dentro de redes internas de organizaciones, a través de sistemas con una forma sistemática de obtener productos de innovación en un esquema controlado por la empresa. Hoy, este mismo concepto se observa en los medios sociales, pero ahí no pueden las organizaciones controlar todas las etapas del proceso innovador.

La innovación en estos medios ofrecerá una nueva forma para que las marcas obtengan sus productos nuevos que tendrán un real impacto a partir de la acción del consumidor, o que con el surgimiento de culturas en pequeño que nacen de la cultura popular, se creen segmentaciones muy pequeñas en un mercado, las cuales lo fragmentaran y que será el nuevo nicho u oportunidad de la organización para posicionarse de forma innovadora.

Desde una perspectiva organizacional, los medios sociales representan tanto un reto como una oportunidad para lograr cambios que vengan desde los usuarios. Estos cambios podrían en muchos casos ser definitivos para la imagen de una empresa o de un producto que están ofreciendo, así como podrían ofrecer posibilidades de innovación que no se habían pensado dentro de la organización.

Entre los elementos que deben considerarse para el proceso de innovación en los medios sociales están:

- .- El desarrollo de nuevos productos usando nuevos canales.
- .- Desarrollo de campañas publicitarias que lleguen al potencial cliente de forma novedosa y más rápida.
- .- Investigación de mercados, utilizando nuevos sistemas de conexión con el cliente, para obtener requerimientos de innovación de forma más rápida.



Estos elementos pueden ser explorados, investigados y desarrollados para apoyar a la innovación de ellos dentro de los objetivos de la organización, como también lo comenta Mc Affe y otros (2011). Los nuevos productos ofrecidos por la empresa, la forma en que se presentan al público y como se obtiene investigación de este último es algo que solo son posibles dentro de este entorno digital y ellos tienen una velocidad de ejecución mayor que la previamente existente

Para Koulopoulos y Frappaolo (2001), realizar gerencia dentro del campo de la innovación significa impulsar la sabiduría colectiva para aumentar la capacidad de respuesta, con lo cual se destaca que la innovación constituye el elemento crítico de una estrategia de negocios que provee a la organización aumentar la velocidad para manejar nuevos retos y oportunidades en su mercado objetivo, apoyando lo más valioso de sus recursos, como lo es la experiencia de los grupos que interactúan.

Estas prácticas de innovación son comportamientos y estructuras de acompañamiento y procesos que tienen que ver con la búsqueda de productos con la innovación. Si bien la innovación en "estado estacionario" implica el problema de la búsqueda sistemática conocida o 'conocible' en ambientes seleccionados, la innovación discontinua exige una más abierta forma de actuar con forma ágil para gestionar los campos empresariales de innovación y donde las estrategias emergentes de búsqueda son difíciles de predecir de antemano. Aún está en desarrollo un buen modelo de "mejores prácticas" para esto, como lo señala Bessant (2008). Por el contrario, las empresas se encuentran en la fase 'pre-rutina' de desarrollo de capacidades, mediante ensayo y error experimentación para abordar las prácticas que funcionan y puede convertirse en una rutina en el futuro.

Hoy en día los medios de colaboración, como lo representan los medios sociales digitales ofrecen un consejo de cómo construir una cultura y una estructura de innovación que pueden producir innovación que sean impresionantes como lo menciona Sawyer (2007). En estos medios digitales la colaboración pasa a un nuevo nivel permitiendo que quien dirija la intención de la conversación, y por ende de la innovación, sean los usuarios y no los departamentos de desarrollo o mercadeo de las empresas.

CONSIDERACIONES FINALES

Se debe establecer que dentro de la innovación, sobre todo la orientada a servir como medio de comunicación entre personas, los medios sociales conforman en esta era digital un elemento que se aplica para producir efectos nuevos, en consumidores de bienes y servicios. Estos efectos novedosos constituyen un elemento innovador, con uso creciente en forma acelerada, que crea cambios que antes de la existencia de estos medios eran imposibles de usar.

Se puede establecer que con el uso de los medios sociales digitales se presentan nuevas formas y retos importantes para desarrollar innovación, sobre todo del tipo social, por lo que este tipo de elementos deben ser integrados como elementos del proceso de innovación de manera definitiva para su incorporación para los sistemas de una organización, con énfasis en los procesos de mercadeo y desarrollo de nuevos productos, tanto dentro de la organización, como hacia los clientes.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bessant, J.; Lamming, R.; Noke, H. y Phillips, W. (2005) **Managing innovation beyond the steady state**, Technovation, Vol. 25, No. 12.
- Bessant, J. (2008). **“Dealing with discontinuous innovation: the European experience”** International Journal of Technology Management, Vol. 42, No. 1.
- Bottles, K. y Sherlock T. (2011). **“Who should manage your social media strategy?”** Physician Executive, Vol. 37, No. 2.
- Bruce, M. y Solomon, M. (2013), **“Managing for media anarchy: a corporate marketing perspective”**, Journal of Marketing Theory and Practice, Vol. 21, No. 3.
- Cowan R y David P. (2000) **“The explicit economics of knowledge codification and tacitness”**. Industrial Corporation Change, Vol. 9, No. 2.
- Jones C. y Hesterly W. (1997) **“A general theory of network governance: exchange conditions and social mechanisms”**. Academy Management Review Vol. 22, No. 4.
- Koulopolous, T. y Frappaolo, K. (2001). **Lo fundamental y más efectivo de la gerencia del conocimiento**. Editorial McGraw-Hill. Colombia.
- Mangold W. y Faulds W. (2009), **“Social media: The new Hybrid element of the promotion mix”**. Business Horizons, Vol. 52, No. 4.
- Mc Affe A., Howe J. y Surowiecki J. (2011). **“The revolution will be shared: social media and innovation”**, Research technology management, Vol. 54, No. 4.
- Nair M. (2011), **“Understanding and measuring the value of social media”**. The journal of corporate accounting & finance, Vol. 22, No. 03.
- Parsons A. (2013). **“Using social media to reach consumers: a content analysis of official Facebook pages”**, Academy of marketing studies Journal, Vol. 17, No. 2
- Sawyer, K. (2007) **“Group genius: the creative power of collaboration”**. New York. Basic books.
- Uzzi B. (1996). **“The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect”**. American Sociology Review, Vol. 61.



RESPONSABILIDAD SOCIAL DESDE LA PERSPECTIVA EMPRESARIAL PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LAS ORGANIZACIONES MODERNAS EN TIEMPO DE CRISIS

Urdaneta, Lucía

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
lucia.urdaneta@urbe.edu.ve

Villalobos, Alfredo

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
avillalobos1@urbe.edu.ve

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue analizar la responsabilidad social desde la perspectiva empresarial para la sostenibilidad de las organizaciones modernas en tiempo de crisis. Con la finalidad de alcanzar el propósito establecido, se realizó un estudio documental, orientado a estudiar la responsabilidad social en las prácticas gerenciales, apoyada en la planificación de la organización para su puesta en práctica en contextos turbulentos, basándose en los criterios de Cortina (2001), Paladino y Álvarez (2006), Pelekais y Aguirre (2008), Guédez (2008), Kotler y Caslione (2010), entre otros. En el trabajo se determinó que la responsabilidad social busca la sostenibilidad de las organizaciones modernas en escenarios críticos, resaltando las dimensiones actitudinales del personal que presta los servicios al público, es decir, su dimensión humana; facilitando en una dirección positiva la proyección de la imagen de la organización, lo cual le permite lograr sus fines económicos y sociales al establecer alianzas o relaciones coparticipativas con el exterior, contribuyendo así al bienestar integral de la sociedad. Finalmente, sólo tienen éxito las empresas con la habilidad de anticiparse con rapidez y responder de forma eficaz a las potenciales amenazas de la crisis, e incluso consideran la responsabilidad social en la práctica, desde una perspectiva que supera el obtener beneficios exclusivamente económicos.

Palabras clave: Responsabilidad social, organizaciones modernas, tiempo de crisis.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social ha surgido como una visión filantrópica del deber ser de las empresas, para fijar lineamientos de acción que apunten a la sostenibilidad de las organizaciones, lo cual puede representar indirectamente un aumento en los ingresos económicos futuros y un impacto positivo en la imagen de éstas; sobre todo si se encuentran inmersas en escenarios críticos.

En consecuencia, el recurso humano, la estructura organizacional y los valores de la empresa deben ser los impulsores de la responsabilidad social, porque esos elementos otorgan cohesión y sentido de pertenencia, estableciendo los compromisos éticos entre los miembros de la empresa para alcanzar metas compartidas por ellos. García y Dolan (2003), explican que los valores y principios éticos habrán de ser los puntos de referencia que guíen la actividad de la empresa, constituyendo la base para desarrollar acciones e interactuar en función de lograr objetivos.



Es por ello que la responsabilidad de una organización, por los impactos de sus actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética, contribuye con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tomando en cuenta las expectativas de las partes interesadas (stakeholders). Por este motivo, la responsabilidad social contribuye de manera activa y voluntaria al mejoramiento social económico y ambiental, logrando el propósito de mejorar su situación competitiva ante un mercado dinámico y crítico.

Es importante enfatizar que ese rasgo de crisis es el elemento clave a considerar en la actualidad, ya que muchas veces las organizaciones de hoy se encuentran en una categoría especial de incertidumbre y cambios forzados, muchas veces, intempestivos. Para la mayoría de las personas, crisis significa destrucción, desempleo, escasez, pobreza, conflicto, muerte, rompimiento, secuestro, guerra o bancarrota. No obstante, la crisis es el punto de quiebre entre los viejos y nuevos estadios, es la ruptura de la armonía cotidiana o del equilibrio actual de fuerzas; es decir, ésta se convierte en la transición entre el reposo y la turbulencia que puede presentarse en cualquier escenario, en especial el relacionado a los mercados.

No obstante, la crisis es algo más allá del contexto empresarial, pues la conciencia sobre ella hace aparecer un conjunto de problemas y contradicciones que el crecimiento económico solapa constantemente. Ahora bien, las organizaciones para minimizar esos contextos críticos realizan esfuerzos en el desarrollo de programas de responsabilidad social aplicados en su contexto inmediato, por lo que no deben descuidar las necesidades de los mercados para mantener una imagen positiva. Por último, es necesario acotar que los directivos requieren nuevas estrategias que les permita planificar y gestionar adecuadamente la imagen corporativa por medio de estos programas.

Conforme a lo explicado los autores desarrollan un estudio que busca analizar la responsabilidad social desde la perspectiva empresarial para la sostenibilidad de las organizaciones modernas en tiempo de crisis, considerando los fundamentos teóricos de Cortina (2001), Paladino y Álvarez (2006), Pelekais y Aguirre (2008), Guédez (2008), Kotler and Caslione (2010), entre otros, con la finalidad de presentar un aporte intelectual de interés para cualquier empresa.

CRISIS EN LAS ORGANIZACIONES: LA NUEVA NORMALIDAD

Las organizaciones se encuentran hoy en día ante un contexto en el cual intervienen variables internas y externas que ponen en riesgo su equilibrio natural, lo cual conduce a desarrollar crisis y amenazas que además de afectar a las compañías, también influyen sobre el sector empresarial en la que se encuentra inmersa. En la empresa de hoy, cualquier suceso que ocurra va a adquirir un protagonismo particular, si además es recogido por los medios de comunicación, quienes convierten el asunto en noticia y la canalizan para hacerla llegar a la opinión pública (Urdaneta y Villalobos, 2014).

Actualmente, el tema de la crisis pertenece a una categoría especial: la del dolor, desesperanza, incertidumbre, angustia, infortunio, frustración, desazón, cambio forzoso y, muchas veces, intempestivo. En ese sentido, la crisis es la falta de control y de autocomando que sufre una persona, grupo o corporación, como consecuencia de percibir la posibilidad, cercana o lejana en el tiempo, de un cambio en la posición de poder dentro de la estructura de interdependencia en la que este actor participa. La misma puede ser catastrófica cuando los



actores se niegan a considerar su responsabilidad en el instante en el cual la situación se profundiza (Paladino y Álvarez, 2006).

Por consiguiente, tal como plantea Kotler y Caslione (2010), el mundo ha entrado en una nueva economía donde las crisis son las principales protagonistas. Los autores consideran que el conjunto de crisis actuales es la nueva normalidad en la cotidianidad organizacional, con períodos intermitentes de prosperidad y declives económicos, incluidos aquellos más extendidos que conducirán a una recesión o, incluso, a una depresión.

Como la nueva normalidad económica es la crisis, una organización debe de tener una estrategia para minimizar los riesgos y prevenir si ha ocurrido un punto de inflexión estratégico, pero, además la empresa también tiene que tener una estrategia para enfrentarse a la incertidumbre y así aprovechar las oportunidades para maximizar sus rendimientos.

A juicio de Urdaneta y Villalobos (2014), la crisis empresarial implica la aceptación de la misma, requiere asumir los esfuerzos para salir de ésta y realizar los cambios necesarios para que progresivamente se recupere la confianza en la superación de la situación, la cual puede ser de índole político, social y medioambiental, por ello se requiere realizar los cambios necesarios para que progresivamente se recupere la confianza en la superación de la situación, como por ejemplo la renovación del modelo económico, político y social.

Bajo ese contexto, aumenta la creciente necesidad de incluir al entorno de las organizaciones en sus planes de negocio con la finalidad de disminuir la percepción de la crisis, para así desarrollar comunicaciones, relaciones, momentos de interacción y aprendizaje que les permitan vincularse con la sociedad circundante; de esta manera se supera la crisis (cualquiera sea su índole), lo cual es una alternativa que recae en la responsabilidad social, actividad que ha despertado en las dos últimas décadas un enorme interés en el sector empresarial, escuelas de negocio, inversores e incluso algunos gobiernos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL: ESTRATEGIA EMPRESARIAL

La responsabilidad social empresarial incluye dimensiones legales, éticas, morales y ambientales, sobre la cual interviene la cultura organizacional, ética, moral, principios cívicos, ciudadanos y todo lo relativo a los valores de la sociedad. En función de ello la responsabilidad social supera los escenarios ecológicos, para consolidar el desarrollo humano de los individuos que integran la organización (Guédez, 2008).

Por otra parte, Guédez (2008), plantea que la responsabilidad social es una idea de plena secuencia de conformación que todavía se encuentra en búsqueda de historia. Del mismo modo el autor apunta, que es un conjunto de estrategias que permiten identificar, atender, anticipar y sobrepasar las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés internos y externos.

Por lo tanto, se entiende a la responsabilidad social como la respuesta de las organizaciones a las expectativas de los sectores y agentes internos y externos con los que interactúa. Igualmente, lo relativo a responsabilidad social parte de la concepción ética que debe asumir la organización, definiéndose como la adopción de una posición ética por parte de la empresa que consiste en el libre y activo compromiso de solventar los inconvenientes o



problemas en el desarrollo de la sociedad, para así construirla bajo una perspectiva democrática, sustentable y solidaria.

Consideran lo planteado con anterioridad, la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial son las prácticas que pueden ejecutarse en cualquier organización y no solo se relaciona con la protección del ambiente. Por ende, son aquellas que desarrollan actividades que disminuyen los efectos negativos en el ecosistema natural y potencian los positivos.

En este sentido, la responsabilidad tiene la capacidad de anticipar y prever cualquier tipo de acción que vaya contra la moral colectiva; es así como todas las empresas inmersas desde la perspectiva social deben prever las necesidades futuras de la sociedad donde se desenvuelven y tomar medidas para cumplirlas. Igualmente, como miembros partícipes de la sociedad, las empresas tienen la responsabilidad de contribuir en la resolución de problemas e inconvenientes suscitados.

Por su parte, los autores Pelekais y Aguirre (2008), sostienen que la responsabilidad social toma en cuenta los valores y principios controlan a las empresas desde su filosofía de gestión, y es a través de su ejecución que se conduce hacia el exterior en pro de beneficios económicos y sociales para los involucrados en ese contexto.

Por tanto, todas las empresas que practican la responsabilidad social como lineamiento estratégico y organizacional deben primeramente internalizar el proceso social para luego poder resolver todos los inconvenientes que se presentan en el entorno, porque en el que caso de que la empresa no viva la responsabilidad social dentro de su organización será difícil direccionar y exteriorizar los esfuerzos sociales.

DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: HERRAMIENTAS CLAVE EN TIEMPOS DE CRISIS

Según Pelekais y Aguirre (2008), existe un gran número de factores que permiten evaluar las prácticas de responsabilidad social de una empresa. Cuando las mismas están relacionadas con la sociedad y el medioambiente se denomina dimensión interna, sin embargo, si se vinculan con agentes sociales es definida como dimensión externa.

La dimensión interna está constituida por las prácticas responsables que se realizan primeramente con los trabajadores de la empresa, tomando en cuenta la inversión en la gestión de los recursos humanos, salud, seguridad en el ambiente de trabajo y la adaptación al cambio; de igual forma, la gestión de los recursos naturales, como parte de su compromiso a la preserva ambiental.

Igualmente, es importante destacar que si la misma está bien asentada, generará una impresión positiva de los trabajadores de la empresa, y por tanto se puede lograr más fácilmente la identificación empleado-organización, lo que es muy comúnmente reflejado por los mismos en la atención al cliente realizada en la empresa.

Por otra parte sobre la dimensión externa, Pelekais y Aguirre (2008), afirman que es aquella constituida por la sociedad en su conjunto, proveedores, consumidores, clientes, contratistas, es decir, las partes interesadas que no son otros que los colectivos con los que



la empresa se relaciona y con los cuales debe generar algún valor, si la misma se autodefine como socialmente responsable.

Esta dimensión es tan importante como la dimensión interna para el desarrollo social de la empresa en vista de la misma está basando sus esfuerzos en la atención de los públicos externos que también forman parte de los grupos de interés de cualquier empresa, por tanto se debe planificar estratégicamente atendiendo a las necesidades del mercado, las acciones que se van a emplear para este tipo de público.

Por su parte, el Libro Verde de la Comisión de Comunidades Europeas (2001), asume la dimensión externa como un conjunto de acciones realizadas por la organización que tienen como fin último favorecer y agradar a las familias o comunidades que se encuentran más desfavorecidas. Entre estas acciones se menciona la preocupación y ocupación en los problemas de las comunidades en el entorno de la empresa, los centros de cuidado infantil, las actividades de recreación y la oportunidad de empleo los programas de capacitación y educación.

En consecuencia, el fortalecimiento de la dimensión externa supone que la empresa u organización asume ser socialmente responsable con el público externo de la perspectiva de los socios comerciales, comunidades locales, implementación de los derechos humanos y preocupación por los problemas ecológicos mundiales. Bajo esta óptica, actuar con responsabilidad social, es sin lugar a duda, la alternativa para la empresa, sus beneficios se reflejarán de forma casi inmediata favoreciendo la productividad y la eficiencia a través de acciones orientadas hacia su entorno.

De acuerdo a esta perspectiva, Cortina (2001), estiman que la responsabilidad social de la empresa es una visión y filosofía empresarial que sostienen que ésta puede y debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancias. Es también una conciencia de lo que las empresas producen tiene impactos directos e indirectos dentro y fuera de la compañía.

Ante tales planteamientos se puede afirmar que la empresa socialmente responsable se preocupa por el bienestar de quienes trabajan en ella (salud, educación, remuneración del personal, por ejemplo) y que demuestra su solidaridad con su entorno (clientes, proveedores y la comunidad entre otros proyecto de vida. (Méndez, 2008).

Partiendo de estas premisas se infiere que responsabilidad social es el resultado de la combinación entre los intereses de la empresa y las necesidades de la comunidad. Asimismo, la responsabilidad social está orientada a la satisfacción de necesidades internas y externas basadas en un conjunto de niveles de responsabilidad por parte de una empresa.

COMPROMISO SOCIAL: MODALIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

Según Méndez (2008), no hay un actor específico objeto de la responsabilidad social, sino es una categoría que puede incorporar actores o grupos, es decir donde las relaciones de comunicación juegan un papel importante en la interacción de los grupos que conforman la organización. El mismo autor considera que las modalidades de la responsabilidad social son aquellas capaces de vincular más estrechamente a la organización con las problemáticas de la sociedad, las mismas deben ser diferenciadas de acuerdo con el grado de compromiso de la



entidad en la ejecución de las acciones realizadas en pro de las comunidades; del mismo modo asegura que existen tres (03) modalidades en las acciones realizadas por parte de las empresas referidas a la responsabilidad social.

La primera de la modalidad está orientada al apoyo a terceros en la cual la institución asume el rol de proveedora de recursos, la segunda cuando la empresa es copartícipe de la acción y la tercera se desarrolla si la institución es la que asume el liderazgo en la ejecución de las acciones.

En especial en la segunda modalidad de gestión compartida o co-participativa se evidencia dentro de la participación que ejercen los agentes internos y los grupos propios de la gestión empresarial. Esta modalidad revela una presencia más formal y comprometida de la institución en responsabilidad social, en vista de que comparte con otras empresas u organizaciones la relación de programas y proyectos sociales.

En este sentido, esta modalidad de co-participación hace referencia a un conjunto de alianzas partiendo de un interés común, la necesidad de complementarse en diferentes acciones y compartir riesgos, por medio del uso de instalaciones y el mercado social, por ello es una de las más importantes.

En lo que respecta a la tercera modalidad es la ejecución propia de las organizaciones y es la que plantea mayores exigencias y compromisos en virtud de que debe asegurarse su eficiencia y sostenibilidad, es decir, donde debe rendirse cuenta de los logros de la entidad y la organización. Para esta modalidad es necesario revisar la consecuencia y puesta en práctica de los diferentes programas sociales que posee la empresa o institución y las fundaciones corporativas en caso de que la organización cuenta con este tipo de entidades.

En virtud a lo señalado la empresa debe considerar lo anterior en el proceso de las decisiones a considerar tomando en cuenta variantes tales como estrategias que apunten fundamentalmente a la vinculación de la responsabilidad social como tema, a un grupo de interés en específico, a la zona de influencia o al negocio.

CONSIDERACIONES FINALES

El principal objetivo de este trabajo ha sido recopilar información acerca de los aspectos teóricos asociados a la responsabilidad social y sostenibilidad ejecutado por las organizaciones modernas en tiempo de crisis. El análisis realizado, es para definir estrategias en el área de la responsabilidad social, considerando las acciones sociales y medioambientales como proceso de las organizaciones, donde la planificación pasa a convertirse en un conjunto de actividades heterogéneas de carácter social.

En la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial es de aplicación a cualquier tipo de organización. Es por ello que las empresas responsables integran la gestión de elementos del entorno en la gestión de la empresa con el objetivo de eliminar, o al menos minimizar y mitigar sus impactos negativos en el contexto circundante y potenciar los positivos, para mejorar su competitividad. Una organización responsable enfoca su actividad de tal forma que potencia sus impactos positivos y elimina o mitiga los negativos, lo cual mejorará su competencia y sostenibilidad.



Las organizaciones deben apuntalarse a la aplicación de la responsabilidad social con una reflexión que acompaña a la vida de la empresa por sujetos responsables y convencidos, donde la sustentabilidad se entiende por la disminución de impactos negativos en la sociedad aunado a la trama de valores compartidos de la organización en un grupo social; es decir, la sociedad en donde deben considerarse los valores de procedencia, los valores integrados y los compartidos en una organización con visión de futuro en donde el denominador común sea maximizar la expresión de la organización considerando como estado ideal de la empresa vital aquella donde coexisten líderes integrados con la sociedad, la comunidad con valores compartidos y con excelentes proyectos de vida para las organizaciones.

La responsabilidad social depende de la voluntad de los accionistas, gerentes y capital humano, al asumir prácticas en su quehacer organizacional para la proyección de éstas al contexto externo. En síntesis, las actividades de índole social deben articular a la empresa con la comunidad, para su desarrollo y beneficio; en un trabajo de mutuo beneficio y colaboración entre la compañía y su entorno.

En ese contexto de crisis la responsabilidad previene los riesgos sociales traducidos en demandas, sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de imagen, abandono de mercado y/o desaparición del negocio. Las empresas que siguen políticas de responsabilidad social no sólo mejoran su reputación ante sus grupos de interés, sino que consiguen una rentabilidad superior con un menor riesgo; es un ejemplo de cómo a pesar de la crisis, se fortalecen con éxitos al proyectar transparencia, dirección efectiva, cultura de previsión y búsqueda de la sostenibilidad del negocio; es así como ante escenarios turbulentos la responsabilidad social constituye una estrategia de compromiso social entre la empresa y la comunidad circundante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cortina, A. (2001). **Comunidad Política y Comunidad Ética. En alianza y contrato.** España. Editorial Trotta.
- Comisión de Comunidades Europeas (2001). **Libro Verde para Fomentar un Marco Europeo por la Responsabilidad Social Corporativa.** Documento en línea. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52001DC0366> Consulta: 01/09/2014.
- García, S y Dolan, S. (2003). **La Dirección por Valores. El Cambio Más Allá de la Dirección por Objetivos.** España. Editorial McGraw Hill.
- Guédez, V. (2008). **Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. Venezuela.** Editorial Planeta Venezolana.
- Kotler, P. y Caslione J. (2010). **Caótica. Administración y Marketing en Tiempos de Caos.** Colombia. Grupo Editorial Norma.
- Méndez, C. (2008) **Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela durante El Siglo XX.** Venezuela. Estrategos consultores.
- Paladino, M. y Álvarez, C. (2006). **La Comunicación Empresarial Responsable: Las Organizaciones Escuelas de Cultura.** Argentina. Editorial Temas.



Pelekais, C. y Aguirre, R. (2008). **Hacia una Cultura de Responsabilidad Social**. México. Editorial Prentice Hall.

Urdaneta, L. y Villalobos, A. (2014). **Estrategias de Marketing ante Escenarios Críticos para las Empresas y el Consumidor**. Documento en línea. Disponible en: <http://www11.urbe.edu/boletines/postgrado/?p=387> Consulta: 01/09/2014.



GESTIÓN DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LAS COMUNIDADES

Carlos Ortega

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
cacortega06@hotmail.com

Daniela Quintero Escartin

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
danielaquinq@hotmail.com

RESUMEN

El propósito del presente artículo es dar a conocer la importancia de los programas sociales y su conexión con los sectores comunitarios. De tal manera, por medio de una investigación documental, basados en las teorías de Cortina (1999), Drucker, (1999), Porter, (1999), Rendueles (2008), entre otros, estos programas pueden abarcar áreas tales como deporte, educación, cultura y medio ambiente entre otros y hacer la diferencia entre las organizaciones. Finalmente podemos señalar que la gestión empresarial debe estar enmarcada actualmente en tres aspectos básicos para las mismas: La empresa debe generar beneficios financieros, de modo que sus productos o servicios deberán estar dirigidos a la satisfacción de clientes actuales y potenciales, que le permitan la generación de dividendos y su permanencia en el mercado. La empresa debe ser socialmente responsable con sus distintos grupos de interés, de tal forma la puesta en práctica de programas sociales dirigidos a satisfacer las necesidades de dichos sectores. La empresa deberá ser medioambientalmente responsable, de modo que su producción interna y su producto final debe ser ambientalmente amigable. Igualmente las organizaciones empresariales deben tomar en consideraciones requerimientos y necesidades de los diferentes grupos de interés en cuanto a su vinculación directa en los mismos, que les permita plasmar sus necesidades actuales y potenciales, optimizando los distintos programas, y garantizando que los recursos financieros invertidos en los mismos posibiliten a las organizaciones comerciales el logro de sus objetivos y metas, adoptándose de forma segura a las nuevas exigencias del mercado, asegurándoles su permanencia en el mismo y garantizándole su desempeño comercial.

Palabras clave: Comunidad, Responsabilidad Social, Empresa.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad numerosas organizaciones empresariales se enfrentan a procesos de cambios significativos entre los que se destacan cambios externos, que obligan a dichas organizaciones tomar en consideración dichos factores que les permita en forma significativa una vinculación con sectores específicos de la comunidad de la que forma parte.

Uno de esos desafíos se relaciona con la creciente necesidad de un vínculo entre empresas y comunidad, que facilite a las primeras poner en prácticas programas sociales posibilitando no solo el cumplimiento legal de acciones sociales específicas exigidas por la ley, sino que al mismo tiempo posibilite una conexión empresa – comunidad que le brinde una imagen corporativa socialmente responsable a través de la aplicación de programas dirigidos a solventar y mejorar el entorno social donde estas se desenvuelven.



En ese sentido las organizaciones empresariales deben de disponer no solo de recursos financieros que faciliten la aplicación de dichos programas, sino que deben llevar a cabo una planificación detallada de los mismos para tomar en consideración una inversión financiera acorde a los objetivos y metas que se plantean, así como el tiempo de ejecución que las obras sociales vayan a tener en un tiempo perentorio. Lo anterior significa un cambio en los procesos de gestión y de toma de decisiones, donde se incorporan técnicas y modelos empresariales que garanticen la viabilidad de lo planificado y el funcionamiento y monitoreo oportuno de los programas haciendo los ajustes requeridos en la optimización de las inversiones.

Como lo expone (Cortina et al, 1998), es necesario que la teoría compagine con la práctica, de tal forma que lo individual se fusione con lo colectivo, significándose un beneficio colectivo, donde la ética individual se mezcle con la de las organizaciones, no solo tomando en consideración las buenas intenciones individuales, sino así mismo la lógica requerida en un mundo cambiante, adaptándose de forma significativa al mismo.

El fin de toda empresa es lograr satisfacer las necesidades humanas, para ello, requiere obtener beneficios, respetando los valores compartidos y los derechos reconocidos por la sociedad en la que vive, obteniendo así la legitimidad social (Cortina 1996, Ferrer 2001). Las organizaciones empresariales con la puesta en práctica de los programas dirigidos a los distintos grupos de interés buscan con la aplicación de los mismos reputación y legitimidad social, aspectos muy valorados por las empresas modernas.

GESTIÓN DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN COMPROMISO DENTRO DE SU LABOR COMERCIAL Y BALANCE SOCIAL.

En una visión organizacional de lo ético-responsable, una gestión de la organización hacia su ambiente, puede decirse que son las relaciones que se establecen con el mismo en una especie de "Ecología de la Acción", es así como Valleys (2006) define a la responsabilidad social como una manera diferente de comprender como una manera distinta de visualizar la ética, como fundamento de la misma desde un punto de vista dialéctico, que parte de un enfoque sistémico y holístico del entorno inmediato. Para la responsabilidad social existen sistemas complejos de retroalimentación, demandas del entorno y respuestas al mismo, donde todas las acciones de cualquier organización tienen un impacto a corto, mediano y largo plazo.

En este orden de ideas, la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha constituido en los últimos años en factor fundamental para las organizaciones empresariales, y es asimismo tema principal en las organizaciones modernas. Las empresas en la actualidad requieren que el tema de responsabilidad social empresarial forme parte de los planes de negocios de sus organizaciones; y dentro de los mismo deberán estar involucrados no solo los accionistas y propietarios de la empresa, sino que al mismo tiempo deben considerarse otros actores, entre ellos se pueden destacar a los empleados, proveedores, clientes de las empresas, comunidades locales, y el medio ambiente entre otros, como elementos a ser incluidos en la planificación a llevarse a cabo por la empresa.

Por otra parte, Schvarstein (2003), expone que las organizaciones comerciales que lleven a cabo programas de responsabilidad social así como aquellas que hacen aplicación de los mismos de forma obligatoria o voluntaria tiene como objetivo fundamental la satisfacción de los distintos grupos de interés. En ese sentido, la organización debe llevar a cabo programas dirigidos a satisfacer necesidades de los stakeholders, de forma equilibrada a los intereses de



cada uno. Estos programas podrán abarcar áreas tales como: salud, educación, cultura, deportes, infraestructura y el cuidado del medio ambiente, entre otros.

Como lo acota Castillo (2009), la responsabilidad Social sostiene entre sus principios la idea de que el Estado no puede atender por sí solo todos los desafíos que plantea el desarrollo de una sociedad; por lo que se requiere de la colaboración mancomunada de las empresas y las organizaciones sociales. Permitiendo extender las obligaciones sociales que las empresas deben de llevar a cabo, esperando no solo lo que se aspira de ella, sino rebasando las expectativas de su función social.

Por consiguiente, así como lo expone (Aristizabal, 2013), el concepto plantea un cambio de cultura, que redefine las relaciones entre el sector privado, estado y la sociedad civil, sugiriendo que los empresarios se involucren personalmente en la actividad de las organizaciones, así como que las empresas contribuyan con el sector social mediante asistencia técnica, financiera y de asesoramiento. La clave del nuevo paradigma es lograr redefinir las relaciones entre los tres sectores y el rol de los consultores externos en empresas, gobiernos y organizaciones sociales.

De tal forma que la gestión gerencial en las empresas deberá estar centrada en la actualidad en tres aspectos básicos que le faciliten su permanencia en el mercado, su participación en el mismo y la rentabilidad requerida por la venta de sus productos o servicios. Esos tres aspectos a tomar en cuenta son por parte de la gerencia los siguientes: La organización deberá ser económicamente rentable, es decir deberá generar los ingresos requeridos que les permita la recuperación de la inversión, más la ganancia estimada por la venta de sus productos. La gestión debe llevar a cabo programas sociales que demuestren que la organización es socialmente responsable con sus grupos de interés claves.

Las organizaciones, deberán estar encaminadas a que su producción de bienes y servicios; así como su producto final en el mercado sean compatibles con el medio ambiente, cumpliendo con la RSE, dado que la preservación, mejora, y cuidado del medio ambiente se ha convertido en pieza fundamental para las empresas modernas. Por lo tanto, las mismas darán un giro importante que les permitan adaptarse a los nuevos requerimientos y enfoques del mercado, y es tal la importancia de este aspecto, que el gerente debe aplicar los mecanismos y las estrategias necesarias que le permitan alcanzar los objetivos y las metas propuestas por la organización.

En tal sentido, la aplicación y sinergia dentro de la misma, es factor clave que facilita balancear en forma equitativa los logros financieros, llevar a cabo los programas sociales requeridos y asimismo una producción de sus procesos ambientalmente amigables. En relación al segundo elemento, las empresas privadas han llevado a cabo inversiones importantes dentro de esos mercados donde se desenvuelven en distintos rubros; proporcionándole una mejor imagen, así como una buena reputación a través de programas sociales internos, beneficiando de forma significativa a sus empleados, obteniendo de los mismos un justo reconocimiento, dedicación, mayor y mejor, motivación, estímulo, sentido de pertinencia, entre otros valores que enaltecen la organización.

En consecuencia, los programas externos han posibilitado a las organizaciones su contribución a la disminución de los índices de pobreza, creación de nuevos empleos, mejores niveles de vida de la población, así como cambios significativos en los modelos de producción



haciendo de los mismos más amigables con el medio ambiente, logrando su preservación, mejoramiento y conservación.

Por otra parte, las organizaciones empresariales han experimentado cambios significativos en las últimas décadas, que no solo han tenido impacto desde el punto de vista de su actividad comercial propiamente, en cuanto a sus bienes y servicios en el mercado donde la actividad competitiva ha experimentado nuevas transformaciones, posibilitando que las empresas deban tomar acciones más contundentes en cuanto a las estrategias mercadotécnicas a aplicar en dichos mercados.

Asimismo, frente a esos escenarios las organizaciones han tenido que tomar en consideración nuevos elementos de carácter social, que son significativamente importantes para las empresas. Esos nuevos elementos o grupos de interés se destacan entre otros la comunidad, instituciones benéficas, trabajadores, proveedores, clientes, entre otros.

COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LAS COMUNIDADES: PLANES ESTRATÉGICOS DE IMPACTO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

La composición de estos nuevos grupos de interés dentro de los planes estratégicos, han impactado de forma positiva en la gestión empresarial, dado que la aplicación de dichos programas sociales han proporcionado a las empresas una imagen corporativa positiva en su gestión empresarial, asimismo, brindándole una mayor y mejor oportunidad de obtener mayores ganancias en la comercialización de sus productos, dado la preferencia que los consumidores tienen por productos de empresas que demuestren en la práctica que son socialmente responsables.

Todo lo anteriormente planteado incide positivamente no solo en los consumidores, sino en la sociedad en general, colocando a la organización socialmente responsable en una posición competitiva preferente, asimismo potenciando sus fortalezas en el mercado. En esa medida la presente investigación tiene como propósito hacer una revisión de los distintos programas llevados a cabo por la empresa privada, que permita determinar si la aplicación de los mismos ha posibilitado a dichas organizaciones alcanzar los objetivos y metas propuestos por la gerencia.

Las organizaciones comerciales que llevan a cabo dichos programas tienen como objetivos empresariales consolidarse en el mercado donde se desenvuelven como organización socialmente responsable. Los programas que estas llevan a cabo han posibilitado alcanzar los objetivos propuestos por las empresas, esto se evidencia por la gran cantidad de peticiones que en los últimos tiempos han llegado a las distintas fundaciones que manejan dichos programas sociales.

Sustentando lo anteriormente planteado y reafirmando la gestión de las organizaciones empresariales en cuanto al compromiso social dentro de su labor comercial, han posibilitado que las mismas tengan conexión directa con los distintos actores que de alguna forma u otra estén dentro del proceso de planificación de las empresas. Situaciones similares suceden con otros sectores de la sociedad, como la familia, los trabajadores, las Universidades o los gremios profesionales.

Bajo esta óptica se incorpora el aspecto de responsabilidad social en las organizaciones,



como una manera de aplicar lineamientos o políticas sociales dentro del entorno empresarial, transformándose en una gerencia más humana y más sensible al entorno en el que se desenvuelve; haciéndose necesario disponer de algún instrumento o técnica que le permita a cualquier organización, medir y evaluar a través de instrumentos administrativos y financieros, las inversiones o aportes destinados a los fines sociales.

Del mismo modo Rendueles (2008), explica que el Balance Social aparece en el escenario como la herramienta de medición de la gestión social de las organizaciones pues ya los balances financieros generados como parte de un proceso contable destinado a informar los resultados económicos de un período y como respuesta a las disposiciones legales gubernamentales e impositivas que rigen la operatividad de cada empresa; no representan el patrón de medida exacto para medir y evaluar el cumplimiento de los objetivos económicos y sociales de una organización con sentido de responsabilidad social.

Entonces surge la necesidad de un Balance Social como instrumento que permita reportar resultados en términos de inversiones sociales llevadas a cabo para un período determinado, a fin de comunicar e informar a accionistas, empleados y a toda la sociedad la aplicación de recursos destinados a cumplir con las responsabilidades sociales pautadas por la organización.

Tal y como lo menciona Rendueles (2008), las organizaciones requieren herramientas de gestión para la administración y control de sus programas de inversión social, cuyos resultados puedan ser finalmente plasmados y difundidos a través de los llamados Balances Sociales; los cuales reflejan los recursos aportados voluntariamente y gastos erogados con el fin de mejorar la situación de su personal, evitando así la contaminación ambiental, preservando los recursos naturales, ahorrar energía, garantizar la calidad de los productos o servicios o de contribuir en cualquier proyecto social de la comunidad.

En el mismo sentido, tal y como lo expone Rendueles (2008), las ideas planteadas sirven para entender el Balance Social como una herramienta de gestión que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de una organización en términos de Activos y Pasivos Sociales en sus áreas interna y externa, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima social y laboral, información interna y externa, planeación de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la organización se relaciona.

REFLEXIONES FINALES

Se determinó que aunque existen diversos programas sociales llevados a cabo por las organizaciones empresariales en los distintos campos de requerimientos, las comunidades o grupos de interés que reciben dichos beneficios requieren que los programas que se canalicen en favor de las comunidades o instituciones benéficas estén involucradas de forma significativa dichos grupos, donde estos puedan expresar de forma amplia sus requerimientos y necesidades, que posibiliten una canalización de forma óptima de dichos programas abarcando necesidades más sentidas y apremiantes que dichos sectores expresen.

En tal sentido se han llevado a cabo jornadas sociales donde las comunidades y grupos de interés en general han sido tomados en consideración sus recomendaciones adaptando las necesidades expresadas por los mismos en las distintas obras llevadas a cabo por las empresas, satisfaciendo de forma oportuna los requerimientos y necesidades expresadas, así



mismo optimizando los recursos financieros invertidos de forma que las metas y los objetivos a alcanzar por las organizaciones sean posible logrando la reputación e imagen corporativa social que las empresas quieren lograr como factor determinantes dentro de un proceso social cambiante moderno y ajustado a las nuevas exigencias del mercado.

Una nueva concepción de gestión gerencial centrada en valores que posibilitan generar más valor a la empresa, esta premisa explica que desde el punto de vista de comercialización los nuevos valores sociales y las exigencias del mercado constituyen factores fundamentales en la comercialización empresarial, dado que los consumidores tienen creciente preferencias por organizaciones empresariales que demuestren en la práctica que son socialmente responsable, no solo desde el punto de vista interno sino también en cuanto a los sectores externos que conforman el entorno social donde se destacan los stakeholders que las empresas deben de tomar en consideración en los procesos de planificación a llevarse a cabo.

Estos nuevos actores influenciadores activos en los procesos de comercialización y mercadeo pueden destacarse entre otros los clientes, los trabajadores, proveedores; los cuales repercuten de forma significativa en la nueva gestión gerencial. En relación a los trabajadores, este grupo de interés ha permitido que la empresa lleve a cabo una participación activa de los mismos en cuanto a la consecución y logros de las metas, dado que estos brindan todo su potencial cognoscitivo obteniendo una participación abierta en los procesos productivos expresando todos sus conocimientos y destrezas.

Externamente la empresa debe tomar en consideración a nuevos actores: la comunidad e instituciones benéficas. Las primera invirtiendo en programas requeridos por la misma, tales como escuelas, ambulatorios, plazas, y con los segundos proporcionando recursos monetarios o materiales para un mejor desempeño. Esto le proporcionará imagen corporativa positiva en el mercado basada en una responsabilidad social demostrada en la práctica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Castillo, S. (2009). **Agenda social. Responsabilidad social empresarial y gobernabilidad razón y palabra.** Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Extraído de www.razonypalabra.org.mx. consulta 28/10/2013

Cortina, A. (1996), **Ética en la empresa. Capítulo IV.** Editorial Trotta. España.

Cortina, A. (1999), **La empresa ante la crisis del estado de Bienestar. Una perspectiva ética.** Ediciones Miraguano. Madrid.

Drucker, P. (1999). **Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI.** Editorial Norma. Colombia.

Porter, M. (1999). **Ser competitivo nuevas aportaciones y conclusiones.** Ediciones Deusto, S. A. España.

Rendueles, M. (2008). **Responsabilidad Social y Balance Social en las Universidades Privadas en el Ámbito de la Ley de Servicio Comunitario del Estudiante de Educación Superior.** Tesis Doctoral. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo.

Schvarstein, L. (2003). **La inteligencia social de las organizaciones,** en Pernalette, Mariela y Trápaga, *Responsabilidad Social Universitaria. Retos y Perspectivas,* Buenos Aires,



Argentina: Paidós.

Valleys F. (2006). **Hacia la construcción de indicadores de responsabilidad social universitaria**. Pontificie Universidad Católica del Perú.



TRIBUTACIÓN PARAFISCAL EN VENEZUELA: UN ENFOQUE TEÓRICO DE LA LEY ORGÁNICA DE DROGAS

Elvia Amesty
Asociación SENDEROS
amestye@gmail.com

Cristina Seijo
Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE
cristinasejoa@hotmail.com

RESUMEN

Los países establecen su presupuesto y la planificación del gasto público en función de lo que producen directamente y a través de las contribuciones tributarias. En Venezuela, los tributos se dividen en impuestos, tasas y contribuciones. Entre las contribuciones se encuentran las parafiscales, en el presente artículo pretendió analizar los aspectos de la tributación parafiscal en Venezuela, en relación a la Ley Orgánica de Drogas, utilizando una metodología de tipo documental con enfoque hermenéutico Bajo el fundamento teórico y doctrinario de Villegas (2002), OIT (2003), Aponte (2012), Ley Orgánica de Drogas (2010) entre otros. Para ello se considera los elementos para su cumplimiento, las alternativas de retorno del aporte en beneficio de los trabajadores y sus familiares. Se concluye que se requiere mayor divulgación de la finalidad de seguridad social que tiene esta contribución, a fin de promover empresas más saludables y éticamente responsables con su capital intelectual y su entorno.

Palabras clave: Contribuciones parafiscales, Ley Orgánica de Drogas, Prevención Laboral

INTRODUCCIÓN

Los países planifican y fijan su funcionamiento financiero de acuerdo a los ingresos que logran producir como parte de la actividad económica que desarrollan y a través de la imposición de tributos, que debe pagar el sector privado con fines sociales, permitiendo al Estado cumplir con su función con los ciudadanos. En los últimos años, en Venezuela ha habido un incremento en la diversidad de tributos que se le han impuesto a las empresas, sobre todo los referidos a las contribuciones parafiscales.

Una de estas contribuciones es la referida a la Ley Orgánica de Drogas (LOD, 2010), la cual será analizada y discutida a fin de considerar como puede ser utilizada una parte de la contribución que realizan las empresas, tomando en cuenta que una cantidad importante de empresas no lo hacen por desconocimiento o falta de credibilidad en las instituciones del Estado, así como posiblemente debido a que se ha divulgado poco la finalidad de seguridad social que tiene esta contribución y los beneficios para las organizaciones a través del desarrollo de Programas de Prevención Laboral.

En este artículo se discute acerca de la tributación parafiscal vinculada a la Ley Orgánica de Drogas, su historia y de cómo las empresas pueden retornar una parte de esa contribución en beneficio de los trabajadores y sus familiares, reinvertiendo parte del aporte en su capital intelectual y como parte de su responsabilidad social interna, también se analizan los beneficios



de los programas de prevención laboral para las organizaciones. Para este análisis se utilizara una metodología de tipo documental con un enfoque hermenéutico.

TRIBUTACIÓN PARAFISCAL EN VENEZUELA: UNA NECESIDAD SOCIAL PARA LOGRAR UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA

De acuerdo a las modificaciones en las leyes, en los últimos años se han desarrollado numerosas contribuciones que las empresas deben cumplir con fines sociales y económicos, las cuales están vinculadas con la función del Estado y suelen agruparse en la denominación genérica de la parafiscalidad. Según Serras (1985), la actividad del Estado, puede ser definida como lo que éste debe hacer, como el conjunto de normas que crean órganos, fijan su funcionamiento y los fines que debe de alcanzar. Es todo aquello que a lo que está obligado a hacer a través de sus diversos órganos, para satisfacer las necesidades que se demandan en una sociedad. Es decir, que el Estado tiene una serie de obligaciones con sus ciudadanos, a fin de ofrecer una calidad de vida y garantizar los servicios sociales.

A este respecto Roncajolo (2011), plantea que dentro de las funciones del Estado está la financiera, cuyo objetivo fundamental es generar por diferentes medios y actividades la obtención de ingresos para la nación, de manera que pueda cubrir el gasto público, para así también poder cumplir con su obligación de prestar los servicios y contar con los recursos para desarrollar las políticas públicas que permita satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

En Venezuela la Ley Orgánica del Sistema Financiero (2010), establece en el artículo 1, que el objeto de la ley es regular, supervisar, controlar y coordinar el Sistema Financiero Nacional, a fin de garantizar el uso e inversión de sus recursos hacia el interés público y el desarrollo económico y social, en el marco de la creación real de un Estado democrático y social de derecho y de justicia. En este artículo queda claro que el estado establece las regulaciones para garantizar el interés público y el desarrollo económico, pero que no puede desvincularse de la repercusión social de las decisiones financieras.

Tomando en cuenta lo anterior, la actividad financiera del Estado tiene como fin principal lograr ingresos para aplicarlos al gasto público, con un fin primordialmente social. Dichos ingresos pueden ser ordinarios y derivados; los ingresos ordinarios son aquellos obtenidos por el Estado cuando actúa como particular y los derivados son los adquiridos a través de su poder de imperio. Los medios utilizados por el Estado para la lograr dicho fin pueden ser tanto de carácter público como privado. En el sector privado, el principal medio a través del cual la actividad financiera cumple su fin es el sistema tributario.

De acuerdo Villegas (2002) los tributos son las prestaciones en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines. Por su parte, para Pires (2012) los tributos en Venezuela están clasificados en impuestos, tasas y contribuciones. Los impuestos son un tipo de tributo exigido sin contraprestación, cuyo hecho imponible por negocios, actos o hechos de naturaleza jurídica o económica que ponen de manifiesto la capacidad contributiva del sujeto pasivo como consecuencia de la posesión de un patrimonio, la circulación de bienes o la adquisición o la obtención de renta, entre otros.

La tasa es una obligación vinculada jurídicamente a determinadas actividades del Estado, relacionadas directamente con el contribuyente. De acuerdo a esto, la contribución es un tributo



exigido en razón de beneficios individuales o de grupos sociales derivados de la realización de obras o gastos públicos o de actividades especiales del Estado. Pacheco (2010) plantea la diferencia entre estos tres tipos de tributos, al respecto sugiere que:

1) en la tasa existe una contraprestación (Ejemplo: el suministro de energía), mientras que en el impuesto, por definición, no se está pagando un servicio específico o retribuyendo una prestación determinada.

2) la diferencia radica en el carácter voluntario del pago de la tasa y en el carácter obligatorio del pago de la contribución.

3) Las contribuciones especiales, se ubican en situación intermedia entre los impuestos y la tasa. Esta categoría comprende gravámenes de diversa naturaleza definiéndose como "los tributos obligatorios debidos en razón de beneficios individuales o de grupos sociales derivados de la realización de obras, o gastos públicos, o especiales actividades del Estado; en este grupo entran un grupo de contribuciones especiales que se denominan parafiscales.

PARAFISCALIDAD EN VENEZUELA: UN ANÁLISIS DE LA LEY ORGÁNICA DE DROGAS

La palabra parafiscalidad misma constituye un concepto abstracto que deriva de la expresión griega "para", que da idea de algo paralelo, al lado o al margen de la actividad estatal, se trata de tributos establecidos a favor de entes públicos o semipúblicos, económicos o sociales, para asegurar su financiación autónoma, teniendo como manifestación más importante, los destinados a la seguridad social. Las contribuciones parafiscales son una figura francesa y se identifican con los impuestos en su obligatoriedad, pero a diferencia de las tasas, no constituyen una retribución por un servicio recibido del estado.

Venezuela como uno de los principales países exportadores de petróleo obtenía sus ingresos del producto derivado de los hidrocarburos y de la explotación de los recursos no renovables, por lo que era considerado uno de los países con más baja carga impositiva por parte del Estado. De acuerdo a los planteamientos de Aponte (2012), desde hace algunos años los ingresos provenientes de los recursos petroleros se hicieron insuficientes y cambiantes, por lo que el Estado ha buscado otras formas de financiación que le sean más efectivas y le permita cubrir el gasto público; iniciándose desde hace algunos años, un proceso de modernización del estado cuyo principal objetivo consistió en procurar soluciones a la grave crisis del sistema de las finanzas públicas.

Sugiere la autora, que entre las estrategias que se han planteado están: primero con el Impuesto del Valor Agregado en 1999, progresivamente se fue asumiendo un control de los tributos, con la finalidad de alcanzar una mayor fiscalización e incremento en la cultura tributaria por parte de las empresas. A mediados de 1994, se estructura un programa de reforma tributaria, dentro de un esfuerzo de modernización de las finanzas públicas de los ingresos, con la finalidad de reducir la evasión fiscal y consolidar el sistema de finanzas públicas, fundamentado es ser menos dependiente del esquema rentista petrolero. Adicionalmente, con la promulgación de la nueva constitución en 1999, el sistema tributario ocupa un lugar destacado en los presupuestos de la nación.



El Estado exige el pago de los tributos, otorgándole un carácter obligatorio al mismo, debido a que tiene como finalidad lograr el bienestar colectivo, tanto generando una mejor protección económica como elevando el nivel de vida del país. Por otro lado el no pagar los tributos trae como consecuencia varias sanciones tales como la imposición de multas, el cierre de establecimientos, decomisos de mercancías, privación de libertad, entre otras.

Entre las contribuciones parafiscales a nivel nacional se puede mencionar los aportes e inversiones de ley orgánica de ciencia, tecnología e innovación, los aportes parafiscales de la ley orgánica del sistema de seguridad social, cotizaciones de la ley orgánica de prevención, condiciones y medio ambiente de trabajo y de la ley del régimen prestacional de empleo, entre otras. A continuación se discute ampliamente sobre la contribución parafiscal relacionada con la Ley Orgánica de Drogas (2010), teniendo en cuenta que esta contempla una oportunidad de retorno de una parte del aporte en beneficio a los trabajadores de la empresa.

Es importante describir la contribución parafiscal establecida en la Ley Orgánica de Drogas con la finalidad de entender la forma de como las empresas pueden beneficiarse del aporte que realizan. Remontándose hacia los orígenes, tras diferentes modificaciones, se incorpora el concepto de tributo en la reforma que sostuvo en 1993, la Ley Orgánica sobre Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (LOSEP, 1993), estableciendo en el artículo 101, párrafo único, lo siguiente: “las empresas privadas que ocupen doscientos (200) trabajadores o más, destinarán el uno por ciento (1%) de su ganancia neta anual a programas de prevención integral social del tráfico y consumo de drogas, para sus trabajadores”.

El objeto de este artículo, es promover el compromiso a favor del desarrollo de los programas de prevención integral del consumo de drogas, en el ámbito de las organizaciones privadas, orientando su aplicación a las empresas grandes, pues como lo establece el artículo se aplica a aquellas que emplean más de 200 trabajadores.

En relación a este tributo Aponte (2012) refiere que permaneció en el silencio de su aplicación, ya que no recibió la atención e incentivo por parte del Estado de dar a conocer dicha obligación. En el olvido de su reforma como el ajuste del crecimiento social o económico del país, el Gobierno Nacional decidió ampliar el ámbito de ejecución y designación de la norma. Con el nombre de Ley Orgánica contra el Tráfico Ilícito y Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (LOCTICSEP), la cual se promulga en el año 2005, derogando la anterior Ley sobre Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.

En esta modificación de la Ley, se establecen varios cambios, la primera de ella es ampliar el nombre de la Ley, con lo que se aclara aún más el objetivo que persigue en la lucha contra las drogas. En relación al tributo en discusión se mantiene, pero se aumenta el ámbito de aplicación, por cuanto se cambia de empresas de 200 trabajadores a 50 trabajadores. A continuación se detalla lo establecido en el artículo 96 relacionado con la materia de tributación de la LOCTICSEP (2005), el cual establece:

Las personas jurídicas, públicas o privadas que ocupen cincuenta trabajadores o más, destinarán el uno por ciento (1%) de su ganancia neta anual, a programas de prevención integral social contra el tráfico y consumo de drogas ilícitas, para sus trabajadores y entorno familiar y de este porcentaje destinarán el cero coma cinco por ciento (0,5%) para los programas de protección integral a favor de niños, niñas y adolescentes, a los cuales le darán prioridad absoluta. (p. 75)



Esta ampliación en la aplicación poblacional, ya que reduce la cantidad de trabajadores a un margen de 50 o más, con lo que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) absorben la reglamentación expuesta. Este tributo no es por lo tanto nuevo, solo que a partir de la modificación se extiende a nuevos contribuyentes.

Para este momento se establece la ganancia neta anual como base imponible para el tributo, la ley no definía la temporalidad en cuanto a la presentación y pago de dicho aporte, por lo cual el 1% era manejado directamente por las organizaciones, las cuales ejecutaban proyectos previa aprobación de la Comisión Nacional contra el Uso Indebido de Drogas (CONACUID). Durante muchos años hubo poca fiscalización de este tributo y las empresas que más cumplían eran las vinculadas con el sector financiero, por cuanto eran fiscalizadas como parte de la supervisión de la Superintendencia de las Instituciones del sector Bancario (SUDEBAN).

A partir del 2008, el Estado inicia una mayor fiscalización, así como una mayor promoción del artículo, con la finalidad de aumentar la recaudación por este concepto y promover la prevención integral del consumo de drogas. Sin embargo, tomando en cuenta que esta Ley presentaba vacíos jurídicos y ambigüedades en cuanto al aporte, se generaron situaciones de muchas discrepancias a nivel de principios constitucionales, así como pronunciamiento de muchos especialistas y contribuyentes.

Como una forma de dar respuesta a ello, el Estado en Junio del 2009 crea el Fondo Nacional Antidrogas, mediante decreto No.6778 (Gaceta Oficial 39.211), donde se establece que es el órgano técnico financiero para el cumplimiento de las políticas públicas y las estrategias establecidas en el Plan Nacional Antidrogas, el cual a través de la Oficina Nacional Antidrogas se encargaría de la evaluación, financiamiento, control e inspección de los planes, programas y proyectos en materia de drogas. Estableciendo que es el órgano recaudador del aporte establecido en el artículo 96 y 97 de la LOCTISEP.

De igual manera se promulgó una normativa con los procedimientos para la inscripción de los sujetos pasivos ante el Fondo Nacional Antidrogas (FONA), a fin de dar cumplimiento a la recaudación, control y fiscalización de los aportes establecidos en los artículos 96 de la Ley Orgánica Contra el Tráfico Ilícito y Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas, Providencia Administrativa No. 007-2009 (Ministerio del Poder Popular para Relaciones Interiores y Justicia, 2009b). En el mismo se establecen las directrices sobre el proceso a través del cual las empresas, pueden cumplir con el tributo establecido en la Ley.

Esta situación continuaba generando discrepancias jurídicas y posturas encontradas, por cuanto algunos asesores legales de las empresas referían que no estaban obligados a entregar el aporte a la FONA, tomando en cuenta que esto no estaba establecido en la Ley. Situación que queda resuelto con la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Drogas en el 2010, la cual deroga la LOCTIPSEP y específica aún más este tributo, quedando definido como contribución. El artículo 32 de la LOD (2010), queda establecido de la siguiente manera:

Las personas jurídicas privadas, consorcios y entes públicos con fines empresariales, que ocupen cincuenta trabajadores o más, están obligados a liquidar el equivalente al uno por ciento (1%) de su ganancia o utilidad en operaciones del ejercicio ante el Fondo Nacional Antidrogas, dentro de los sesenta días continuos contados a partir del cierre del ejercicio fiscal respectivo. Señala esta misma norma que las personas jurídicas pertenecientes a grupos económicos se



consolidarán a los fines de cumplir con dicha obligación, aun cuando nada se aclara en cuanto a la forma de realizar esa consolidación... (Ejusdem) (p.28)

Una de las modificaciones más importantes en la Ley, es que cambia lo establecido en el artículo 96 de la LOCTICEP, que establece la obligación de disponer del 1% de la ganancia neta para programas de prevención integral, a una disposición de liquidar ese porcentaje ante el Fondo Nacional Antidrogas. Adicionalmente, estipula el tiempo, el cual debe ser a los 60 días continuos del cierre del año fiscal y establece la multa, la cual no estaba establecida de forma específica en las leyes anteriores, definiendo en el mismo artículo lo siguiente: “El incumplimiento de esta obligación será sancionado con una multa equivalente al doble del aporte correspondiente al ejercicio fiscal respectivo, y en caso de reincidencia, la multa será tres veces el aporte”.

Es importante mencionar que en enero de 2013 fue publicado en Gaceta Oficial No.40.097 el Decreto No. 9.315, el cual modifica el Decreto No. 6.778 mediante el cual fue creado el FONA, como una manera de darle cumplimiento a las disposiciones del aporte establecidas en la nueva Ley Orgánica de Drogas, así como también para adecuar la estructura organizativa, estableciéndose que es el órgano encargado de la recaudación del aporte y la contribución especial establecidos en la ley que regula la materia de drogas, su fiscalización, así como su administración para el financiamiento de los planes, programas y proyectos de prevención en materia de drogas.

El quedar establecido de forma explícito en la Ley, la multa y el procedimiento de pago, así como el ente ante el cual se debe cancelar el tributo, generó una mayor respuesta por parte de las empresas para el cumplimiento del aporte, incrementándose significativamente las recaudaciones y en el cumplimiento por parte de las empresas.

Es necesario resaltar que en el mismo artículo, se establece que el Fondo Nacional Antidrogas destinará este aporte para el financiamiento de planes, programas y proyectos en materia de prevención de drogas. Sin embargo muchas empresas desconocen las posibilidades de reinversión del aporte, por cuanto otro elemento nuevo en la LOD (2010), queda establecido en el artículo 33, el cual hace referencia a cómo será distribuido este aporte, donde se señala “que el 40% del aporte liquidado por la empresa ante el FONA, será destinado a proyectos de prevención en el ámbito laboral del aportante a favor de sus trabajadores y su entorno familiar”

Esta última información es desconocida por muchas empresas o algunas prefieren no presentar los proyectos por la poca credibilidad del retorno del aporte. Sin embargo, el FONA tiene establecido el procedimiento para que las empresas puedan presentar sus proyectos y una vez aprobados se retorna a una cuenta bancaria de la empresa el 40% del aporte liquidado, con el compromiso de desarrollar el programa de prevención propuesto para sus trabajadores y familiares.

Es importante mencionar que según informe de gestión de la Oficina Nacional Antidrogas del 2012, se evidencia en el Tabla 1, que ha habido un incremento en la ejecución de los proyectos por parte de las empresas, por cuanto se observa que en los años entre el año 2010 al 2011, hubo un incremento cercano al 11%, sin embargo del año 2011 al 2012, este incremento es de un 65%.



Tabla 1. Datos de Proyectos Ejecutados en el Ámbito Laboral

AÑO	2010	2011	2012
PROYECTOS APROBADOS EN EL ÁMBITO LABORAL	337	374	1.070

Fuente: ONA (2012)

Entre las razones que puede atribuirse a este incremento es que las empresas ha constatado que parte de su aporte puede ser reinvertido en programas de prevención integral dirigido a sus trabajadores y familiares; que existe un procedimiento para el retorno del aporte, pero el mismo es su derecho, tal como está establecido en la Ley Orgánica de Drogas, donde el fin último es el desarrollo de acciones preventivas que permitan mitigar e impactar en los factores de riesgo asociados al consumo de drogas en las diferentes poblaciones, siendo la laboral una de ellas.

Sin embargo es importante mencionar, que aún sigue siendo muy pocas las empresas que presentan sus proyectos ante el Fondo Nacional Antidrogas, con la finalidad de desarrollar los proyectos preventivos y que le sean retornados el 40% de su aporte, para ser reinvertidos en la formación y educación de su capital intelectual. Entre los indicadores que pueden tomarse es que según reporte de la ONA, para el 2012, existían cerca de 4000 empresas inscritas en el sistema y solo cerca de la cuarta parte presentaron proyectos.

Si bien se ha señalado que las empresas venezolanas han sido en los últimos años obligadas al pago de una serie de tributos parafiscales, es necesario en relación a la Ley Orgánica de Drogas (2010) considerar sus beneficios para las organizaciones, en primer lugar es importante mencionar que el objeto real de la ley no debería ser el cumplimiento del tributo, artículo 32 de la LOD, sino el desarrollo de programas de prevención en el ámbito laboral del aportante a favor de sus trabajadores y su entorno familiar, tal como lo establece el artículo 33 de la referida Ley.

La prevención integral del consumo de drogas beneficia a las organizaciones, por cuanto el lugar de trabajo es el espacio en el que pasa la mayor parte del tiempo las personas, por lo que constituye un medio determinante a la hora de adquirir hábitos de vida que influyen sobre la conducta tanto dentro como fuera, pudiéndose adquirir hábitos perjudiciales, pero también, un espacio privilegiado a la hora de promover estilos de vida saludables, a través de los programas de prevención se puede educar a una población cautiva, al mismo tiempo estos beneficios no son sólo para los trabajadores sino también para la organización o empresa, por cuanto incide positivamente en sus objetivos y metas, lo cual es parte de la responsabilidad social interna de las empresas.

De acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2003) hay numerosas evidencias que demuestran el impacto negativo del consumo de drogas para con los trabajadores, sus familias; así como el costo que conlleva para las industrias y las empresas este problemas, por lo que considera que las iniciativas preventivas en el ámbito laboral protege la salud, mejora la productividad, disminuye los accidentes laborales e incide en la seguridad de los trabajadores.



Finalmente, los programas de prevención crean un ambiente organizacional más saludable, lo cual incide en minimizar los factores de riesgo asociados al consumo de drogas en sus trabajadores, al mismo tiempo le exige desarrollar una política preventiva en esta materia. La cual establece los mecanismo y procedimientos de actuación ante trabajadores que presenten consumo de drogas, permitiendo estar preparado con respuestas acorde con lo establecido en la ley, de manera que garantice los derechos de los trabajadores, este concatenada con los principios bioéticos, que sea beneficiosa para al trabajador y que no vaya en perjuicio de la organización y de sus trabajadores.

CONSIDERACIONES FINALES

La situación fiscal actual de Venezuela puede ser considerada por las organizaciones como muy fuerte, en términos de la carga parafiscal que tienen, sin embargo exige a los empresarios informarse del sentido de seguridad social para el cual fue creado, con el fin de poder utilizarlo en beneficio de sus trabajadores.

La contribución de la Ley Orgánica de Drogas, coloca a la mayoría de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) como sujetos pasivos de esta obligación, surgiendo en ellas la necesidad de conocimiento, manejo o planificación en cuanto a recurso material y humano se refiere. Al mismo tiempo, exige el conocimiento de buscar el beneficio para la empresa; pues la ley no solo establece la obligatoriedad del aporte, sino también la consideración del retorno del 40% de este aporte anual, con la finalidad de reinvertirlo en su capital humano, por medio del desarrollo de programas de prevención integral en materia de drogas, con la previa autorización del Fondo Nacional Antidrogas.

Sin embargo, siguen siendo muy pocas son las empresas que hacen uso de esta reinversión; estimándose que son solo el 25% de las empresas que están cumpliendo con este tributo, presentan proyectos de prevención del consumo de drogas en beneficio de los trabajadores y los familiares. Por lo que es importante el conocimiento de la obligación del cumplimiento del tributo pero también de su fin social, a fin de que puedan beneficiarse de los programas de prevención, creando empresas más saludables y promoviendo estilos de vidas sanos en sus trabajadores.

Finalmente, se requiere por parte del Estado una mayor promoción y divulgación del objeto real del pago del tributo, por cuanto lo importante no es solamente el cumplimiento por parte de las empresas y/o la fiscalización del FONA de la cancelación del aporte, sino del carácter de seguridad social, que el legislador le otorga a su incorporación en la Ley Orgánica de Drogas, al considerar de vital importancia los espacios laborales un ámbito fundamental para desarrollar la política pública de prevención del consumo de drogas en Venezuela. Por cuanto parte de la premisa que la prevención integral promueve empresas saludables y éticamente responsables con su capital intelectual y su entorno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aponte, S. (2012) **Aspectos Tributarios contemplados en la Ley Orgánica de Drogas.** Comerçium Tributario. Universidad Rafael Beloso Chacín. Volumen X. Venezuela

Asamblea Nacional (1984) **Ley Orgánica sobre Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.** Gaceta Oficial Nro. 38.337. Venezuela



- Asamblea Nacional (2005) **Ley Orgánica contra el Tráfico Ilícito y el Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.** Gaceta Oficial Nro. 4.636. Venezuela.
- Asamblea Nacional. (2009). **Reglamento Parcial de la LOCTISEP.** Gaceta Oficial 39.211.
- Asamblea Nacional. (2009). **Normas y Procedimientos para la Inscripción y Recaudación.** Providencia Administrativa 007-2009. Gaceta Oficial 39.336.
- Asamblea Nacional (2010) **Ley Orgánica de Drogas.** Gaceta Oficial Nro. 39.510. República Bolivariana de Venezuela.
- Asamblea Nacional (2010) **Ley Orgánica del Sistema Financiero.** Gaceta Oficial Nro.39.578. República Bolivariana de Venezuela.
- Asamblea Nacional. (2013). **Reimpresión de la Creación del Fondo Nacional Antidrogas.** Decreto No.9.315. Gaceta Oficial 40.097
- Oficina Nacional Antidroga (2012) **Revista Balance. De la Lucha Antidrogas en Venezuela.** República Bolivariana de Venezuela
- Organización Internacional del Trabajo (2003). **Alcohol y Drug Problems at Work.** ILO Publications. Geneva
- Pacheco, I. (2010). **La parafiscalidad en Venezuela.** Extraído de <http://parafiscalidad.blogspot.com/2010/07/la-parafiscalidad-en-venezuela.html>. Consulta: 20/10/2013
- Roncajolo, D. (2011) **Comité de Impuestos: La Responsabilidad Social Empresarial y las Contribuciones Parafiscales.** Extraído de http://www.venamcham.org/index.php?option=com_content&view=article&id=6233Acomite-de-impuestos-la-responsabilidad-social-empresarial-y-lascontribuciones-parafiscales&catid=5%3Apagina-principal&Itemid=19 Consulta: 20/10/2013
- Villegas, H. (2002). **Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario.** Astrea. Buenos Aires.



PECADOS CAPITALES FINANCIEROS EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TÉCNICOS EN EL MUNICIPIO MARACAIBO EN EL ESTADO ZULIA

Luis E. Belloso A.

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

luis_belloso@hotmail.com

Milangela Romero

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (UNERMB)

milangelaromero@gmail.com

Maira Santiago

mai_alejandra80@hotmail.com

RESUMEN

El estudio se realizó con el propósito de Diagnosticar la Presencia de los Pecados Capitales Financieros en las empresas de Servicios Técnicos en el Municipio Maracaibo en el estado Zulia, con la finalidad de evidenciar desviaciones en las prácticas financieras que intervienen en la desviación de los objetivos rentables (tanto financieros como económicos). Metodológicamente se caracterizó por ser una investigación de tipo descriptiva, con un diseño no experimental transeccional para la cual se determinó una población de 25 unidades informantes (compuesta por los gerentes de las 10 empresas, recurriendo a la técnica del censo poblacional). La técnica de recolección de datos fue un cuestionario estructurado conformado por 21 ítems (bajo una escala tipo Likert con cinco alternativas de respuesta); el cual fue validado a través del coeficiente Alpha Cronbach arrojando un 91% (instrumento con elevada confiabilidad). Para el procesamiento de los datos, se utilizó la estadística descriptiva (media aritmética). Como resultado y conclusión se obtuvo que en gran medida y proporción las empresas poseen una equilibrada salud financiera, cuidando sus actividades /tanto operacionales como administrativas) al no caer en tentaciones que las dirijan hacia resultados desfavorables, a partir de los cuales se pierda posicionamiento, imagen y merma en el capital de trabajo.

Palabras clave: Pecados Capitales, Finanzas, Servicios Técnicos

INTRODUCCIÓN

En teoría los Administradores o Gerentes Financieros poseen la capacidad de mejorar la utilización de los recursos organizacionales (tanto económicos como financieros), con la finalidad de optimizar la estructura de capital, garantizando la utilización de los fondos de trabajo que soportan y dan origen a los procesos productivos, administrativos y de comercialización (para posteriormente generar los ingresos por venta de bienes y/o la prestación de servicios). Lo anteriormente descrito se concibe como la premisa para garantizar equilibrados niveles de rentabilidad (económica y financiera), logrando de esta forma el tan anhelado desarrollo, crecimiento y permanencia de la empresa dentro del segmento de mercado donde ejerce sus actividades. La idea nace de equilibrar los niveles de las erogaciones de recursos líquidos y aumentar los niveles de ingresos; es decir equilibrar los



egresos en función de los ingresos (debidamente soportados en las premisas de planificación estratégica formulada para un período operacional determinado).

Esta es la razón y bajo el criterio de Braverman (2007), la cual la función del Gerente o Administrador Financiero se transforma en un área medular para el desarrollo organizacional, al orientar sus esfuerzos al logro de equilibrados niveles de inversión, recurrir debidamente al financiamiento, optimizar el reparto de los dividendos obtenidos y analizar los diversos riesgos que se asumen al iniciar el conjunto de actividades organizacionales que soportan las operaciones empresariales. El hecho de desarrollar hábitos financieros saludables orienta a las organizaciones al equilibrio entre los diversos factores que la integran, originando una sinergia que conlleva a la concepción de un modelo financiero organizado, equilibrado y ejecutado en función a los objetivos planificados (en el corto, mediano o largo plazo); todo esto se concibe como la base para lograr una robustez financiera y no caer en tentaciones o pecados financieros que puedan generar resultados organizacionales desfavorables.

Es así como el Administrador Financiero en el desarrollo de sus funciones puede incurrir en el desarrollo de ciertos hábitos negativos que en forma inmediata afectan las actividades organizacionales (revisiones fiscales, índices financieros no saludables, pérdida de la credibilidad y posicionamiento y en el peor de los casos la extinción de la organización). Es por ello que un considerable número de autores han estudiado el desarrollo de prácticas negativas organizacionales, con la finalidad de exponer cuales son los elementos o atributos que identifican una inadecuada actividad financiera.

DESARROLLO

Los Pecados Capitales Financieros: Para Castelló Muñoz (2011), una forma de lograr un mayor bienestar en el desarrollo financiero en las organizaciones consiste en identificar lo que impide cimentar y desarrollar una relación sana con los recursos económicos/financieros. La idea es desarrollar lineamientos que permitan determinar los aspectos en los cuales la empresa se encuentra pecando y reconocer la forma bajo la cual se pueden revertir y optimizar la situación. Por su parte Hakim (2012), establece que los Pecados Capitales Financieros se conciben como los hábitos negativos que interfieren en el desarrollo de una sana cultura económica/financiera que a su vez interfiere en la equitativa utilización de los recursos y por ende se orienta al desequilibrio en el capital de trabajo. Los autores establecen que los Siete (7) Pecados Capitales Financieros son:

La Gula: Se le conoce como el apetito excesivo y desordenado de comer y beber (por encima de las necesidades alimenticias y en detrimento de la salud). Es lo que ocurre cuando los objetivos financieros se planifican para ser desarrollados en un periodo de tiempo (temporalidad) menor a los intereses que se pretenden lograr, esas ansias de triunfo conllevan a no analizar los factores asociados al riesgo. La gula es quererlo todo demasiado rápido. Si se pretende optimizar las finanzas se debe trabajar como lo hace un competidor de alta factura, es decir desarrollando objetivos de menor alcance hasta consolidar la estructura organizacional (en todo su orden) y no intentar probar atajos (los cuales en muchos casos concluyen en problemas). No planificar ni desarrollar una herramienta financiera (presupuestos y proyecciones) que permitan controlar y visualizar los indicadores de gestión, operatividad, financieros, entre otros; puede conllevar al despilfarro y como consecuencia final la extinción de la empresa. La deuda financiera es un fiel reflejo, al realizar compras sin previa planificación, el



abastecimiento de inventario innecesario y la no utilización de los presupuestos se conciben como los síntomas que denotan Gula Financiera.

La Lujuria: No hace falta pensar en sexo para recordar lo que es la lujuria, en las Finanzas Organizacionales el soñar y no accionar o tomar la acción se convierte en un tipo de pecado. Fantasear sobre lo que se haría con más dinero y no accionar los mecanismos para lograr mayor rentabilidad es una forma de lujuria. El Administrador Financiero no debe perder el tiempo soñando lo agradable que sería contar con mayor cantidad de recursos. La Lujuria se relaciona con los excesos en materia de consumo no planificado y el gasto desenfrenado, sin evaluar las verdaderas necesidades organizacionales, así como los bienes/servicios se necesitan y adquieren. Una empresa lujuriosa es la que abusa de las acciones y/o atenciones desordenadas.

La Avaricia: Es al afán desordenado de poseer y adquirir riquezas para atesorarlas. Se presenta en la empresa que prioriza el hacer dinero por sobre todo (clientes, empleados, productos, todo es un medio para ese fin). Esta obsesión la pone en una trampa, que en el corto plazo le puede dar rédito, pero que en el largo plazo no funciona. Sus clientes no estarán conformes, sus productos no serán competitivos y su personal estará desmotivado. Si bien es cierto que la ambición natural del ser humano por progresar es indispensable y positiva, cuando esto se convierte en hacer cualquier cosa, para lograr objetivos sin importar las consecuencias pues trae graves problemas. Se concibe como el afán de ganar a toda costa o el negocio que multiplicará el valor de la empresa rápidamente, coloca a muchas personas en condiciones susceptibles a estafas, engaños y grandes pérdidas patrimoniales. El dinero no lo es todo en la vida. Abusar en el ahorro o pensar únicamente cual será la próxima jugada no siempre conduce a aumentar los niveles de rentabilidad. La avaricia quizás sea el peor de los 7 pecados capitales financieros, porque desvía lo importante de la salud organizacional.

La Pereza: Consiste en dejar para mañana las decisiones que se podrían haber tomado hoy, para mejorar las finanzas organizacionales (especialmente recortar gastos, rediseñar un producto, ampliar la línea de producción, optimizar el rendimiento un servicio o simplemente satisfacer las múltiples necesidades de los clientes). La lujuria y la pereza suelen ir de la mano en esto de los pecados financieros, se encuentra relacionada con la dinámica de trabajo, actividades, las ganas de hacer o no las cosas, esa flojera o apatía que embarga a muchos gerentes o simplemente la posición facilista de mantenerte siempre en la zona de confort y no emprender o no tomar riesgos.

La Ira: Enfadarse suele ser la respuesta emocional a la frustración de no obtener lo deseado en un momento dado. Pero alterarse no sirve absolutamente para nada. Todo gerente de relajarse y analizar lo que ha hecho mal y corregirlo. La ira es muy mala consejera y sus efectos en los negocios pueden ser devastadores. Lo más sano es aprender a canalizar las emociones y no relacionarlas con las decisiones financieras, está comprobado que las peores decisiones económicas y financieras se toman bajo estados de impulsividad o inestabilidad emocional, razón por la cual se deben pensar adecuadamente las decisiones y evitar decidir si se está alterado. El que se enoja, pierde. Cuando los planes no se desarrollan se tiende a enfadarse y no controlar las reacciones.

La Soberbia: Un Administrador Financiero nunca debe creer que tenga la razón en todo. Una cosa es la confianza que todo gerente debe poseer y otra muy distinta es la soberbia. Escuchar la opinión de los demás, evaluar y aprender la aptitud que el líder debe



desarrollar. El desarrollar una conducta humilde puede salvar de una decisión equivocada, se debe recordar que el orgullo precede a la caída; igual que la ira y la soberbia. Esta es la actitud prepotente de sentir que se conoce todo y que no se necesita de la ayuda de nadie, lo cual puede ser mortal en los negocios por que al creer que se conoce todo el entorno se pueden tomar malas decisiones que incluso podrían arrastrar al fracaso del negocio. El hecho de conocer de la actividad financiera no indica que se sea el experto en esta área y por ende al no analizar y consultar se puede tomar decisiones erróneas.

La Envidia: La envidia y la necesidad de mostrar a los demás una imagen de triunfo social llevan a verdaderas catástrofes en las finanzas organizacionales, toda gerente financiero debe centrarse en su actividad. Se puede definir como el sentimiento que se sufre por causa del bienestar ajeno. En al área financiera se debe estar consciente que siempre existirá una organización que posee una característica distintiva, la idea es trabajar para crear una sana competencia, financieramente la envidia hace que se desee lo mismo que el competidor más desarrollado, se tiende a estar más centrado en la competencia que en la empresa.

METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

Para Hurtado (2010) la Investigación Descriptiva tiene como objetivo detallar en forma precisa el evento en estudio, este tipo de investigación se asocia al diagnóstico, el cual tiene como finalidad establecer un determinado diagnóstico; permitiendo establecer un conjunto de cualidades que identifican el propósito de exponer el evento estudiado, ejecutando una enumeración detallada de sus particularidades. De modo tal que en los resultados se puedan obtener dos niveles (el más elemental en el cual se logra una clasificación de la información con características comunes) y otro en un nivel más sofisticado en el cual se ponen en relación los elementos observados a fin de obtener una descripción más detallada.

Diseño de la investigación

Luego de establecer el tipo de investigación, se procede a determinar el diseño de la misma, a partir del cual se selecciona el modo bajo el cual serán abordadas la variable de estudio; estableciendo procedimientos encaminados a cumplir con el proceso sistemático de la investigación. Para Hernández, Fernández y Baptista (2011:359), esto se refiere al plan establecido para responder a las preguntas formuladas en la investigación. Es decir, lo que debe hacer para alcanzar el objetivo de estudio y contestar las interrogantes que se formulan en el inicio y desarrollo del proceso de investigación. Los autores señalan que los diseños de tipo transaccional o transversal son aquellos a partir de los cuales se recolectan los datos en un solo momento y su propósito es describir variables y analizar su incidencia.

Población

Según Chávez (2006), la población es el conjunto conformado por todos los elementos que contienen las características, atributos u mediciones que se requieren para realizar una investigación o estudio determinado. Para los efectos de la investigación, el universo se encuentra constituido 10 contratistas de servicios técnicos especializados del municipio Maracaibo (adscritas a la Cámara Petrolera de Venezuela, Capitulo Zulia). En virtud de lo reducido de la población en la presente investigación no se recurrirá a la técnica del muestreo,



sino que se considera como muestra la totalidad del universo que integra población, adoptando la característica de Censo Poblacional, el cual según Parra (2010:56), consiste en estudiar todos los elementos que componen la población, aprovechando el pequeño universo que existe desde el punto de vista geográfico. Del censo poblacional y a través de la aplicación de un determinado instrumento a las unidades informantes se obtendrán los datos que permitirán obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

Tabla 1. Distribución del Censo Poblacional

Empresa	Unidades Informantes
- Desarrollo de Soluciones Específicas, C.A.	3
- Descoque Descalling, C.A.	2
- Equipos y Manufacturas Venezolana, C.A.	2
- Gamma Industrial, C.A.	3
- Integra Solutions Technology, C.A.	3
- Inspecciones del Petróleo, C.A.	3
- Interlago, C.A.	2
- Panamericana de Aislamiento Térmico, S.A.	2
- Servicio de Ingeniería, Mantenimiento y Construcción, C.A.	2
- Tecnología Industrial Venezolana, C.A.	3
Total	25

Fuente: Elaboración propia (2014).

Instrumento de recolección de datos

Para Chávez (2010:41), quien define los instrumentos estructurados (entrevistas y cuestionarios) como documentos verificables desde el punto de vista científico debido a que pueden ser evaluados por expertos a partir de un conjunto de preguntas abiertas y/o cerradas según su respectivo contenido. De acuerdo con Parra (2010:61), el cuestionario se constituye en un instrumento donde se formula una serie de preguntas claves sobre el objeto de estudio, encaminadas a la obtención de los datos fundamentales para la investigación, permitiendo verificar la realidad de los objetivos propuestos. Para el desarrollo de la investigación se creó un instrumento basado en las variables en estudio, lo que originó la formulación de 21 ítems. Dicho instrumento fue diseñado bajo una escala tipo Likert con cinco (5) alternativas únicas de respuesta, las cuales están direccionadas de menor a mayor dada la naturaleza de las posiciones.

Tabla 2. Ponderación de las Opciones de Respuesta

No.	Ponderación	Opción de respuesta
1	5	Siempre (S)
2	4	Casi siempre (CS)
3	3	Algunas Veces (AV)
4	2	Casi Nunca (CN)
5	1	Nunca (N)

Fuente: Categorización de Respuesta para el instrumento. Elaboración propia (2014)



TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El procesamiento de los resultados arrojados a través de la aplicación del cuestionario, estuvo orientado al logro de los objetivos específicos planteados; se utilizó la Estadística Descriptiva, el cual permitió la descripción de la variable en estudio; determinando el promedio aritmético. Dentro de este orden de ideas, la utilización de la media permitió la categorización de ítems. Sobre esta base, para su interpretación fue diseñado un baremo a través de una tabla de rango, intervalo y categoría.

Tabla 3. Baremo de análisis para la interpretación del promedio

Ítem	Intervalo	Categoría	Escala
1	0.00 – 0.80	Muy Bajo Nivel	Expresa un muy bajo nivel de presencia de la variable.
2	0.81 – 1.60	Bajo Nivel	Expresa un bajo nivel de presencia de la variable.
3	1.61 – 2.40	Moderado Nivel	Expresa un nivel de presencia de la variable.
4	2.41 – 3.20	Alto Nivel	Expresa un nivel de presencia de la variable.
5	3.21 – 4.00	Muy Alto Nivel	Expresa un muy alto nivel de presencia de la variable.

Fuente: Elaboración propia (2014)

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

- En relación a la Gula Financiera el 100% de las unidades informantes identifican que dentro de las empresas se regula la capacidad de compra así como los niveles de consumo de inventarios en forma excesiva (lo que incluye ciertas formas de comportamiento destructivo de las finanzas organizacionales); es decir con un promedio de 4,00 se evidencia un muy alto nivel de presencia al equilibrar y controlar los consumos en exceso dentro de las empresas. De esta manera el abuso en la adquisición de inventario innecesario, abastecimiento nervioso y consumo desmedido es considerado como típicos casos orientados al control de la gula. Los Administradores Financieros que constantemente u ocasionalmente caen en este pecado financiero se les cataloga como carentes de aspectos vitales para la organización.

- Mientras que al analizar la Lujuria Financiera y en función a la recesión económica que afecta la economía nacional el 100% de las empresas evalúan y limitan los niveles de gasto excesivo sólo por complacer los instintos de posesión material. Los resultados arrojaron que un promedio de 4,00 señala controlar los pensamientos excesivos de naturaleza compulsiva de gastar y tener ese deseo desordenado e incontrolable de posesión (acumulación de recursos líquidos e inventarios) sólo por placer. También entran dentro de esa categoría el despilfarro y el desperdicio de consumibles e inventarios que en forma directa afecta los resultados económicos y financieros.

- En el mismo orden de ideas y para evaluar la Avaricia Financiera el 100% de las empresas evalúa la fuente de adquisición de recursos, razón por la cual si se evalúa el medio para llegar al fin. Es decir en un promedio de 4,00 se logra controlar los deseos desmedidos de enriquecimiento y no se evidencia la deslealtad y traición especialmente para el beneficio personal.

- En el análisis de la Pereza Financiera el 100% de las empresas las cuales evidenciaron que no practican este tipo de pecado, al contrario desarrollan dinamismo en las actividades, operaciones y metodologías para optimizar los procesos productivos, captar clientes, desarrollar servicios y promover líneas de acción para garantizar los niveles de satisfacción de sus clientes



(tantos internos como externos). Con un promedio de 4,00 se establece que las organizaciones refieren desarrollar y ejecutar planes para disminuir los niveles de incapacidad o capacidad ociosa (reactivación de servicios, desarrollo de nuevas herramientas, entre otros).

- Al evaluar la Ira Financiera, el 90% de los Administradores Financieros evidenciaron ejecutar acciones para controlar las emociones y no dejarse influenciar por ellas en la toma de decisiones asertivas, que garanticen el desarrollo, crecimiento y continuidad de las organizaciones en el segmento de mercado que ocupan. Mientras que el 10% restante señaló que siempre sus emociones se encuentran controladas y no afectan el desarrollo de la toma de decisiones. Con un promedio de 3,50 los gerentes manifestaron controlar la ira para ejecutar coherentemente el proceso de toma de decisiones así como promover la participación de todo el tren directivo.

- En el mismo orden de ideas la Soberbia Financiera, presenta una posición totalmente controlada, el 100% de las unidades informantes manifestó que se ejecuta la toma de decisiones en conjunto y prevalece el consenso en los objetivos y estrategias a desarrollar para conseguirlos. Con un promedio de 3.50 se establece que los miembros del tren gerencial formulan y proponen acciones orientadas a seleccionar el mecanismo más adecuado para evaluar los diversos escenarios de acción.

- Finalmente en relación a la Envidia Financiera, el 100% de las unidades informantes manifestaron que siempre están pendiente de los servicios que ofrecen sus más cercanos competidores pero la sana competencia se presenta y posiciona como la herramienta más idónea para generar resultados favorables. Con un promedio de 4,00 se establece que dentro de las empresas se evidencian aspectos tales como integridad, equidad y la capacidad de establecer sanas relaciones con las empresas que comparten el segmento de mercado.

CONCLUSIONES

- Dentro de las empresas en estudio se mantiene un estricto control en los ejes de la Actividad Financiera (Tesorería y Contraloría), con la finalidad de poder determinar con anticipación las posibles desviaciones en el desarrollo de los objetivos organizacionales planificados, así como erradicar la presencia de los Pecados Financieros en el desarrollo de la actividad operacional.

- Se promueven y ejercen acciones orientadas a promover la adecuación de procedimientos de trabajo, toma de decisiones y solución de situaciones (productos de los factores internos y externos con los cuales convergen las empresas) que faciliten el proceso de optimización del capital de trabajo (a través de la ejecución de las proyecciones financieras) y el control en los procesos ejecutados.

- Se establecen mecanismos para incrementar valor de la empresa y obtener cónsonos niveles de rentabilidad (que garanticen el retorno de la inversión así como un establecido margen de ganancia).

- Aunado a esto se establece que el control de la presencia de algunos de los pecados financieros interviene en forma directa en el desarrollo, crecimiento, posicionamiento y rentabilidad que se tiene planificado en un determinado periodo; actividades que requieren del constante monitoreo de la salud financiera organizacional con la finalidad de prevenir la



presencia de los Pecados Capitales.

RECOMENDACIONES

Para controlar la presencia de los Pecados Capitales en las Finanzas Organizacionales se recomienda:

- Incorporar como herramienta o metodología de trabajo las proyecciones financieras. Con su desarrollo, aplicación y control se logran establecer estrategias que permitan desarrollar planes de acción orientados a desarrollar el capital de trabajo y por ende las finanzas.
- Continuar con el Trabajo Gerencial en Equipo, con la finalidad de consolidar las herramientas para el proceso de Toma de Decisiones Financieras.
- Promover la participación de todos los integrantes de los equipos de trabajo, razón por la cual el Empowerment se presenta como una herramienta que permite desarrollar al capital humano bajo la perspectiva del mentor.
- Promover el desarrollo de líderes proactivos, que visualicen las diversas situaciones organizacionales (internas y/o externas).
- Evaluar las condiciones del mercado, con la finalidad de evaluar posibles nichos de mercado que las empresas puedan abarcar e incorporar como servicios.
- Analizar la incorporación o desincorporación de servicios, actividad que requiere de una exhausta evaluación que permita determinar áreas funcionales que generen baja rentabilidad así como las que por su auge incorporen dinamismo al flujo de caja.
- Evaluar la salud financiera organizacional, razón por la cual entre los mecanismos para realizar el diagnóstico de presente la incorporación del Índice de Altman, el cual mide los diversos componentes que en forma directa intervienen en el desarrollo de las finanzas organizacionales.
- Realizar reuniones periódicas que permitan establecer lineamientos de acción para enfrentar las diversas situaciones del mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Braverman, J. (2007). **Productividad laboral en las organizaciones**. Editorial Prentice Hall. España.
- Castello Muñoz. E. (2011). **Gestión Comercial de Servicios Financieros**. ESIC Editorial. Madrid, España.
- Chávez Aliso, Nilda. (2006) **Introducción a la Investigación Educativa**. Editorial Talleres de Arte Gráfica, S.A. Maracaibo – Edo Zulia.
- Hakim S, M. (2012). **Finanzas**. Editorial EDAF. Distrito Federal, México.



Hernández, Sampieri, Fernández, Carlos, Baptista, Pilar. (2008). **Metodología de la Investigación**. Editorial Mc Graw Hill Interamericana, S.A.

Hurtado, J. (2010). **El Proyecto de Investigación**. Ediciones CEPAL. Caracas, Venezuela.



MARKETING CON CAUSA SOCIAL PARA EL PATROCINIO DEL DEPORTE: UNA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Lanni Pasquale

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
planni1962@gmail.com

Raspa Giannantonio

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
graspa@urbe.edu.ve

Fernández Pedro

U.E. Ana María Campos
pa_fg@hotmail.com

RESUMEN

Actualmente las organizaciones, se plantean además de los objetivos comerciales, solventar diversas situaciones del entorno donde desarrollan sus actividades, considerando para tal fin diferentes estrategias orientadas al marketing con causa social y el patrocinio del deporte. En este sentido, la presente investigación, surge a partir de un análisis documental y bibliográfico, donde se consideraron un conjunto de autores que han contribuido con sus teorías, además de sus reflexiones sobre las estrategias antes mencionadas, como forma de compromiso de la empresa privada ante la comunidad. Pudiéndose concluir que resulta ventajoso para la empresa establecer vínculos con la comunidad, debido a que puede al mismo tiempo, desarrollar sus actividades de responsabilidad social que la ley establece, donde el empresariado privado, hoy día, se encuentra en la obligación de cumplir, respondiendo de igual forma a las nuevas exigencias de sus consumidores y la sociedad, mejorando con ello su imagen, así como su credibilidad.

Palabras clave: Responsabilidad social, Marketing, Causa social, Patrocinio del deporte, Comunidad.

CONSIDERACIONES PREVIAS

El mercadeo social, entendido según Pérez (2005), es una disciplina de las ciencias sociales y económicas-administrativas que estudia e incide en los procesos de intercambio en beneficio de las partes involucradas, así como de la sociedad en general. El mismo, se encuentra presente desde el inicio de la existencia del comercio, ello debido a las continuas dificultades monetarias que la sociedad presenta y las diferentes problemáticas de su entorno, derivadas de las políticas económicas de los estados, sumado a ello la falta de preparación educativa entre otras. Atendiendo a estas consideraciones las empresas privadas, dirigen parte de sus estrategias de marketing hacia la comunidad donde se desarrollan, aportando parte de los beneficios obtenidos.

Ciertamente, en la actualidad existen organizaciones oficiales o no, las cuales tienen como objetivo ayudar a solventar los diferentes problemas históricos en las poblaciones que se encuentran en desventajas económicas, de drogadicción, con dificultades sicomotoras, entre otras. Sin embargo, estas fundaciones u organizaciones, se encuentran muchas veces con



limitantes para lograr sus objetivos dentro de la sociedad, puesto que no solamente necesitan beneficiarios, sino también benefactores que colaboren económicamente.

Por esta razón, las empresas privadas en sus objetivos, no solamente cubren una necesidad detectada en cuanto a la comercialización de sus productos, sino por el contrario sobrepasan el perímetro productivo, estableciendo a través del mercadeo social satisfacer las insuficiencias de ideal social, humanista, así como anímicas. Con estos nuevos objetivos, las organizaciones corresponderán sus acciones a preocupaciones sociales, educativas, ambientales, entre otras.

Resulta así mismo interesante lo expresado por Guédez (2008), el cual considera que el mercadeo social no está suficientemente delimitado, esto lleva a implicaciones dispersas, además denominaciones varias, como lo son, según este autor el mercadeo filantrópico, entendido este, como una estrategia mediante la cual la empresa realiza aportes en proporción directa de sus clientes, para multiplicar los recursos a favor de una causa social y por otro lado, las campañas sociales las cuales son asociadas a la difusión institucional que intenta estimular una conducta cívica o una colaboración social.

La situación descrita, es definida por muchos estudiosos del mercadeo como una evolución del marketing social, el cual surgió a principio de los años ochenta en los Estados Unidos llamado Cause-Related Marketing o marketing con causa social, por una campaña de colaboración para la renovación de la Estatua de la Libertad, realizada por American Express. Esta campaña obtuvo buena aceptación, lo cual llevó a que se desarrollara en otros países, principalmente los europeos. Asimismo, Fernández (2005), expresa que este tipo de mercadeo es un elemento de unión o vínculo de la organización empresarial con su entorno.

Actualmente, el mercadeo con causa social utiliza el patrocinio deportivo o también conocido como sponsoring en algunas partes del mundo, como elemento de unión o vinculación con la sociedad. Éste se evidencia en numerosos eventos deportivos, así como también en el patrocinio a equipos de diferentes disciplinas deportivas o participantes individuales. Esto nace de las insuficiencias económicas que muchas organizaciones deportivas viven hoy día, por lo que esta ayuda monetaria o aporte de insumos son necesarios para las diferentes disciplinas deportivas, donde además del mantenimiento de los espacios de entrenamiento, las empresas encuentran en este tipo de patrocinio un conjunto de factores característicos que favorece el fuerza compañía-entorno.

En concordancia con lo referido, Tarrazona y Moliner (2004), definen el patrocinio en el contexto deportivo como, aquella herramienta de comunicación en la que se da una provisión de recursos (económicos, fiscales, físicos, así como humanos) por parte de una o más organizaciones a una o más personalidades deportivas, organismos o códigos deportivos, para permitir al o los patrocinados seguir alguna actividad a cambio de derechos contemplados en términos de la estrategia de comunicación de marketing del patrocinador. Además de poder ser expresados en términos de objetivos corporativos, de marketing, ventas o de comunicación en términos de información, así como medidos en términos de conexión entre los objetivos y el resultado deseado en términos de inversión.

Al mismo tiempo, se debe hacer referencia a la educación física, el deporte y la recreación, considerados por la sociedad actual como actividades que elevan los niveles de salud pública y estabilidad emocional. En términos globales favorecen la correlación biológico-psicológico-



social con su entorno, de allí que muchas empresas multinacionales productoras de bebidas energéticas, artículos deportivos, suplementos nutritivos, entre otras se han basado en estos principios para ir mejorando su imagen ante sus consumidores.

Sin embargo, a pesar de la gran influencia histórica que ha tenido el deporte en algunos países, además de los valores inherentes del mismo, como son el trabajo en equipo, el esfuerzo personal, la sana competencia, entre otras, el empresariado venezolano generalmente patrocina a un equipo o deportista específico dejando a un lado el elemento pedagógico, abandonando las instituciones escolares públicas, donde realmente se tiene las nuevas generaciones del futuro del deporte en Venezuela. Por estas razones, el conglomerado empresarial privado debería orientar parte de sus objetivos en el fortalecimiento sustancial del deporte; recordando que el mismo, es un segmento fundamental en el desarrollo integral de la personalidad del niño y el adolescente.

MARKETING CON CAUSA SOCIAL

En la actualidad, el concepto de marketing con causa social es considerado muy novedoso. En los últimos años se ha originado una importancia en torno al tema, al ser integrado a las acciones que realizan las empresas, en respuesta de las necesidades de la sociedad donde se desarrollan. Recordando en este sentido que Kotler (2008), lo define como mercadotecnia social y hace referencia a ello como el diseño, implantación, así como el control de programas que buscan incrementar la aceptabilidad de una idea social o práctica de grupo.

El referido autor, expresó por otra parte, en una conferencia realizada en Sao Paulo HSM ExpoManagement (2010), que los clientes son más exigentes, pero esta exigencia no está ligada con la calidad o el servicio de un producto, sino a unas necesidades profundas relacionadas con la ética, idealismos y valores. Manifiesta al respecto que cada vez más los consumidores están en busca de soluciones para satisfacer sus ansias de transformar el mundo globalizado en un mejor planeta. Explicó, de igual forma que el consumidor espera de las empresas respondan a sus nuevas necesidades, dando como consecuencia una evolución o tendencia del marketing social, al marketing con causa social, donde éste último busca la participación de la clientela, apoyando una causa en concreto.

Aunado a estas consideraciones Pérez (2005), define el mercadeo con causa social como la participación activa del sector privado en la implementación de los principios del marketing, que destaca necesidades sociales, indicados en los procesos de intercambio, en beneficio de las partes involucradas: organizaciones civiles, la sociedad, la población objeto o mercado meta, así como la empresa misma.

Por otro lado, visto desde la perspectiva de Fernández (2005), el concepto de marketing con causa social, lo considera un elemento de unión o enlace de la organización empresarial con su entorno, a través del cual la empresa descubre la presencia de un mercado, valora sus necesidades, afrontándola mediante adecuadas decisiones. Dentro de este marco, resulta así mismo interesante, lo expresado por Guédez (2008), quien refiere que este concepto no se encuentra suficientemente delimitado y en el cual la conceptualización puede restringir al conocimiento de lo que se defina. Refiere el mencionado autor, que solo se puede ser responsable socialmente cuando a través de la motivación de dar (lo que se aporta con lo que se hace), recibir (lo que se recibe por lo que se hace), además, crecer (lo que se crece como producto de lo que se aporta y de lo recibe), se encuentren en un espacio equilibrado.



En cuanto a las definiciones abordadas por los autores Kotler (2010), Pérez (2005), Fernández (2005) y Guédez (2008) sobre marketing con causa social, puede inferirse que éstos coinciden en asumirla como una herramienta de comercialización, como también de posicionamiento estratégico que implica a tres elementos o agentes: empresa, causa social y consumidor. Distinguiéndose no solo por cumplir una función social valiosa, vinculada con la vida de la compañía, sino que también puede ser lucrativa para la empresa.

Aunado a ello, Pérez (2005), al igual que Guédez (2008), agregan que es importante el desarrollo de la ética y la moral de las empresas, en el momento que esta efectúa una causa social. Es decir, no solamente como medio lucrativo para ellas, sino por el contrario, asumirlo como un compromiso auténtico hacia la comunidad seleccionada en la solución de sus problemas. Dentro de estas consideraciones puede observarse que los autores Kotler (2010) y Fernández (2005), tratan con poco interés estos aspectos, dando más prioridad a la parte económica que podría percibir la organización.

Es por ello importante que las organizaciones reflexionen sobre la postura de Pérez (2005), considerando que involucra todas las partes dentro de este proceso de intercambio en la actividad comercial, donde la empresa dirige parte de los beneficios del producto social seleccionado para la causa social, además de vincular de forma directa al consumidor en el desarrollo del programa establecido, sin dejar a un lado que esta labor debe ser realizada por las empresas con una conciencia ética.

En conclusión, se puede decir que el marketing con causa social, es una herramienta efectiva del mercadeo, para establecer una relación empresa-comunidad, con el propósito de lograr el compromiso de los consumidores en una causa social, favoreciendo paralelamente la compañía, así como a su mercado meta, utilizando principios éticos que permitan conocer la parte humanista de la corporación, favoreciéndose con ello su reputación y por ende la percepción que los consumidores tengan de la misma.

PATROCINIO DEL DEPORTE

Actualmente, las empresas ocupan una gran parte de su presupuesto en publicidad, entendida esta según Stanton, Etzel y Walker (2014), como una comunicación de tipo no personal, la cual es pagada por un patrocinador público y claramente identificado, el cual promueve ideas, organizaciones o productos, donde los lugares de comercialización o publicidad más frecuentes son los medios de transmisión masiva como la televisión, radio, impresos, entre otros. Las empresas muchas veces buscan resultados a corto plazo, llamado publicidad no convencional, buscando para tal fin soporte en el patrocinio y el mecenazgo, entendido este último según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE) (2001), como la protección dispensada por una persona a un escritor o artista.

Sobre la base de ideas expuestas Solano (2013), considera que tanto el patrocinio como el mecenazgo, son acciones filantrópicas y además totalmente voluntarias, donde las empresas devuelven a la sociedad partes pequeñas de sus ganancias a través de estas filantropías. Acotó de igual forma el referido autor que es algo simple como ajustar las necesidades sociales a las normas culturales de la comunidad, para luego conectarlo con los fines de la organización.



Agrega, que en algunos países es posible desgravar fiscalmente el costo y que éste no quita ni aumenta valor a las empresas.

Por otro lado, Barrera (2009), sostiene que existen diferencias entre estos conceptos, puesto que se trata de dos herramientas promocionales distintas, basadas esencialmente en el carácter comercial, además de la posterior explotación publicitaria de las acciones del patrocinio ante el mecenazgo. Es decir, el patrocinio se centra en rendimiento comercial, además de imagen, buscando beneficios a corto plazo y ubicándose en el terreno deportivo, así como recreativo, mientras que el mecenazgo utiliza una comunicación más sutil, de carácter institucional, dirigiendo sus gestiones en el campo cultural o del arte.

Aunado a estas consideraciones Urrutia, Martí, Kase y Tellechea (2005), expresan que antes de estudiar el patrocinio del deporte, es necesario hoy día desarrollar una buena ciudadanía corporativa para ser aceptadas socialmente. Es por ello que tanto el patrocinio como el mecenazgo en cualquier evento cultural, como deportivo, es utilizado como una herramienta indispensable por las compañías.

Al respecto Capriotti (2005), agrega que el patrocinio comprende el esfuerzo de una organización o empresa para tomar cada vez más un rol más social, asumiendo de esta manera una responsabilidad social, entendida esta según la Fundación Prohumana de Chile, citada en Guédez (2008) como la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso así como la confianza de las empresas hacia sus empleados, las familias de éstos, la sociedad en general y la comunidad local, en pos de mejorar el capital social al igual que la calidad de vida.

Vinculado a esos conceptos Solano (2013), considera que el patrocinio del deporte es la ayuda económica, o de otro tipo, generalmente con fines publicitarios, que se da a una persona para que pueda realizar una actividad; así como una técnica de comunicación estructurada, mediante la cual una empresa (patrocinador) ofrece unos recursos en forma monetaria o en especie a una organización, evento o causa (patrocinado) con la finalidad de obtener un beneficio directo al asociar su imagen, corporativa o de marca, sus productos o servicios, a la actividad o entidad patrocinada.

Expresó por otra parte, que el patrocinio deportivo, implica la transferencia de una serie de valores tan importantes como lo son la competitividad, el esfuerzo, la camaradería, el sacrificio, la perseverancia y aspiraciones, entre otros, los cuales son requisitos activados en todos los eventos deportivos, además de ser utilizados por las empresas para cumplir su responsabilidad social con la comunidad. Agregando que el mismo posee tres características fundamentales: visibilidad (puesto es más visible que cualquier otro tipo de patrocinio), audiencia (está dirigido a la gran masa), presencia mediática (tiene asegurada la presencia de medios de comunicación).

Dentro de este orden de ideas, Ferrand, Torrigianni y Camps (2007), agregan que el sponsoring o patrocinio deportivo es una estrategia de comunicación integrada en el marketing, el cual permite objetivos comerciales y/o institucionales mediante la explotación de la asociación directa de la organización, una marca o un producto con otra organización, evento o persona e implica una transacción comercial entre los diferentes sujetos participantes.

De igual manera Barrera (2009), define el patrocinio deportivo como una herramienta de comunicación en la que se da una provisión de recursos económicos, fiscales, físicos,



humanos, por parte de una o más organizaciones (el/los patrocinador/es) a un individuo o grupo, a una o más autoridades u organismos (el/los patrocinado/s), para permitir a estos últimos seguir alguna actividad a cambio de beneficios contemplados en la estrategia del patrocinador, y que pueden ser expresados en términos de objetivos corporativos, de marketing de comunicación, objetivos sociales o de recursos humanos.

En este caso es necesario destacar, la importancia que para los autores tiene el patrocinio deportivo como herramienta de comunicación incluida en el marketing corporativo, enfatizando el rol social de las corporaciones en la comunidad y obteniendo con ello las empresas beneficios tangibles e intangibles con la utilización de esta herramienta dentro de la comunicación (marketing mix). En este sentido, el concepto de patrocinio deportivo puede ser comprendido desde diferentes perspectivas dentro de los objetivos empresariales, donde alcanzan beneficios las partes involucradas (patrocinador-patrocinado), por medio de estrategias de marketing o de promoción.

Sobre la base de ideas expuestas, el patrocinio deportivo, puede concebirse como un modelo de comunicación para las empresas privadas, dan a través de la planeación de los objetivos de su mix de comunicación, sirviendo como apoyo en la integración de la organización con la comunidad, favoreciendo a la misma y de igual forma obtener beneficios tangibles e intangibles, permitiendo mejorar su reputación, así como su imagen corporativa.

CONSIDERACIONES FINALES

Como ha podido observarse, el marketing con causa social, así como el patrocinio del deporte, se asumen como un conjunto de herramientas del mercadeo, que sirven para dar cumplimiento a la responsabilidad social de las corporaciones, unificando la empresa privada con la comunidad donde desarrolla sus actividades comerciales, siendo el patrocinio deportivo el vocero o transmisor de los valores, además de los principios humanísticos de la compañía, observándose con su aplicación un aumento en la aceptación, así como en su reputación, ante sus consumidores, debido al comportamiento cívico y la inclusión del público en sus estrategias corporativas.

Por otra parte, puede inferirse que tanto el marketing con causa social como el patrocinio del deporte son herramientas de interrelación con la comunidad, para solventar las diversas situaciones problemáticas que pueden presentarse en éstas como por ejemplo el cumplimiento de los programas deportivos escolares, los cuales muchas veces se ven limitados debido a la falta de los diferentes insumos requeridos para el desarrollo del mismo. Todo ello a pesar de que en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en el capítulo VI, Artículo 111, de los Derechos Culturales y Educativos, está contemplado garantizar los recursos para el desarrollo del deporte y la reacción como políticas de educación, además de salud pública.

Sin duda, en la edad escolar la actividad física es importante, favoreciendo la formación en las habilidades motoras, así como la conexión social, de los estudiantes. En este lapso colegial, los especialistas recomiendan que se debiera realizar al menos sesenta (60) minutos de actividad física al día (moderado o vigoroso), garantizando un impulso saludable en la vida cotidiana de los mismos. Por estas razones se hace significativo el incentivar el deporte, como la educación física en los núcleos educativos.



En consecuencia, tanto el deporte, como las actividades de educación física y recreación en los niños, niñas, adolescentes y jóvenes son necesarios para su formación integral y su futura integración en la sociedad, pero debido al poco interés de la empresa privada, así como los entes gubernamentales, como principales impulsores del mismo, este beneficio no llega a una gran parte de la población. Se requiere por lo tanto, que las empresas privadas cambien sus lineamientos estratégicos de mercadeo, apoyando a esta parte la comunidad estudiantil en desventaja económica, siendo esto una clave para el cambio de la problemática expuesta.

Sin embargo, a pesar de la problemática planteada y las regulaciones legales, en la actualidad el deporte venezolano posee debilidades debido a la centralización del mismo, creándose problemas al tratar de desarrollar una política única deportiva, porque que cada región, institución o sector posee diferentes problemáticas y necesidades. Por estas razones, las empresas privadas deberían colaborar con el Estado Venezolano, sobre todo, en la región donde desarrollan su actividad económica, favoreciéndose con el marketing con causa social para el patrocinio del deporte una manera coherente de participación en la sociedad, tutelando a través del patrocinio a estas instituciones públicas educativas (no gubernamentales).

Para tal efecto, el sector empresarial privado requiere establecer ese punto necesario de unión con la comunidad, obteniéndose por un lado para la empresa grandes beneficios tangibles, entre los que se pueden mencionar: aumento en sus ventas y disminución en pagos de impuestos, e intangibles como mejoramiento en su imagen corporativa, aceptación social ante sus consumidores, entre otras y por otro lado, el beneficio para la comunidad recaería en los estudiantes de las instituciones educativas favorecidas, con los aportes obtenidos de la clientela que apoya la causa social, mejorándose con ello las infraestructuras donde se realizan los entrenamientos, y los equipos necesarios para el desarrollo de las diferentes disciplinas deportivas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asamblea Nacional Constituyente (1999) **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**. Gaceta Oficial N° 36.860. Diciembre 30, Caracas-Venezuela [Documento PDF] Disponible: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/auditoria_interna/Archivos/Material_de_Descarga/Constitucion_de_la_Republica_Bolivariana_de_Venezuela_-_36.860.pdf Consulta: 15/06/2014
- Barrera, R. (2009). **Eficacia de la Transmisión de la Imagen en el Patrocinio Deportivo: una aplicación experimental**. [Documento PDF]. Tesis Doctoral. Universitat Jaume I. Departamento de Administración de Empresas y Marketing. Castellón de la Plana. España. Disponible: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10356/barreda2.pdf;jsessionid=0249913B484DC9941462ED6B9248B9C.tdx?sequence=1> Consulta: 11/06/2014
- Capriotti, P. (2007). **El patrocinio como expresión de la responsabilidad social corporativa de una organización**. *Revista. Razón y Palabra*. N° 56 abril - mayo. Disponible: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/pcapriotti.html> Consulta: 08/06/2014
- Diccionario de la Real Academia Española (2001). **Mecenazgo**. Disponible: <http://lema.rae.es/drae/?val=mecenazgo> Consulta: 04/09/2014



- Fernández, R. (2005). **Administración de la Responsabilidad Social Corporativa**. España. Thomson Editores.
- Ferrand, A. Torrigianni, L. y Camps, A. (2007). **La gestión del Sponsoring Deportivo**. España: Editorial Paidotribo.
- Guédez, V (2008). **Ser Confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial**. Venezuela: Editorial Planeta Venezolana S. A.
- Kotler, P. (2010 noviembre). **Las empresas necesitan reinventar el Marketing**. Conferencia presentada en HSM ExpoManagement, Sao Paulo. Brasil. [Página Web en línea]. Disponible: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/philip-kotler-las-empresas-necesitan-reinventar-el-marketing> Consulta: 08/08/2014
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). **Fundamentos de Marketing**. México: Pearson Educación.
- Pérez, L (2005). **Marketing social: Teoría y práctica**. México: Pearson Educación.
- Solano, L. (2013) **Responsabilidad Social Corporativa en el Patrocinio Deportivo**. Historia y Comunicación Social. Vol. 18 N° Especial Octubre. Págs. 255-265. Disponible: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/43960/41571> Consulta: 08/05/2014
- Stanton, W. Etzel, M. Y Walker, B. (2014). **Fundamentos de Marketing**. (18ª ed.). México: Mc Graw Hill interamericana.
- Tarrazona, R y Moliner, M. (2004). **Respuesta Cognitiva al patrocinio deportivo. Un estudio empírico en el fútbol de la primera división española**. XVIII Congreso Anual y XIV congreso Hispano-Francés de Aedem. Ourense. Galicia.
- Urrutia I., Martí, C., Kase, K. y Tellechea, E. (2005). **Evaluación estratégica del patrocinio y mecenazgo**. MK: Marketing + ventas. [Revista en línea] N°. 203, 14-2. Disponible: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180760> Consulta: 12/08/2014.



NEURO AFECTIVIDAD DEL LÍDER: FACTOR POTENCIADOR EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI

Liliana Ramírez

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
Liliana1784@gmail.com

Martín Leal

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
lealguerra@hotmail.com

Lorena Espina

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
Lore428@hotmail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito general analizar la neuro afectividad del líder como factor potenciador en la gestión del talento humano dentro de las organizaciones del siglo XXI, de la cual se deprenden como objetivos específicos: contrastar los postulados teóricos referentes a las competencias emocionales frente a las competencias cognitivas y seguidamente discutir las competencias derivadas de la neuro afectividad del líder, inmersas en la gestión del talento humano. Para tal fin el presente estudio se sustentó bajo las teorías de: Beauport (2004), Goleman (2012), Punset (2010), López (2009), Climént (2012), entre otros. El marco metodológico se suscribió como una investigación analítica, de diseño documental y de tipo monográfico. Entre las consideraciones finales, destaca que las emociones representan el motor motivacional del líder, ya que éstas pueden acelerar la velocidad de sus pensamientos, su lucidez, su energía y su eficiencia, además de la empatía cognitiva, emocional y conductual; con estos ingredientes un líder es capaz de manejar a su equipo desde una perspectiva humanística, al exhortarlos al alcance de su máximo potencial, lo que repercutiría en la productividad, el desempeño y la rentabilidad, además del incremento en la satisfacción laboral y la mejora del clima organizacional.

Palabras Clave: Liderazgo Emocional, Inteligencia y Neuro afectividad.

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos son el objeto de estudio por excelencia de las ciencias sociales, con motivo de la profunda complejidad que existe en ellos. Asimismo, los laberintos inmersos en la naturaleza humana han estimulado la profusa generación de investigaciones, las cuales, aquellas que se edifican sobre la ética, persiguen la resolución de problemas, a fin de promover mejoras en la calidad y esperanza de vida de los individuos dentro de los ambientes donde se desenvuelven.

Una de las características resaltantes del ser humano es su naturaleza social, al respecto Punset (2010) apunta que uno de los primeros conceptos asimilados por el hombre es de la manada, el cual impulsó el fenómeno de la cohesión y con ella la identidad social, es decir los seres humanos tienen una clara tendencia a convivir en grupo, bien sea por supervivencia o/y por su necesidad de afiliación. Ante ésta naturaleza gregaria de los seres humanos manifestada



a través de su necesidad de interrelación con los de su propia especie, surge el líder como figura clave para la conducción de los grupos, en pro del bienestar común.

Esta figuración del líder, como pieza clave capaz de influenciar a un conglomerado de personas en virtud de la consecución de fines comunes a la manada, se extrapola al ámbito de las organizaciones empresariales e igualmente el liderazgo a través del tiempo ha evolucionado de acuerdo a las necesidades sociales, en una primera fase con la era de la industrialización, los requerimientos del líder se dirigían hacia el impulso de los grupos de trabajadores para la labor mecanicista, es decir para el hacer bajo el marco de la obediencia sin discusión, para luego llegar hasta la actual era del conocimiento bajo el paradigma de humanizar los espacios laborales, a la luz de la creciente valoración de la creatividad e innovación que parte de los seres humanos que conviven en las organizaciones y representan uno de los capitales de mayor valor.

Sobre la base de lo antes expuesto, se afianza la necesidad de potenciar las capacidades de los líderes actuales, ya que sobre ellos descansa la responsabilidad de la efectiva gestión del talento humano que habita en las organizaciones. Una de las competencias pilares que permiten al líder gestionar con efectividad a sus colaboradores, es lo concerniente a la neuroafectividad del mismo.

Ciertamente las habilidades técnicas del líder son necesarias, pero según la evidencia actual las aptitudes emocionales, superan en importancia a las pericias técnicas y al cociente intelectual, en relación a esto Goleman (2013) señala que generalmente los altos ejecutivos son contratados por su intelecto y pericia, sin embargo son desvinculados de sus puestos de trabajo por sus carencias emocionales, ya que el manejo emocional propio interviene en aspectos como la toma de decisiones. De hecho, las capacidades afectivas de los líderes son determinantes, y marcan la diferencia entre un grupo de personas muy competentes a nivel cognitivo-racional.

En virtud de lo señalado, existe un marco de competencias a desarrollar para potenciar a los líderes en lo concerniente a su marco afectivo, como lo son: autoconciencia, autogestión, conciencia social, así como la gestión de las relaciones, lo cual se hace posible ya que los nuevos descubrimientos en neuroplasticidad indican que el cerebro sigue moldeándose prácticamente durante toda la vida, tal como lo expone Goleman (2013), es decir un líder está en la capacidad de desarrollar cambios emocionales positivos.

En este orden de ideas, Grey (2002) indica que los hallazgos encontrados por medio de la neurociencia afectiva, en relación a las áreas de cerebro que se activan al momento de interactuar, permite ver que existe un circuito abierto del sistema límbico, donde están los centros emocionales. Cabe destacar, que los estados de ánimo favorables como la alegría, el entusiasmo y el optimismo son mucho más contagiosos que los estados de ánimo disfóricos, como la ira, al igual que la tristeza. Este descubrimiento, se podría aprovechar en beneficio de las relaciones interpersonales entre líderes y colaboradores.

En relación a lo anterior, es importante resaltar lo señalado por Bermejo (2011) el cual indica que por medio de los avances en el campo de las neurociencias, a través de la sofisticación de las herramientas para el estudio del funcionamiento cerebral, no solo se ha aprovechado estos progresos en el abordaje de las patologías, sino también en el campo de la



normalidad, lo cual brinda beneficios para potenciar el alcance de las personas en su vida laboral y personal.

Por otro lado Punset (2010) destaca el reciente hallazgo de la neuroplasticidad, como un fenómeno prácticamente permanente en el cerebro humano, lo cual implica la capacidad continua de aprendizaje y modificación de conductas; asimismo el autor refiere la existencia de terapias magnéticas no agresivas útiles para interferir gracias a la neuroplasticidad en los procesos cerebrales. Este tipo de intervenciones nacidas desde las neurociencias, ratifica aún más la oportunidad para el desarrollo de las capacidades de los seres humanos, lo que podría ser de gran provecho para las organizaciones actuales que persiguen retener y fortalecer a su talento humano.

A la luz de los planteamientos previamente presentados, éste artículo tiene como objetivo general, analizar la neuro afectividad del líder como factor potenciador en la gestión del talento humano dentro de las organizaciones del siglo XXI, donde se denotan como objetivos específicos Contrastar los postulados teóricos referentes a las competencias emocionales frente a las competencias cognitivas y seguidamente Discutir las competencias derivadas de la neuro afectividad del líder, inmersas en la gestión del talento humano.

PERSPECTIVA TEÓRICA

COMPETENCIAS EMOCIONALES Vs. COMPETENCIAS COGNITIVAS

Tal como se conoce, la inteligencia es la capacidad de comprender el mundo, pensar racionalmente y emplear en forma adecuada los recursos disponibles cuando se enfrentan desafíos, así lo señala Feldman (2005). Este concepto de inteligencia, implica una integración entre lo afectivo y cognitivo, ya que ambos componentes son necesarios para enfrentar los distintos retos de la sociedad actual. Estos mismos componentes deben verse como elementos integrados, aunque el sistema educativo de antes y de ahora, continúe sobre valorando al cociente intelectual sobre lo afectivo e igualmente, parte del mundo empresarial sigue basando el ingreso de su personal en modelos de competencias caducos donde se le da mayor valor a lo netamente académico y técnico.

Al respecto, Climént (2012) señala que a pesar de la demanda de la operacionalización de programas en empresas y el ámbito educativo para el desarrollo de las competencias interpersonales, aun no se cuenta con la suficiente comprensión de la naturaleza y desarrollo de las competencias mismas, como características inherentes de los seres humanos, es decir que la creciente corriente en favor de las competencias interpersonales (social-afectivas), contrasta enormemente con el débil conocimiento que existe sobre sus propiedades y génesis.

Por otra parte, es pertinente señalar un estudio realizado por Hunter y Hunter (1998) citado por Stamateas (2012:56) donde se estima que el cociente intelectual explica alrededor de un 25 % del desempeño laboral en el trabajo. Esto significa que alrededor de un 75% del desempeño laboral es explicado por otras variables que podrían estar relacionados con el constructo de la inteligencia emocional. Extrapolando esta relación al mundo específico del liderazgo, el líder al manejar personal, maneja diversidad de caracteres, de estilos de comunicación, de valores, entre otros aspectos propios del ser humano, por lo que para esto, éste líder requiere autodominio personal y ser empático cognitivamente, emocionalmente y sobretodo ser empático en la acción; de este modo podrá liberar todo el potencial de su equipo de seguidores.



Igualmente, como líder constantemente estará sometido a situaciones donde requiere tomar decisiones de gran envergadura, en este caso los empresarios exitosos tienden a devorar la información relacionada a la decisión a tomar, para luego comparar la decisión racional con su intuición, esta aseveración concuerda con el planteamiento de Goleman (2012:23) el cual indica que para tomar una buena decisión tenemos que aplicar sentimientos a los pensamientos.

No obstante, una de las debilidades de los intelectuales según Beauport (2004: 34,35) es la tendencia a llegar al análisis y comprensión de los problemas, sin concretar una acción para llegar a la solución, lo que para la autora citada representa la segunda fase, la cual consiste en unir la inteligencia racional con el proceso asociativo del hemisferio derecho y el deseo del cerebro límbico que motiva llegar a una determinada solución. Sin embargo, esta fase no se incluye en el entrenamiento académico. Para casar nuevamente, lo cognitivo con lo emocional es necesario, no tener como objetivo final la comprensión del problema sino la resolución.

En virtud del planteamiento previamente señalado, la comprensión no implica necesariamente a la acción, pero para ejecutar acciones enrumbadas al manejo de las situaciones complejas que se presentan en las empresas de hoy en día, es necesario hacer análisis cuidadosos, descomponiendo las partes de un todo de los escenarios económicos, sociales y políticos actuales, por lo que para ello se necesitan del arsenal cognitivo que disponga el líder y de la motivación, al igual que el coraje propio de sus componentes neuro afectivos que requiere para estar a la par o un paso adelante de los cambios e incertidumbres presentes en las organizaciones del siglo XXI.

Ciertamente, no se trata de menospreciar al intelecto, las habilidades académicas y cognitivas, estas tienen su importancia, sobretodo como “capacidades umbral” tal como lo refiere Goleman (2013:32) ya que éstas son requisitos iniciales para acceder a un puesto estratégico dentro de una empresa, debido a que el intelecto es uno de los impulsores del rendimiento excepcional, así como las capacidades cognitivas, el análisis del contexto y el pensamiento a largo plazo. Por otra parte, según el mismo autor, el cociente intelectual y la pericia técnica son factores de predicción del rendimiento mucho más fiables en niveles operativos, mientras que en los niveles estratégicos los modelos modernos de competencia suelen valorar más las competencias emocionales.

Ahora bien, en cuanto a la interrogante sobre la existencia de zonas diferenciadas en el cerebro para la inteligencia emocional y para la inteligencia racional, esto es afirmado por estudios neurocientíficos, uno de éstos realizados por Bar – On (2003) donde concluye que las capacidades cognitivas relacionadas al cociente intelectual y otras operaciones mentales complejas, residen en áreas distintas a la de la inteligencia emocional, las cuales se ubican en la corteza cerebral o como lo refiere Beauport (2004), en la Neocorteza, ubicada en el lóbulo pre frontal del cerebro. En el caso de las competencias emocionales, las áreas cerebrales relacionadas son la amígdala (autoconciencia), el córtex somatosensorial (conciencia social), circunvolución del cíngulo anterior (autogestión) y el córtex orbitofrontal (gestión de las relaciones).

En el mismo orden de ideas, es importante señalar que las zonas cerebrales correspondientes a la inteligencia emocional y la inteligencia racional, se interrelacionan, para canalizar las conductas, pensamientos y emociones de los seres humanos. Tal es el caso de la relación entre la zona pre frontal y la amígdala, en la primera se encuentra el control cognitivo y en la segunda el comando central de las emociones, que como función principal posee la



detección de peligros, por lo que entra en juego el papel de las emociones como vía de supervivencia.

En el ámbito laboral, producto de los inminentes cambios, la común sensación de incertidumbre, conflictos interpersonales, entre otras situaciones críticas dentro del de éste contexto, se da lugar a un fenómeno emocional denominado por Goleman (2012: 39,40) como “Secuestro Amígdalar” el cual consiste en la toma de control de la amígdala sobre los procesos cognitivos como la atención, la memoria y el aprendizaje, esto puede ocurrir en presencia de factores de estrés psicosocial, sino se posee el suficiente autodominio de las emociones, en consecuencia en un escenario pesimista el trabajador puede tornarse inflexible e hiperreactivo, lo que a su vez repercute en su desempeño, además de las consecuencias físicas que pueden derivarse de convertirse el “Secuestro Amígdalar” en una condición crónica del trabajador.

Para esto, es necesaria la presencia de líderes competentes a nivel afectivo, que no solo sean capaces de gestionar efectivamente su propio estado emocional, sino que también constituyan un puente catalizador de la gestión emocional sana en sus empleados, en función a esto el líder requiere una comprensión humanística e integral de sus colaboradores atada a la voluntad de ejercer acciones dirigidas a la humanización de los espacios laborales.

EMOCIONES COMO MOTOR DEL LÍDER

Las emociones son parte ineludible de la naturaleza humana, además de ser de gran beneficio al poseer funciones adaptativas, sociales y motivacionales, las cuales presentan una duración determinada para ser útiles, tal como lo refiere Riso (2008). Esta descripción de las emociones, está circunscrita a las denominadas emociones primarias, las cuales están pre establecida genéticamente, además éstas misma han permitido a los seres humanos sobrevivir, relacionarse y superarse en un mundo que puede tornarse inhóspito y conflictivo.

No obstante, las emociones tienen otra faceta virada hacia lo negativo, que pudiese entrar en el plano patológico sino se abordan efectivamente, estas según Riso (2008) son las llamadas emociones secundarias, las cuales se producen gracias a esquemas mentales distorsionados, además de ser aprendidas del contexto social, no cumplen funciones adaptativas, representan un debilitamiento del yo y pueden tener una larga duración, hasta convertirse en un estado crónico.

Asimismo cabe señalar el planteamiento de Chóliz y Gómez (2002), los cuales refieren que otra de las características notables de las emociones es su componente social, ya que las mismas tienen aparición en experiencias que tienen sentido en las relaciones interpersonales, debido a que surgen en un contexto social el cual les dota de significado y tal como lo indican los autores citados: “Nos enamoramos de alguien, tenemos celos de otra persona, padecemos envidia por lo que otros poseen y sentimos que empatizamos con el sufrimiento o el placer de los demás”.

En relación a esto, no cabe duda que los empleados que habitan las organizaciones pasan gran parte de sus horas de actividad en el ejercicio laboral, por lo que este contexto se presta para la gestación de estados emocionales sano e insanos, lo cual es una realidad que no puede ser descuidada por los líderes, ya que al salirse de control los estados afectivos de los empleados, puede tornar el ambiente laboral en una carga pesada e improductiva tanto para el líder como para los seguidores. En este sentido, los líderes requieren competencias afectivas



para la gestión de las variables humanas en su quehacer como director de una organización o equipo de trabajo.

En otro orden de ideas, desde hace mucho tiempo ha existido un amplio debate sobre la génesis de las emociones en los seres humanos, este mismo debate poco a poco se ha ido apaciguando al integrar la concepción biológica con la óptica de la psicología cognitiva, para dar explicación del por qué se exacerbaban o se generan las emociones. Por tal motivo, se establece que las emociones se originan por tres factores: efectos sensoriales, percepción de la situación y relaciones personales, de tal manera se considera que los estados emocionales son modulados por aspectos sociales.

Al señalar los procesos sensoriales y perceptuales inmersos en las emociones, estos involucran al mundo complejo de la neuro afectividad, con los circuitos cerebrales que se activan ante la interpretación cognitiva del ser humano frente a los estímulos del ambiente, es decir contextualizándolo al ámbito empresarial, esto se refiere a todas aquellas situaciones a las se enfrenta un trabajador, en este caso los líderes y seguidores.

Continuando con los procesos sensoriales y perceptuales inmersos en las emociones, según López y otros (2009) éstos se dan gracias al sistema límbico, el cual está compuesto por un conjunto de estructuras donde residen funciones asociadas a la afectividad. Lo interesante de este conjunto de estructuras cerebrales, es que las mismas componen un circuito abierto, por lo que depende en gran medida de los estímulos ambientales. Esto representa una importante ventaja social, ya que en virtud de que el sistema límbico es un circuito abierto dependiente de las fuentes externas, esto capacita a un individuo para salvar emocionalmente a otro. Lo cual puede ser aprovechado por los líderes actuales, para la mejor gestión de su capital humano.

Un líder al ser el timón de un equipo de trabajo, requiere asumir el reto de manejar no solo lo estructural que parte del plan estratégico corporativo, sino también, está en la obligación asumir un reto mucho más complejo, pero rico en ganancias, referido al manejo de las variables humanas para ver a sus seguidores o colaboradores no como empleados que se mueven al son de una descripción de puesto o de un listado de tareas, sino como individuos compuestos por áreas de desarrollo que coinciden en el contexto de trabajo, que además tienen aspiraciones e intereses sujetos a su rol de trabajo. No obstante para esto se necesitan de competencia emocionales que puedan hacer de este líder, un líder empático capaz de salvar emocionalmente a sus seguidores y encausar a su equipo de trabajo en los momentos críticos.

En consecuencia de los planteamientos anteriores, surge las interrogantes: ¿Es posible desarrollar competencias en la adultez?, ¿Es posible que líderes y seguidores puedan potenciarse a nivel emocional? Como se ha mencionado previamente, según el fenómeno de la Neuroplasticidad, es posible. Esta condición según Acarín y Acarín (2005) citado por Climent (2012), consiste en la capacidad de aumentar o disminuir las conexiones neuronales y sus ramificaciones, de acuerdo al requerimiento cerebral. Sin embargo, como lo explica Sousa (2006), existen periodos críticos durante los primeros años de vida y en la pubertad, donde se desarrolla mayor número de sinapsis, por consiguiente el aprendizaje es más significativo.

No obstante, en la adultez y en edades más avanzadas, si bien es cierto que la capacidad de neuroplasticidad cerebral decae, con entrenamiento adecuado se continúan generando el desarrollo neuronal y por ende el aprendizaje se extiende por prácticamente toda la vida. En



este sentido, las empresas de hoy en día están en la capacidad de desarrollar programas para el fortalecimiento de las competencias emocionales de su plantilla de trabajadores, donde los líderes asumirían un rol protagónico y dual, como aprendiz y multiplicador de estas competencias en su equipo de trabajo.

Esto no solo impactaría en las políticas de retención de personal, sino también en las de selección e ingreso, para así dotar a las organizaciones de personal capacitado no solo en lo técnico, sino también en lo emocional, al igual se podrían ver fortalecidos los planes de desarrollo de carrera, en función de la cualidades emocionales que necesita poseer un trabajador para ser proyectado como líder a futuro o en cualquier otra ubicación de cargo que requiera especificaciones en cuanto a las cualidades emocionales.

MARCO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES NECESARIA PARA EL LÍDER

El buen líder posee una mentalidad de vanguardia, es un comunicador agraciado, sabe definir su misión, pero sobretodo piensa en términos de equipo, está consciente que debe contar con otros para conquistar los objetivos, asimismo un líder sabe que sus fortalezas no son motivo para vanagloriarse, ni para abusar de su poder. En relación a esto, Stamateas (2012:141) asevera que un líder competente, comprende que si algo está puesto bajo su dirección, no es para maltratar a otros, sino para conducir, guiar y orientar a los que están con él para dar luz a su máximo potencial y que también ellos puedan cumplir sus propias aspiraciones.

De igual manera, en el mundo empresarial se establecen planes prospectivos y estratégicos, con posibles acciones auxiliares en el caso de situaciones imprevistas, todo esto queda soportado en papel para ejecutarlo, no obstante como lo sugiere Cardozo y Bruno (2005) muy a pesar de todo ocurren situaciones no previstas, ni soportadas en algún plan, en esos momentos es cuando aparecen las tácticas emergentes surgida de los líderes con capacidad no solo de previsión, sino también de adaptación, y son las que dan impulso al logro de los objetivos.

Estas tácticas emergentes, no son aprendidas expresamente en una universidad, estas provienen del dominio personal del líder, es por ello que los dirigentes de las organizaciones requieren contar con un marco de competencias emocionales, para alcanzar el éxito y sostenerlo. Las competencias emocionales puede considerarse fenotipos complejos, como lo sugiere Climent (2012), es decir características o cualidades complejas determinadas por múltiples variables, bien sea biológicas o adquiridas como los conocimientos, habilidades, valores actitudes, atributos personales, entre otros.

Para abordar el marco de competencias emocionales, se analizaran los cuatro dominios genéricos propuestos por Goleman (2013: 15): la autoconciencia, autogestión, conciencia social y gestión de las relaciones, lo cuales pueden ser desarrollados o fortalecidos en los líderes con ya se mencionó anteriormente, gracias a la neuroplasticidad cerebral.

Autoconciencia: Entre los rasgos necesarios de un líder emocional se encuentra la autoconciencia, referida al descubrimiento del yo interno, lo que a su vez representará la brújula del accionar. A su vez la autoconciencia se componen de tres condiciones: autoconciencia emocional, autoevaluación certera y confianza en uno mismo. La autoconciencia emocional se



refiere al reconocimiento de las señales internas, del efecto de las emociones sobre la propia conducta.

Un líder con autoconciencia emocional puede mostrarse franco, auténtico y convicción de sus principios fundamentales. La autoevaluación certera, consiste en el conocimiento de los propios puntos fuertes y débiles, la capacidad de recibir críticas constructivas, esta cualidad le permite a un líder saber cuándo necesita pedir ayuda. La confianza en uno mismo es la capacidad de sacar el máximo potencial de sus puntos fuertes, en este caso un líder con esta característica recibe con buen agrado los retos y poseen la facultad de destacar positivamente en un grupo.

Autogestión: Debido a que los impulsos biológicos determinan en gran medida nuestras emociones, es necesario gestionarlos, de modo que la autogestión o también llamada autorregulación, consiste en una conversación interna, que nos permite liberarnos de la prisión de nuestros sentimientos. A través de este componente de la inteligencia emocional, los líderes pueden crear entornos de confianza e imparcialidad, es decir un clima laboral favorable que da pie al mejor desempeño y productividad. Asimismo, un líder que puede autogestionar su estado emocional, es capaz de ser transparente, adaptable, es consecuente con los objetivos propuestos, poseen iniciativa y optimismo.

Asimismo, Goleman (2012:37) menciona que tanto la autoconciencia, como la autogestión, son principios básicos del autodomínio, es decir la conciencia, la gestión de los estados internos, la adaptabilidad y la iniciativa. El autodomínio, hace que un líder ostente un rendimiento excepcional, el cual proyecta y enseña a su equipo de trabajo, por lo tanto sería una condición ideal para la humanización de la acción laboral, ya que no se forzarían las capacidades de estrés, vulnerabilidad y afrontamiento de los integrantes en un equipo de trabajo.

Conciencia Social: Esta competencia implica la empatía. La empatía es uno de los elementos más característicos del manejo emocional-social, ya que ésta supone la consideración hacia los sentimientos de los otros; a su vez existen tres clases de empatía: la empatía cognitiva (comprender el estado emocional del otro), la empatía emocional (que implica la compenetración) y la preocupación empática (disposición de ayuda).

Esta capacidad en un líder es de suma importancia en las organizaciones actuales por motivos como el incremento de la utilización de equipos de trabajo, ya que el dirigente que encabeza un equipo debe ser capaz de comprender y conciliar los distintos puntos de vistas; otra de las razones es el crecimiento de la globalización, lo cual significa asumir el reto de la diversidad cultural, por lo que es necesario la comprensión de las diferencias culturales y finalmente otro motivo es la retención de buenos trabajadores, ya que al irse un buen trabajador, se va un parte del capital intelectual de la organización.

Gestión de las Relaciones: Este componente en el marco del liderazgo consiste en hacer avanzar a los demás en la dirección necesaria, por medio de la capacidad del líder para encontrar puntos en común con la gente y poder compenetrarse. Para llegar a éste componente, se necesita del resto de los elementos ya descritos (autoconciencia, autogestión y conciencia social) a lo que también se añade la motivación, ya que ésta permite la obtención de resultados a pesar de los reveses.



De tal manera que la gestión de las emociones, es una cualidad necesaria para los líderes, ya que éstos no viven en solitario, por el contrario viven de un equipo de trabajo, así como el equipo de trabajo vive de él. Si un líder no sabe cómo expresar su potencial técnico o emocional a nivel social, es como si no lo tuviera, de modo que esta característica le permite sacar provecho a su inteligencia, ya que la receta no está completa solo con experticia, por lo tanto se hace necesaria la inteligencia emocional en pleno.

Tanto la conciencia social, como la gestión de las relaciones según Goleman (2012:37), son capacidades que hacen referencia a las relaciones sociales, recordando que la inteligencia emocional es la facultad de canalizar las propias emociones y las de las otras personas, es decir que éste constructo posee implicaciones a nivel personal y a nivel social, en éste último nivel actúan la empatía y las habilidades sociales, propia de las competencias ya señaladas.

DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

El marco metodológico responde a cómo se efectuó el estudio para dar respuesta a los objetivos planteado, en este sentido el presente artículo es de nivel analítico, de diseño documental y de tipo monográfico. En primer lugar, el nivel se relaciona a la profundidad de una investigación, por lo tanto los estudios analíticos, de acuerdo a los postulados de Hurtado (2007) estos buscan reinterpretar lo examinado en función de criterios, dependientes de los objetivos en estudio, para descomponer una totalidad en todas sus partes. Seguidamente, esta investigación se tipifica bajo el diseño documental, ya que según Arias (2012) los estudios documentales están basados en la búsqueda, recuperación y análisis de datos secundarios, obtenidos por medio de otros investigadores en fuentes documentales.

Por otra parte, este artículo es de tipo monográfico, ya que como lo establece Arias (2012:30), los estudios monográficos “consistente en el desarrollo amplio y profundo de un tema en específico”. Concerniente a la técnica e instrumento de recolección de datos, en este caso la técnica es el análisis documental y los instrumentos para la recolección de datos, fueron libretas y unidades electrónicas de almacenaje. Al respecto Arias (2012) plantea que las técnicas, conducen a la obtención de la información y el instrumento obedece a los recursos que se utilizan para almacenar dicha información.

CONSIDERACIONES FINALES

En función al debate entre las competencias emocionales y las competencias cognitivas, éstas últimas representan fortalezas impulsoras del desarrollo profesional y personal, sin embargo no son garantía de éxito si solo son empleadas en el ámbito netamente académico, ya que éstas pueden ser aprovechadas en la esfera de las relaciones interpersonales, a través del cultivo de la sana afectividad, la ampliación del conocimiento sobre sí mismo, así como para evitar las trampas del auto sabotaje. La inteligencia desde la perspectiva racional, provee un ingrediente útil para lo afectivo, que es la disposición de aprendizaje, esta disposición puede ser aprovechada para la adquisición de competencias habilitantes para el disfrute de la vida personal y laboral.

En el caso específico de los líderes necesarios para el abordaje de la complejidad propia de las organizaciones del siglo XXI, es demostrado por medio de los hallazgos neurocientíficos, que aún están a tiempo de potenciar sus competencias emocionales, las cuales dotan una



plataforma sólida para la obtención de una perspectiva más amplia de sus equipos de trabajo y también para la efectiva toma de decisiones.

En este sentido las emociones representan el motor motivacional del líder, ya que estas pueden acelerar la velocidad de sus pensamientos, su lucidez, energía y eficiencia, además de la empatía cognitiva, emocional y conductual, con estos ingredientes un líder es capaz de manejar mejor su equipo, al exhortarlos al logro de su máximo potencial, lo que repercutiría en productividad, desempeño y rentabilidad, además de la satisfacción y el clima organizacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2009). **El Proyecto de Investigación**. Editorial Episteme. Caracas, Venezuela.
- Beauport, E. (2004). **Las Tres Caras de la Mente**. Editorial Galac. Caracas, Venezuela.
- Bermejo, P. (2011). **Neuroeconomía**. BBVA Inovation Center. Barcelona, España.
- Cardozo, A. y Bruno, N. (2005). **Administración Empresarial**. Editorial Temas. Buenos Aires, Argentina.
- Chóliz, M. y Gómez, C. (2002). **Emociones Sociales: Enamoramientos, Celos, Envidia y Empatía**. Editorial McGraw-Hill. Madrid, España.
- Climént, J. (2012). **Redimensionando el Significado y Alcance de las Competencias Personales**. Revista Electrónica Actualidad Investigativa en la Educación. Volumen 12, Número 2, Mayo-Agosto, Pp. 1-28. Universidad de Costa Rica
- Feldman, R. (2005). **Psicología con Aplicaciones para Iberoamérica**. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Goleman, D. (2012). **El Cerebro y la Inteligencia Emocional: Nuevos Descubrimientos**. Editorial Grupo Zeta. Barcelona, España.
- Goleman, D. (2013). **Liderazgo: El Poder de la Inteligencia Emocional**. Editorial Grupo Zeta. Barcelona, España.
- Grey, R. (2002). **Integration of emotion and cognition in the lateral prefrontal cortex**. Proceedings of the National Academy of Sciences. Vol. 99, No. 6. Pp. 4115–4120 Documento en línea. Disponible en: <http://www.pnas.org/content/99/6/4115.full>.
- Hurtado, J (2007) **Metodología de la Investigación**. Venezuela. Ediciones de la fundación Servicios y proyecciones para América Latina
- López, D., Valdovinos, A., Méndez, M. y Mendoza, V. (2009). **El Sistema Límbico y las Emociones: Empatía en Humanos y Primates**. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Vol. 17, No. 2, Pp. 60-69 ISSN 1405-0943.
- Punset, E. (2010). **El Viaje al Poder de la Mente**. Editorial Destino. Barcelona, España.
- Stamateas, B. (2012). **Autoboicot**. Editorial Planeta. Buenos Aires Argentina.



Riso, W. (2008). **Sabiduría Emocional**. Grupo Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

Sousa, D. (2006). **How the Brain Learns**. Editorial Corwin Press. California, EEUU.



LA INNOVACIÓN FINANCIERA Y BANCOS CORRESPONSALES, FACTORES DE INTEGRACIÓN DEL SECTOR BANCARIO PARA EL CONTINENTE AMERICANO

Norberto Mejía

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
norberto.mejia1962@gmail.com

RESUMEN

El fenómeno de apertura de las economías a nivel mundial, ha originado un apresurado proceso tecnológico durante un periodo de tiempo relativamente breve. Dicho proceso se ha visto reforzado por el crecimiento del mercado virtual. Dentro de este desarrollo han surgido las innovaciones financieras, que consisten fundamentalmente en la creación de nuevos productos y servicios con la utilización de modelos existentes, concatenado al uso de los avances tecnológicos al servicio de las instituciones financieras. Este artículo se realizó con el propósito de aproximar de una manera clara algunas de las aristas que presentan el fenómeno llamado innovación financiera, unido al uso de la banca corresponsal, con la finalidad del logro de una integración del sector bancario. Por ello se desarrolló un estudio documental, y un diseño bibliográfico, apoyado en los aportes teóricos de Álvarez (2003), Badia (2002), Rodríguez (1990), Rincón (1994) entre otros. Para cumplir con el propósito se tiene que las innovaciones en el mundo financiero van desde los efectos de las innovaciones tecnológicas en el negocio de la banca, el internet en el sistema financiero canal alternativo, la banca electrónica o virtual con sus ventajas y desventajas, así mismo, el modelo de banco corresponsal como factor de integración para el continente Americano.

Palabras clave Innovación, financiera, banco corresponsal e integración.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el proceso de globalización ha transformado las organizaciones, acortando distancias permitiendo que las personas se relacionen de distintas maneras, siendo eficaces, eficientes en todos los aspectos de la actualidad. Uno de esos aspectos que ha experimentado un desarrollo impensable es el sector de la tecnología informática y las telecomunicaciones, siendo el principal responsable de dicha transformación, además de ser factores que inicien los cambios en el devenir cotidiano de los individuos y la sociedad en general.

Los sectores de la informática y las telecomunicaciones, representan el motor de crecimiento imparable para la economía mundial, lo cual hace que mientras más difícil y lento resulte la transición de acoplamiento, aceptación de las nuevas transformaciones tecnológicas para una nación, más se profundiza el desgaste de competitividad, nivel de vida, empleo, la sociedad universaliza los medios para ponerlos al servicio del bienestar humano (Paladella, 1995).

En este sentido, la revolución de la informática y las telecomunicaciones, originó la integración de las diversas localidades financieras, bolsas de valores del mundo, lo que ha traído como consecuencias el surgimiento del desarrollo vertiginoso de las innovaciones financieras a nivel global en las distintas instituciones bancarias a objeto de facilitar y agilizar las operaciones de intercambio de efectivo, bienes, tratando así, de alinearse con un mercado cada vez más dinámico, cambiante. Desde 1970, de manera continua, la innovación ha estado presente en el negocio bancario, tanto la financiera como la tecnológica han implicado una



nueva forma de visualizar o conceptualizar el negocio bancario tradicional, cambiando de un enfoque radical la forma de acezar a los diferentes productos que ofrece el sector financiero a nivel mundial.

Por su parte, Álvarez (1993) define la innovación financiera en el sector bancario como el proceso de adecuación de la oferta y demanda de la clientela y los mercados, de manera que el cliente deja de estar en segundo plano, pasando a ser el centro del enfoque de la actividad bancaria, y por lo tanto, es preciso recoger sus necesidades, llegando a las segmentaciones necesarias para que la oferta de productos y servicios sea la más adecuada para cada grupo de clientes.

En este sentido, Rodríguez (1990) plantea que la innovación financiera, puede originarse bien como respuesta a una demanda insatisfecha, o como una necesidad emanada de las propias entidades financieras para tratar de aprovechar situaciones de liderazgo, también para defenderse de estrategias agresivas fijadas por la competencia.

De allí que, la innovación tecnológica en la banca, dada la evolución de los mercados financieros, la creciente cultura financiera de los clientes, por lo tanto, la mayor volatilidad de las relaciones, así como la reducción de los márgenes de intermediación, ha resultado ser clave no solo para el éxito de las entidades financieras, sino incluso para su supervivencia. De hecho, muchas instituciones de éxito han demostrado claramente como las nuevas tecnologías de la información constituyen poderosas herramientas competitivas para ampliar su cuota de mercado, mejorar el servicio a los clientes, reducir los costos operativos, crear nuevos productos y servicios (Gupta y Collins, 1997).

Por otra parte, el modelo de banca corresponsal, se presenta como una solución práctica para la integración del sector bancario a nivel mundial, entrelazado con la innovaciones financieras, se pudiera inferir, que dicha plataforma pudiese acortar las distancias, minimizar tanto los costos operativos como los diferentes riesgos que se presentan a la hora que realizar transacciones financieras.

EFFECTOS DE LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN EL NEGOCIO DE LA BANCA

Las innovaciones tecnológicas, forman una de las principales causas de transformación del sistema financiero; en las últimas décadas, el nuevo mercado competitivo, por lo que constituyen un elemento de cambio estructural como factor estratégico importante. Los avances continuos de las tecnologías de la información contribuyen al crecimiento, estabilidad, eficiencia de los bancos y, por lo tanto, a la consecución de objetivos estratégicos, tales como reducción de costos, agilidad de funcionamiento e innovación de productos o servicios Rincón (1994). Surgiendo así, una nueva necesidad, como la integración del sector bancario.

Por ello, los avances tecnológicos, modifican continuamente los procesos y productos permitiendo una expansión temporal, geográfica del servicio de los clientes. En este sentido, Valle (2000) plantea que el sistema bancario avanza en el camino imparable de convertirse en un sistema de prestación de servicios de información, sin limitación espacial. En base a lo anteriormente expuesto, las entidades financieras se deberían enfocar progresivamente en apoyar sus servicios cada vez menos en soporte físicos, realizar fuertes inversiones en tecnologías nuevas, crear canales de distribución alternos a la red de oficinas.



En relación al desarrollo de estos canales alternativos o alternos, se ubican dos fuerzas, por un lado, la progresiva demanda de los usuarios de estos canales, motivada por la falta de tiempo, dificultad de los traslados, necesidad de una disponibilidad permanente de atención, la reducción de costos o la comodidad; por otro lado, las motivaciones desiguales, bien de carácter defensivo u ofensivo, de las entidades para impulsarlos, como la utilización de los mismos como añadidura a la red de sucursales tradicionales con la finalidad de obtener una mejor posición el mercado.

Asimismo, la imagen de organización sofisticada y desarrollada tecnológicamente que intenta transmitir, o la disminución de sus costos transaccionales, obligadas por la caída de márgenes de ganancias. En este sentido, los canales de distribución alternativos permiten atender rápida y eficientemente las transacciones indiferenciadas por una vía de bajo costo, riesgo, proporcionando una mayor calidad y disponibilidad del servicio bancario.

LA INTERNET EN EL SISTEMA FINANCIERO COMO CANAL ALTERNATIVO

La inclusión de internet en el sector bancario ha supuesto una revolución en la prestación de sus servicios, pudiendo llegar a alterar la ventaja de la competitividad tradicional basada en la existencia de una extensa red de sucursales. Aunque las primeras aplicaciones de internet tuvieron lugar en 1969 en California por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos (Badia 2002), hasta el 1993 el uso de la red en el comercio estaba totalmente prohibido, pero en la actualidad, la red se ha convertido en un factor imprescindible de las entidades financieras ya que, además de la satisfacción que proporciona al usuario, supone un ahorro de costos para las entidades que, a pesar de la fuerte inversión tecnológica a realizar al principio, puede ser compartido con los clientes, a través del cobro de comisiones por su uso.

No obstante, es necesario identificar dos estrategias, una es, dar acceso a través de la red a los servicios financieros ordinarios, del mismo modo que se utiliza la oficina a la banca telefónica, como si se tratara de un canal alterno, la segunda, consiste en reinventar un banco nuevo, independiente del banco matriz, capaz de ofrecer eficientes servicios a los usuarios, siendo esta la opción que implica un cambio sustancial en el desarrollo del sector bancario tradicional. Por esta última estrategia se arriesgaron en el año 2000 los tres grandes grupos bancarios BBVA, SCH y Banco Popular, cuando decidieron transformar sus respectivos bancos en la internet Uno-e, Patagon y Banco Popular-e.com, respectivamente (Larrán y Muriel 2007).

Por su parte, un estudio realizado en 2002 sobre la incidencia de las nuevas tendencias tecnológicas de la información en el sistema bancario español, empleado como metodología el estudio de casos. La razón principal que impulso a los tres grupos bancarios a emprender esta estrategia fue común: atender aquellos clientes que quisieran utilizar este canal y evitar su fuga de competencia, tratándose así de una estrategia de carácter defensivo. Muriel (2003).

Asimismo los usuarios, con mayor cultura financiera, demandan rapidez a la hora de usar los servicios bancarios, comodidad y disponibilidad constante, las expectativas de evolución que había sobre este sector no se están cumpliendo. El crecimiento de los usuarios de la banca virtual ha sido menor de lo esperado originalmente. De allí, que Muriel (2003), planteo lo siguiente, el desarrollo del número de usuarios que prefieren este canal innovador está marcado por algunas desconfianzas o temor sobre los sistemas de seguridad.



Por su parte, diversas investigaciones, entre las bondades de la banca virtual, se destacan la disponibilidad, el mínimo riesgo, la comodidad, la rapidez, entre sus críticas, se señalan la falta de un servicio personalizado y seguridad Badia (2002). Los mismos ponen de manifiesto que la red se utiliza mayoritariamente para operaciones gratuitas de consulta y ocio en las que no hay que aportar información personal, siendo menor porcentaje de usuarios que llevan a cabo operaciones reales y comerciales (Delgado y Nieto 2002). Por lo tanto, las dudas sobre la seguridad de las transacciones en internet constituyen un lastre para este tipo de negocio bancario, ya que existe una preocupación por parte de muchos usuarios que temen que el miedo no les ofrezca las suficientes garantías.

Además de la resistencia al medio de la mayoría de la clientela, existen amenazas reales, ya que la banca por internet aumenta y modifica potencialmente los riesgos bancarios tradicionales Delgado y Nieto (2002). De allí que, la banca virtual puede aumentar los riesgos comunes como serían, los riesgos de liquidez y mercado, al poder los usuarios transferir con eficiencia sus fondos de una entidad a otra impulsados por intereses más provocativos.

Por otro lado, los riesgos de seguridad, legales, operacionales, estratégicos y de reputación, como los derivados de una posible usurpación de las identidades llámese fraude, de las partes contratantes aunque pueden minimizar mediante la certificación electrónica de identidad, son potencialmente mayores y presentan distintos componentes de los de la banca común.

LA BANCA ON-LINE, BANCA VIRTUAL Y BANCA ELECTRÓNICA

Se acaba de analizar, algunos cambios estructurales más importante del sector financiero, vinculado con la irrupción y generalización de la economía del conocimiento y que podemos resumir a través de un importante aumento de la dimensión, la competencia y la internalización del sector financiero, junto con una creciente expansión de los productos y servicios financieros y de nuevos instrumentos de pago puestos a disposición del mercado, en estrecha combinación de otros servicios.

En este contexto de profunda transformación, el uso creciente de las tecnologías de la información y las comunicaciones ha generado, entre otros, la aparición de nuevas líneas de negocio para el sector financiero, caracterizadas por la utilización de nuevos canales telemáticos de producción y comercialización, básicamente se puede nombrar a la banca on-line, banca virtual o banca electrónica, la cual genera, en algunos casos un enorme desconocimiento. (López 2001)

Por lo antes expuesto, el autor de este artículo considera que se entiende por banca virtual, la línea de negocio de las entidades financieras dedicadas a operar con productos, servicios transnacionales a través de la red, desde los más sencillos, como consulta de saldos y movimientos, a los más sofisticados, como las transferencias, pago de servicios, entre otros. Destacar en este sentido, que la mera presencia en el internet, a través de la disposición de una página web y el suministro de información comercial, no está sujeta a la consideración de la banca on-line.

En referencia a la incertidumbre originada por la banca virtual o electrónica en el área económica mundial, se plantea que esta ha sido una estrategia para bajar tiempos de espera en sucursales bancarias, mantener disponibilidad de los servicios bancarios, asistir al banco ya no es una incomodidad porque para eso fue creada la banca virtual o electrónica, que puede



reducir la faena de asistir al banco con más comodidad y seguridad. El banco ahora llega a los trabajos y hogares, o en cualquier parte donde se pueda conectarse a él Internet además, mediante ésta, se pueden realizar cualquier diversidad de operaciones.

En este sentido, la actividad bancaria on-line supone la transacción de bienes y servicios a través de la red y, por consiguiente, para su consideración debe manifestarse actividad de negocio. La banca virtual, por su parte, es un modelo determinado de banca on-line. Si en la banca por internet no se suponía ninguna especificación sobre la presencia física de la actividad en el caso de la banca virtual, las entidades financieras únicamente operan a través de internet (Castillo, Gabaldon, Torrente-Selleis, 2010).

En este sentido, se recomienda a los usuarios, culturizase sobre los procesos ofrecidos por esta, para así promocionar el uso de la misma y sedimentar la confianza además de motivar a los que aún no hacen uso óptimo de este servicio. La Banca virtual ofrece diversos servicios a sus usuarios, entre los más utilizados, se encuentran las consultas de saldos y estados de cuentas, las transferencias bancarias y pagos de tarjetas de crédito, entre otros.

Por ello la banca virtual ha permitido al usuario la elaboración de operaciones, esta tecnología ha logrado que las mismas sean más efectivas, fáciles y cómodas para el mismo. Solo es cuestión de tiempo para que el cliente aproveche sus bondades, aunque como en todo, existen personas que todavía no quieren o no desean beneficiarse de estos servicios.

Sin lugar a dudas, uno de los elementos que ayudaría a aumentar la confianza en la banca electrónica sería su sistema de seguridad, a mayor blindaje mayor confianza, así mismo, la pronta respuestas argumentadas, por parte del banco a los usuarios que por algún motivo hayan tenido algún percance con la utilización de la misma.

Por último, la Banca en línea es la función bancaria a nivel mundial dentro de la economía de un país, conformada con la fusión de las diferentes innovaciones tanto tecnológica como de comunicación, por parte de todo el sector bancario que integran el sistema financiero. Sustentando este punto de vista, Leiva (2007) indica que la banca electrónica engloba todas aquellas operaciones bancarias que se realizan a través de medios electrónicos.

BANCO CORRESPONSAL

Las operaciones de la banca a nivel internacional se caracterizan por llevar a cabo transacciones tanto en el país sede como en el exterior. Entre las más importante son las transacciones internacionales es con monedas (dólar, marco alemán, pesos, yen, entre otros). Actualmente, ante la globalización, las operaciones del banco comercial en el exterior han tenido mucho auge. Estas pueden llevarse a cabo mediante bancos corresponsales. Leiva (2007).

Asimismo, para Ortega (2014) Se trata de la solución adoptada por la mayoría de las entidades financieras para seguir ofreciendo sus productos y servicios a los clientes que se desplazan al extranjero, a países donde dicha entidad no cuenta con una representación. Mediante un acuerdo de corresponsalía concertado entre dos entidades, ambas se comprometen a operar en su país de origen con los clientes de la otra entidad por cuenta de la misma.



En este sentido, el banco corresponsal o correspondent bank es una institución bancaria que, en su propio país, maneja el negocio de un banco extranjero. Es un banco que recibe o efectúa pagos u otros servicios para otro banco en otro país; las cuentas del banco mantenidas en los bancos corresponsales se denominan cuentas nostro. Los bancos corresponsales son fundamentales para conducir el comercio y financiamiento en el extranjero.

Con estos acuerdos se limita la necesidad de invertir en una red de sucursales demasiado extensa, en cuanto a presencia internacional, cuando no lo justifica un volumen de negocio mínimo en esos países, sobre todo, cuando se está hablando de entidades que desarrollan un modelo de banca universal. Entidad financiera que presta sus servicios en el lugar donde está ubicada, ya sea dentro o fuera del país, a otros bancos que no disponen de sucursal en la zona. Cuando el servicio es recíproco, ambos se denominan bancos corresponsales y liquidan sus operaciones mediante compensación.

Finalmente, la propuesta de este artículo, sería propiciar la compensación de la banca comercial, utilizando las tecnologías de información y telecomunicaciones con los bancos corresponsales distribuidos en diferentes países, donde todo el flujo de información sea constante, satisfaciendo a toda la cadena de comercialización del sector financiero, rompiendo con las fronteras, cultura, idioma, tipo de moneda, donde se pueda realizar operaciones del banco matriz en tiempo real, minimizando costos, riesgos operativos, tiempo, burocracia, alcanzando así, una total integración del sector bancario en toda la América.

REFLEXIONES FINALES

La incorporación de innovaciones tecnológicas en el sector bancario ha traído como consecuencia, sin duda alguna, la transformación del modelo tradicional del negocio bancario, la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al negocio bancario ha ido permitiendo, en su momento, mejorar y cambiar la organización del negocio bancario tradicional, permitiendo en numerosas ocasiones desarrollar nuevos canales de distribución financiera alternativos a la red de oficinas tradicionales.

Sin embargo, la evolución del número de clientes de estas nuevas tendencias, han encontrados algunas adversidades que han servido para su aprendizaje ya que el mismo es necesario, el éxito de esta innovación en la distribución financiera dependerá de la aceptación por parte de la clientela, quienes en buena medida demandan, cada vez más, horarios menos rígidos, un servicio cada vez más complejo, horario de atención más amplio, total fiabilidad y agilidad en las operaciones bancarias y mayor comodidad en la prestación del servicio. Por otro lado, se requiere de una integración del sector bancario, donde se pueda realizar operaciones traspasando fronteras y acortando las distancias, sin importar territorio, cultura, idioma, tipo de moneda, entre otros. Lográndose todo esto, con la utilización de manera más profunda del canal de la banca corresponsal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarez, J. R. (1993) **La banca española**. Actualización y Perspectivas. Papeles de Economías Española. Madrid.

Badia, F. (2002), **Internet: situación actual y perspectivas**, Servicio de Estudios La Caixa. Colección Estudios Económicos.



- Castillo, D, Gabaldon. P y Torrent-selleis. J, (2010) **Hacia la banca multicanal: La transformación del sector financiero en la economía del conocimiento**. ESIC Editorial Madrid.
- Delgado, J y Nieto, M (2002) **Incorporación de la tecnología de la información a la actividad bancaria en España: La banca por internet**, Estabilidad Financiera, Banco de España.
- Dueñas, H. (2000) **La innovación tecnológica en los mercados financieros internacionales**. Gestipolis.com. Recuperado el 15/08/14 en: <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/innotecmkfinint.htm>
- Esteban, M (2000) **La seguridad en la banca a distancia**. Instituto Seguridad Internet. Recuperado el 14/08/14 en: <http://www.instisec.com/publico/verarticulo.asp?id=19>.
- Gupta, U. G. y Collins, W. (1997). **The impact of information systems on the efficiency of bank an empirical investigation industrial Management & Data Systems**
- Larrán, J. Y Muriel, M. (2007) **La banca por internet como innovación tecnológica en el sector bancario**. Recuperado el 12/08/14 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120280008>
- Leiva, R. (2007) **Banca Comercial**. Editorial Universidad Estatal a distancia San Jose de Costa Rica.
- López, J, (2001) **Banca por Internet: Evolución, situación actual y retos del futuro**. Revista del Instituto de Estudios Económicos. Recuperado el 30/08/2014 en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=67525>
- Muriel, M. J. (2003). **El proceso de internacionalización del sistema bancario español**. Incidencias de las nuevas tecnologías de la información. Tesis Doctoral. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, Cádiz.
- Ortega, F. (2014). Banco Corresponsal. **Diccionario Económico**. Expansión.com. Recuperado el 30/08/2014 en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/banco-corresponsal.html>
- Paladella, C. (1999). **El dinero físico y su desaparición**. Revista de Derecho informático. Universidad de Barcelona España. Recuperado el 12/08/14 en: http://premium.vlex.com/doctrina/REDI_Revista_Electronica_Derecho_Informatico_Dinero_d_esaparicion/2100-10715,01.html
- Rincón, E. (1994). **Las tecnologías de la información como factor de competitividad y liderazgo en el negocio bancario**. Perspectivas del Sistema Financiero.
- Rodríguez, J. M. (1990) **La banca en España**. Ediciones Pirámide, Madrid
- Valle, V. (2000). **Cinco reflexiones sobre el sistema financiero**. Papeles de Economía Española.



CULTURA VERDE: UN RETO GERENCIAL PARA LA INTEGRACIÓN INTERNACIONAL

Suárez Leal, Yoleny

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
yoleny75@gmail.com

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue analizar la cultura verde como un reto gerencial desde la perspectiva de la integración internacional, orientándose hacia la descripción de las actuaciones que sobre la materia se han desarrollado en Suramérica, explorándose las acciones ejecutadas en la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA). En este sentido, el estudio que se presenta es de tipo teórico, documental y analítico, fundamentado en las precisiones de Laszlo (2004), Meier (2003), Hickman y Silva (1992), Winston (2010), Esty y Winston (2009), Dobson (1991), Sunkel (2006), Serbín, Martínez y Ramanzini (2012), entre otros autores. El mismo hace referencia como la cultura verde implica la transformación de la conciencia moderna hacia una posmodernista fundamentada en la sustentabilidad, cuyo reto para las organizaciones requiere de la intervención de un renovado accionar gerencial que considere una conciencia ecológica para afrontar la realidad ambiental que se vive. Del mismo modo se plantea la integración internacional como estrategia fundamental para la construcción de alternativas que conduzcan a la cooperación solidaria entre los Estados miembros para la formalización de una conciencia verde enmarcada en criterios de justicia ambiental. Finalmente, se concluye que dentro de los mecanismos de integración regional impulsados en América Latina y El Caribe, aún no se ha asumido la cultura verde que el planeta y su respectiva economía exige, a razón de lo que Sunkel (2006) define como contradicciones entre el crecimiento económico y el medio ambiente en la región, las cuales se mantienen vigentes.

Palabras clave: Cultura verde, Gerencia contemporánea, Integración Internacional

INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico constituye el indicador más común para evaluar el posicionamiento internacional de un país, región, Estado o empresa; no obstante, durante mucho tiempo se ha ignorado su repercusión sobre el medio ambiente generando efectos negativos sobre los ecosistemas, desencadenando la crisis ambiental que afronta el plantea. El último medio siglo ha sido testigo de una considerable expansión de las fuerzas productivas mundiales, que a partir de la industrialización han ocasionado por un lado, el uso desmedido de recursos renovables, provocando deforestación, extinción de especies, agotamiento de yacimientos así como la alteración de la capacidad autoregenerativa de los ciclos naturales; por otro lado, la sobreexplotación de los recursos no renovables, originando su escasez; además de la inyección de desechos, emisiones y residuos tóxicos al ambiente.

Sobre este tópico, el interés y la sensibilidad de muchos ha despertado la conciencia humana ante el evidente deterioro ambiental y sus efectos globales, asumiendo el gigantesco desafío de generar un equilibrio armónico entre la necesidad de preservar el ambiente, la supervivencia de la especie humana así como el imprescindible desarrollo económico,



incorporando al interés público y mundial el desarrollo sostenible como una alternativa de reconciliación entre el hombre y la naturaleza, a fin de continuar considerando tanto el crecimiento económico como el uso de los recursos naturales, pero sin el detrimento sustantivo de la vida planetaria ni la calidad de vida de la especie humana.

En este sentido, a finales del siglo XX términos como calentamiento global, cambio climático e impacto ambiental, entre otros, han transformando las exigencias del mercado, propagándose una cultura verde, con el propósito de frenar la intensidad de los impactos que produce la actividad económica sobre el medio ambiente (Jiménez, 2012). Al respecto, González (2011) manifiesta que el mercado tradicional se encontraba saturado de productos elaborados con componentes contaminantes, los cuales disminuyeron su preferencia ante los actuales consumidores, quienes cada vez más exigen productos y servicios derivados del uso eficiente de los recursos naturales, es decir, ambientalmente amigables.

Es así, como la demanda de productos pro-ambientales ha crecido, y por ende el interés de las organizaciones para insertarse en este tipo de mercado, despertando una nueva perspectiva organizacional que intenta incorporar al desarrollo sostenible como exigencia corporativa del siglo XXI, imponiéndose una moda “verde” como práctica estratégica ante las necesidades ambientales. Esto ha conducido a una gran cantidad de empresas a recurrir al “teñido” verde (referido al cambio de color y/o imagen de alguna cosa) a fin de otorgar un giro a la presentación de sus productos y/o servicios con la intención de mostrar una imagen más atractiva y por ende con tendencia ecológica.

Al respecto, Pearse (2012) expresa que la tendencia al cambio de color en productos y servicios representa lo que comercialmente se denomina *greenwash* (lavado verde); no obstante, en muchos casos, la reestructuración se ha convirtiéndose en una manipulación comercial, lo que para la autora de este artículo implica un cambio de forma y no de fondo, lo que resulta riesgoso puesto que, además de confundir a los consumidores, la organización puede ser percibida como una organización poco sustancial e irresponsable.

Ante esto y como lo refiere Hasbún (2011), en la era de la responsabilidad social y ante la crisis ambiental, el llamado es a promover prácticas eficientes en los procesos productivos de las empresas, a fin de reducir las repercusiones sobre el ecosistema. En otras palabras, una cuestión de conciencia (Pagès, introducción del Manual del ciudadano global de Laszlo, 2004).

En el marco de esa referencia, para Meier (2003) la cultura verde hace alusión a la conciencia ecológica en defensa de la naturaleza, así como la fraternidad universal, mientras que para Jiménez (2012) representa la tendencia a desarrollar actividades económicas más sostenibles, desde la perspectiva organizacional. Ante estos argumentos, para los fines de este estudio, se asume la cultura verde como la aceptación de un pensamiento ambientalista que en apoyo al desarrollo sostenible de la economía y la ecología, defiende la agresividad e insensatez contra el capital natural.

En las estas últimas líneas se concentra el eje central de una verdadera cultura verde, y es lo referente a la incorporación de una componente humanizante sobre las estructuras organizativas de las empresas, renovando su esencia de manera consciente: implantando plataformas éticas verdes con alcances legítimamente ecológicos; incorporando a su procesos de producción verdaderas estructuras verdes, dirigidas al uso racional y eficiente de recursos



naturales así como el empleo de tecnologías limpias, incluyendo en su línea de productos y servicios con un etiquetado verde, en el intento de transformar la conciencia moderna hacia una posmodernista y sustentable.

Al respecto, Portillo (2009) refiere que la adopción de mecanismos, estrategias y tecnologías que permitan a las organizaciones el establecimiento de un modelo de desarrollo ecológicamente sustentable, requiere de una transformación cultural, a fin de desechar viejas prácticas irresponsables que al final de cuentas son deslegitimizadas por los nuevos consumidores.

Por todo lo antes expuesto y con fundamento en lo planteado por Meier (2003), para la adopción y concientización de una verdadera cultura verde, se requiere de la transformación de pensamientos tradicionales en renovadas tendencias transversales que incorporen la protección ambiental con una proyección prospectiva a reducir impactos sobre los ecosistemas naturales, los seres humanos así como los ciclos autoreglativos de ambos, ya que, considerando la protección del medio ambiente, un desarrollo económico y ambientalmente verde, constituyen el antídoto para un mejor futuro.

LA GERENCIA CONTEMPORÁNEA FRENTE A LA CULTURA VERDE

Como la evolución de la sociedad, la gerencia, frente al dinamismo, la incertidumbre así como la competitividad que enfrentan las organizaciones, ha trascendido desde su concepción clásica hasta la contemporánea, adoptando diversos enfoques que le han permitido ser visualizada como un proceso integral, flexible, con una marcada capacidad de adaptación.

Así, desde una noción primaria en la cual se establecían racionalmente tareas específicas, pasando por la incorporación del componente humano y sus diferentes interacciones dentro de la estructura organizacional, hasta la visualización de un sistema integrado, ganado permanentemente al cambio; la gerencia contemporánea constituye un proceso complejo en el que mediante las fortalezas humanas y el desempeño conjunto de actores involucrados, permite alcanzar el cumplimiento exitoso de objetivos prefijados durante la planificación, ejecución, control tanto como el seguimiento de una tarea específica, fundamentándose en la renovación, innovación, dinamismo, liderazgo tanto como la capacidad de transformar amenazas en oportunidades, a fin de obtener la excelencia que las empresas del nuevo siglo demandan.

Bajo esa concepción, las nuevas organizaciones más allá de la confrontación entre su posicionamiento actual (misión) y el deseado (visión), necesitan vincular ambas aristas desde una óptica global e integradora tal como lo plantean Hickman y Silva (1992) en el siguiente cuadro 1.



Cuadro 1. Diferentes perspectivas del contexto organizacional

Mentores	Misión	Visión
Warren Benis	Gerencia	Liderazgo
John Naisbit	Sociedad Industrial	Sociedad de la Información
Kenichi Omahe	Numerosas economías extranjeras	Una economía mundial única
Ray Miles	Organizaciones multidivisionales	Redes dinámicas
Rosabeth Moss Kanter	Empresas segmentaristas	Empresas integradoras
Fred Gluck	Planeamiento estratégico	Gerencia estratégica
Quinn Mills	Mantenimiento organizacional	Adaptación organizacional
Edgar Schein	Diseñar y controlar estructuras y procesos	Crear y administrar culturas
Robert Kelly	Poder de la mano de obra	Poder de la mente
Donald Clifford y Richard Cavanagh	Implementar tradiciones exitosas	Crear nuevas tradiciones

Fuente: Adaptado de Hickman y Silva (1992)

En el cuadro anterior se plasman las perspectivas que desde el contexto organizacional varios autores han definido como punto de partida para su vinculación y utilidad ante los escenarios contemporáneos donde el cambio permanente es una constante determinante, lo que para Hickman y Silva (1992) sugiere la adopción de una perspectiva ecológica, considerando esta última como el estudio de las relaciones entre organismos y su medio ambiente, cuya relación según Morin (2001), puede oscilar entre pésima y óptima, donde la primera se caracteriza por la presencia de detrimento, insatisfacción y degradación; mientras que inversamente la segunda muestra signos de supervivencia, satisfacción y desarrollo sustentable, originando así un pensamiento sensibilizado hacia lo natural.

Es así, como desde un enfoque sistémico (Capra 2002), se vincula la perspectiva ecológica al contexto organizacional puesto que bajo principios como la integralidad, dinamicidad y sinergia, se relaciona estrechamente con su entorno, sobre lo que Rangaswami y Simmons (2008) agregan que la incorporación de esta perspectiva dentro de las estructuras medulares de las organizaciones no puede dejar de incluir las consideraciones medioambientales, puesto que forman parte del entorno empresarial.

Al respecto, Portillo (2009) asume la ecología como la triangulación entre las organizaciones, su actividad productiva y el medioambiente donde se desarrolla dicha actividad, donde lo que se busca es imponer un desarrollo sustentable, puesto que el mercado competitivo, tal y como lo afirman Esty y Winston (2009) se encuentra influenciado por factores ambientales.

En función de lo anterior se infiere, que la gerencia contemporánea se encuentra inmersa en innumerables contradicciones, requiriendo de un liderazgo que logre combinarlas sin perder de vista el desarrollo de fenómenos como la globalización, que exige estrategias empresariales flexibles, en un contexto de heterogeneidad y multi-especialización creciente. Asimismo, el accionar debe estar fundamentado en un liderazgo ético, responsable para generar tanto valores como prácticas empresariales de calidad, que permita la conformación de alianzas estratégicas con fundamento en una cultura integradora.



En definitiva, los tiempos contemporáneos demandan una acción gerencial que además de analizar, construir procesos, evaluar funciones, tomar decisiones asertivas, liderar tanto como dirigir grupos hacia una función o meta, debe considerar el sentido responsable y ético de la vida, a fin de administrar de manera sustentable y sostenible la escasez de recursos en el tiempo, contribuyendo de este modo con una mejor calidad de vida para la comunidad así como para las generaciones futuras.

Así, las organizaciones exitosas serán aquellas en las que sus líderes sean capaces de adoptar una nueva forma de pensamiento que les permita concebir un contexto ecológico amplio y holístico, basado en la construcción de sistema abierto e interactuante entre la organización y un entorno compuesto a su vez por un conjunto de comunidades empresariales o ecosistemas que integran el mundo global.

En función de lo anterior, se asume que el mercado competitivo contemporáneo solicita una transformación organizacional desde la complejidad de un renovado accionar gerencial que considere una perspectiva integral fundamenta en la adopción de una cultura corporativa basada en una conciencia ecológica, sobre lo cual, Winston (2010) sugiere la formación de unos líderes activos en la resolución de problemas en toda la cadena de valor de la organización; inteligentes en el empleo de datos ambientales sobre productos y cadenas de suministro para transformarlos como ventaja competitiva; eficientes en energía y recursos para sobrevivir los actuales tiempos difíciles; así como creativos, en el esfuerzo por la innovación.

En general, los nuevos líderes deben considerar en su accionar una perspectiva ambientalmente responsable, que contemple lo ético de la excelencia organizacional a fin de consolidar una concepción de la nueva gerencia contemporánea además de que bajo cualidades que además de la capacidad para dirigir y sistematizar políticas hacia objetivos trazados, conlleven al mejoramiento de la calidad de vida, articulando con eficacia lo ambiental, lo cual no constituye una alternativa sino una necesidad (Winston 2010). En otras palabras, el reto consiste en forjar las bases necesarias para afrontar la realidad ambiental que se vive y su repercusión en el éxito de las organizaciones.

INTEGRACIÓN INTERNACIONAL PARA LA FORMALIZACIÓN DE UNA CULTURA VERDE

Desde un enfoque general, la integración se refiere a la interacción entre Estados (Dobson, 1991), mientras que de forma puntual, es entendida como la apertura política-comercial de bloques regionales, en la búsqueda estratégica de beneficios (Tugores Ques, 2006). En ambas definiciones, lo relevante frente a la inminente crisis ambiental, es que la sociedad moderna ha recurrido a la apertura de escenarios de interacción y confrontación entre diversos actores, traspasando la dimensión local e integrándose al panorama internacional, en virtud a la necesidad de alcanzar una justicia tanto social como ambiental dentro de un marco de supervivencia digna, resultando ineludible la incorporación de las consideraciones de sostenibilidad en dichos escenarios.

En ambas definiciones, lo relevante frente a la inminente crisis ambiental, es que la sociedad moderna ha recurrido a la apertura de escenarios de interacción y confrontación entre diversos actores, traspasando la dimensión local e integrándose al panorama internacional, en virtud a la necesidad de alcanzar una justicia tanto social como ambiental dentro de un marco de supervivencia digna, resultando ineludible la incorporación de las consideraciones de



sostenibilidad en dichos escenarios. En esa medida, la integración internacional desempeña un papel fundamental en la construcción de alternativas que conduzcan a la preservación de la diversidad biológica, la salud de los ecosistemas así como los diferentes bienes y servicios que éstos proporcionan a la especie humana. No obstante, no todo resulta tan estético como aparenta.

La incorporación de la dimensión ambiental en las agendas internacionales ha desencadenado el surgimiento de nuevas instituciones y actores internacionales con este direccionamiento. Sin embargo, el carácter internacional de los intereses por la preservación ambiental ha propiciado el establecimiento de extensas mesas tanto de discusión como de negociación entre países y entidades multilaterales, debido a: la repercusión transfronteriza de riesgos ambientales, el establecimiento de límites territoriales para la protección ambiental, el reclamo ciudadano ante el destino de determinados ecosistemas o especies en peligro, todo concentrado en una diversificación de intereses públicos – privados que por razones mayormente económicas inciden en el establecimiento tanto de normas ecológicas como de controles ambientales interpretados según las conveniencias individuales.

Así se considera que la dimensión ambiental en las relaciones internacionales se teje dentro de una compleja trama de relaciones tanto políticas como económicas protagonizadas por diferentes Estados, instituciones multilaterales, organismos no gubernamentales y empresas multinacionales, requiriendo alianzas dirigidas a la protección del medio ambiente así como de los recursos naturales, a fin de fomentar el establecimiento de una comunidad internacional con derechos y deberes fundamentados en la preservación ambiental, que coopere solidariamente con el fortalecimiento de valores enmarcados en el desarrollo sostenible, formalizando de esta manera una conciencia verde tan necesaria para un sostenimiento planetario fundamentado en criterios de justicia ambiental.

APROXIMACIÓN A LA INTEGRACIÓN DE AMÉRICA DEL SUR Y LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CULTURA VERDE

América Latina y El Caribe, constituye una de las regiones que mundialmente registra grandes embates del desarrollo insostenible. Riesgos naturales característicos del continente como deslaves, Sequías, desertificación, retroceso de los glaciales, pérdida de biodiversidad, entre otros, han sido abordados por contingencia, sin intervenir las estructuras económicas y sociales que activan tal vulnerabilidad ante las amenazas, generando pérdidas económicas equivalentes a 20 mil millones de dólares americanos (US\$) (IPCC, 2007).

Esa condición de vulnerabilidad ha generado que países suramericanos, junto a los restantes latinoamericanos presentaran dentro del marco del desarrollo de la Segunda Cumbre Mundial de Desarrollo y Medio Ambiente, celebrada en Río de Janeiro de 1992, un documento de carácter técnico-político, con la intención de plasmar una visión regional sobre la relación ambiente y desarrollo, la cual carecía de propuestas ambientalmente adecuadas para la preservación de los recursos naturales de la región así como el mejoramiento de los ecosistemas degradados.

Bajo la anterior premisa, la consideración del deterioro ambiental en el proceso de integración suramericano, es un punto de agenda que data desde la última década del siglo XX y la primera del XXI, iniciándose con el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) referido al acuerdo de Ley (25.841) sobre Medio Ambiente, suscrito en Asunción (Paraguay el 15/01/2004)



con el propósito de instar a los Estados miembros tanto a la protección del medio ambiente así como del aprovechamiento eficaz de los recursos disponibles mediante la coordinación de políticas sectoriales que además de promover la participación de la sociedad civil, fomenten la internalización de los costos ambientales a través del empleo de instrumentos económicos y regulatorios de gestión, en tanto se genere la cooperación entre los Estados miembros hacia el cumplimiento de los acuerdos internacionales en dicha materia (Mercosur,2001).

Para la Comunidad Andina de Naciones (CAN), la incorporación de la condición ambiental dentro de los acuerdos entre los países miembros a partir de las características de biodiversidad que los destaca, conllevó al establecimiento de la comercialización ecológica, la biotecnología, el ecoturismo y la exportación de especies nativas así como productos forestales no maderables como oportunidades potenciales para los Estados andinos.

En la actualidad, la situación Suramérica ha cambiado, originando nuevos mecanismos para la integración de la región como la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR,2013), la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC,2013), la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA,2013), han estado debatiendo sobre el tema, estableciéndose acuerdos regionales, leyes nacionales y Constituciones Nacionales que consideran el Desarrollo Sustentable como orientación fundamental.

En función de lo anterior, en el escenario UNASUR, en su Tratado Constitutivo del 23/05/2008, la componente ambiental pasa a ser considerado como factor de integración regional, inclusión social y soberanía nacional, promoviéndose la Integración Regional Sur Americana (IIRSA) como propuesta financiada por los gobiernos integrantes pero coordinada por la Corporación Andina de Fomento (CAF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y FONPLATA, con el propósito de desarrollar corredores bioceánicos a fin de potenciar el intercambio de bienes y productos con la Cuenca del Pacífico, facilitando el comercio entre Brasil y China.

A pesar de lo descrito, la construcción de los mencionados corredores se ha convertido (conjuntamente con la extracción minera, petrolera, forestal y la expansión de la frontera agrícola) en una de las principales causas de detrimento natural de la región suramericana, lo cual, lejos de cumplir con las orientaciones ecológicas, sociales tanto como las científico-tecnológicas del desarrollo sostenible, ha generado gran impacto sobre los componentes biológicos, forestales, animales tanto como poblacionales de la región.

En lo que a la CELAC se refiere, durante la 1a Cumbre de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños realizada en el marco de la Cumbre CELAC-UE en Santiago de Chile en enero del 2013), se establecieron acuerdos fundados en la creación de un Comité Intergubernamental de Expertos sobre el financiamiento para la adopción de estrategias para el desarrollo sostenible, creándose una alianza para un desarrollo sustentable como mecanismo de promoción para inversiones ambientales (CELAC, 2013). Posteriormente, tópicos como cambio climático así como desarrollo sostenible (entre otros), fueron considerados en los acuerdos contraídos entre los mandatarios que se dieron cita en la 2ª Cumbre de América Latina y El Caribe (CALC) sobre Integración y Desarrollo, llevada a cabo en la Riviera Maya en febrero del 2013 con el propósito de crear una instancia americana propia de la región, excluyendo tanto a Estados Unidos como Canadá.



De lo anterior se infiere, que en el ámbito del CELAC los acuerdos que han surgido en materia ambiental han girado en torno a la integración de naciones y sus respectivas inversiones, relegando los riesgos naturales latentes de la región, es decir, sequía, deslaves, retroceso de los glaciales, pérdida de biodiversidad tanto como sus efectos sobre las economías y los ecosistemas regionales.

Respecto al ALBA, desde sus inicios ha sido asumida como mecanismo de integración política, acogiendo la materia ambiental como mecanismo de integración energética entre los países miembros (Correa, 2005); no obstante, la alianza se encuentra fundamentada en un recurso natural no renovable (petróleo) desconsiderando las repercusiones de los procesos implícitos en su producción como lo son la exploración, extracción, transformación y transporte, sobre la biodiversidad regional y global, debido a la abundancia del recurso así como su financiamiento, referido al descuento que entre los países integrantes de Petroamérica se otorga.

Considerando lo anterior y con base a lo planteado por Sunkel (2006), muchos esfuerzos de los países de América Latina y del Caribe en cuanto a la consideración del componente ambiente en su procesos de integración no han prosperado debido a las contradicciones imperantes entre el crecimiento económico y el medio ambiente en la región, donde la disponibilidad así como la explotación de sus recursos naturales a pesar de generar ingresos y divisas significativas para dichas economías, genera conflictos entre los Estados, lo cual demanda una concepción integral del nuevo desarrollo, donde el medio ambiente debe convertirse en un elemento intrínseco.

Así, para finalizar, a pesar de la nueva orientación política que ofrecen los citados mecanismos de integración, referida al “regionalismo post-liberal” que refieren Serbín, Martínez y Ramanzini (2012) producto del giro a la izquierda y posturas antineoliberales de una gran parte de los países suramericanos, el tema ambiental aun no trasciende del discurso a las acciones concretas, lo cual quedó evidenciado durante la Cumbre Río+20 realizada en 2012 en Río de Janeiro, donde los gobiernos latinoamericanos y caribeños dieron muestra que continúan sumergidos en una visión del desarrollo que desestima la necesidad asumir una cultura verde de manera transversal para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y del mundo en general.

REFLEXIONES FINALES

Los nuevos mecanismos de integración regional que se están impulsando en América Latina y El Caribe, a pesar de incluir el tema ambiental en muchos de sus políticas internas y acuerdos intergubernamentales, aún no han asumido la cultura verde que el planeta en este siglo XXI exige y que las economías suramericanas necesitan.

Ante esto, resulta imperioso la conciencia de los nuevos líderes, con tendencias de cambio hacia la consideración de lo natural y ecológico, requiriéndose nuevos esquemas de valores para una cadena de producción y servicios que a pesar de haber tendido al dinamismo, requiere ser reconducidas en función de los síntomas manifestados por el planeta en toda su extensión.

Para esto, los gobiernos y sus líderes deben atender de manera más consciente y proactivas las amenazas naturales de la región ya que afectan dichas economías ocasionando



un abismo en el desarrollo latinoamericano y con esto promover la adopción de una cultura verde hacia la adopción de modelos de desarrollo sostenibles en la Región.

De igual manera, las organizaciones deben orientar sus perspectivas hacia la captación y formación de líderes flexibles con capacidad adaptativa frente a los cambios que el mundo contemporáneo, casi instantáneamente presenta, orientado por un desarrollo económico que ha conducido: por un lado a la consideración de la integración internacional como un mecanismo o estrategia para incursionar en mercados externos y establecer las alianzas necesarias para obtener ayuda recíproca que les garantice el incremento de su competitividad y posicionamiento; mientras que por el otro lado, ha desencadenado una crisis en el capital natural.

Lo anterior ha despertado la preocupación de muchos actores ambientalistas, dedicados a comprobar el grado de deterioro que la misma evolución humana ha originado sobre su propio ecosistema natural, y que han generado una ola expansiva que desde hace algunas décadas llama la atención entre grandes empresarios.

Ese despertar ha desencadenado un direccionamiento del pensamiento hacia la formulación de nuevas formas de gestión prospectivas, dirigidas hacia la idealización de futuribles delineados por nuevas formas de interrelación con la humanidad y el medio ambiente, generando conciencia sobre los beneficios de la globalización tanto como los factores en contra. El precio del disfrute del mundo contemporáneo ha sido precisamente la distinción de desigualdades entre los humanos y con ello el origen de guerras, desempleo, hambre, miseria y deterioro del ambiente.

Para la gerencia contemporánea, guiar a las organizaciones en un escenario tan complejo genera mucha incertidumbre respecto a su adaptación a las circunstancias y dejar que las cosas fluyan por sí solas, o si verdaderamente resulta beneficioso un accionar dirigido al cambio de éstas. Más aún, cuando existe conciencia de que dicho accionar no debe ser aislado, ya que la organización se debe a un entorno del cual es partícipe y por ende corresponsable.

Desde la individualidad, las organizaciones y ser humano per sé, se ha ensuciado el aire, se han contaminado lagos y ríos, se destruyen bosques y cada vez más la sociedad humana muestra síntomas de enfermedad, padeciendo de estrés, egoísmo, resentimientos e inconformidades, entre otros males autogenerados que han provocado una reacción en cadena convirtiendo el problema con alcance global.

En función de lo anterior, las organizaciones contemporáneas y sus nuevos líderes deben perfilar un accionar dirigido a la configuración de escenarios dinámicos tomando en cuenta los cambios tecnológicos tanto como los ambientales a fin de transformar dificultades en oportunidades, riesgos en beneficios así como gastos en ahorro, desde una filosofía tanto ética como socialmente responsable que conduzcan a la gestión humanizante y ecológica.

Así, la gerencia contemporánea debe reformular el perfil de los actores claves, sensibilizándolos a la dinámica de los cambios que la actualidad exige y garantizan la futura competitividad, brindando herramientas coherentes con la visión prospectiva que se tienen para la organización, en tanto se forman líderes consientes, con pensamientos flexibles, activos, creativos, inteligentes, e innovadores a fin de que sean capaces de agregar valor a la organización para convertirla en una entidad competitiva y sostenible en el tiempo.



La exigencia se encuentra en el diseñando esquemas de vida centrados en la trilogía medio ambiente - sociedad – economía desde un enfoque sistémico, donde cada elemento se interrelacionan y forman parte del todo desde un pensamiento reflexivo integrador en el que el trabajo en equipo contribuye a la creación de estrategias dirigidas al logro y fortalecimiento del bienestar común, motivando y capacitando a una comunidad con sentido de pertenencia, más aún, afianzando las alianzas necesarias (locales, regionales e internacionales) para tal fin, ya que el éxito se encuentra vinculado al accionar de un liderazgo enérgico, decidido, presto a asumir retos y responsabilidades, equilibrado emocionalmente, sensibilizado a motivar y guiar a sus seguidores, a identificarse con uno de sus aliados.

Considerando lo anterior y a manera de cierre, en la medida que las actuaciones se direccionen desde el escenario organizacional, en respuesta a las exigencias del actual mercado, los representantes gubernamentales que participan en el proceso de integración suramericano, podrán despertar y posicionar el valor que la cultura verde representa para la vida en general, incorporando de manera efectiva la dimensión ambiental en la integración internacional, cuyo reto, tal como lo manifiestan Rodríguez y Espinoza (2002) implica compromisos tanto económicos como de financiamiento por parte de los sectores públicos, privados y sociales, además del fomento de buenas prácticas horizontales dentro de los países miembros, así como coordinadas a nivel multinacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBA-TCP (2013). **Declaración Final de la VIII Cumbre del ALBA-TCP.**

Capra, F (2002) **Las Conexiones Ocultas, Implicaciones Sociales, Medioambientales, Económicas y Biológicas de una Nueva Visión del Mundo.** Barcelona: Editorial Anagrama.

CELAC (2013). **Declaración de Santiago, I Cumbre CELAC** Santiago de Chile.

Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente Humano, Estocolmo, Suecia, 1972.
http://www.ambiente.gov.ar/cursoea/descargas/M4_lc2.pdf

Correa, R. 2005. **Construyendo EL Alba “Nuestro Norte es el Sur.** Ediciones Parlamento Latinoamérica no, Caracas.

Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro (1992), Naciones Unidas, Centro de Información.
http://www.cinu.org.mx/temas/des_sost/programa21.htm

González, C (2011). **Empresas Socialmente responsables y mercado verde internacional.** Revista Economía Informa. Núm.366, Pp. 59-78. Obtenido el 22 de julio de 2014 en

<http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/366.html>

Dobson, W. (1991). **"Economic Policy Coordination: Requiem or Prologue?"** Revista Javeriana, 125(618): 229-241.

Esty, D. y Winston, A. (2009) **Green to Gold, How Smart companies use environmental strategy to innovate, create value, and build competitive advantage.** John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey



- Hasbún, H (Ed). (2011). **Responsabilidad social y conservación del ambiente**. Clic Institucional. Conservación y Preservación del Medio Ambiente con Familia Verde. Revista Oficial de los Gabinetes de comunicación gubernamental. (3er, ed.). República Dominicana
- Hickman Ch. y Silva, M. (1992). **Cómo Organizar Empresas con Futuro**. Granica. Buenos Aires.
- IPCC, 2007: Cambio climático 2007: Informe de síntesis. **Contribución de los Grupos de trabajo I, II y III al Cuarto Informe de evaluación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático** [Equipo de redacción principal: Pachauri, R.K. y Reisinger, A. (directores de la publicación)]. IPCC, Ginebra, Suiza, 104 págs.
- Jiménez, E. (2012). Primero cultura, después empleo. Profesiones, 137, Medio ambiente, 37. Obtenido el 2 de julio de 2014 en http://issuu.com/unionprofesional/docs/profesiones_n137/4
- Laszlo, E. (2004). **Tú puedes cambiar el mundo**. Manual del ciudadano Global para lograr un planeta sostenible y sin violencia. Ediciones Nowtilus S.L. Madrid.
- Meier, H. (2003). **El derecho ambiental y el nuevo milenio**. Ediciones Homero. Caracas.
- Morin, E. (2001). La Mente Bien Ordenada: Repensar la Reforma, Reformar el Pensamiento. Barcelona: Seix Barral.
- Mercosur (2001). **Acuerdo marco sobre medio ambiente**. Dirección de Tratados del Ministerio de Relaciones Exteriores de la República del Paraguay. Poder Legislativo. Montevideo, Uruguay. Obtenido el 3 de agosto de 2014 en <http://www.parlamento.gub.uy/htmlstat/pl/acuerdos/acue17712.htm>
- Pearse, G. (2012). **Greenwash: big brands and carbon scams**. Black Inc. Australia
- Portillo, G. (2009). **Una mirada política, ambiental, ética y social de la gerencia**. Red de revistas científicas en América Latina, Caribe, España y Portugal. Laurus. Revista de Educación. Volumen 15. Núm. 29. Enero-Abril.
- Rangaswami M.R and P.J. Simmons (2008) RHETORIC V. REALITY: Execution of Eco-Strategies in the Global 500.
- Rio+20 Conferencia de las Naciones Unidas sobre el desarrollo sostenible. Río de Janeiro Brasil 2012. El futuro que queremos. www.uncsd2012.org
- Rodríguez Becerra, M. Espinoza, D. (2002) **Gestión ambiental en América Latina y el Caribe: evolución, tendencias y principales prácticas**. Banco Interamericano de desarrollo. División de Medio Ambiente. Biblioteca Felipe Herrera. New York – Washington DC
- Serbín A., Martínez L. y Ramanzini H. 2012. **El regionalismo “post-liberal” en América Latina y el Caribe: Nuevos actores, nuevos temas, nuevos desafíos Anuario de la Integración Regional de América Latina y el Gran Caribe**. CRIES Buenos Aires.
- Sunkel, O. (2006). "**Conversaciones con Osvaldo Sunkel: El desarrollo de América Latina ayer y hoy**". Cuadernos del Cendes, Año 22, nº 60, pp. 155-170.



Tugores Ques, J. (2006). **Economía Internacional. Globalización e Integración Regional.** McGraw-Hill.

UNASUR (2013). **Conferencia de Unión de Naciones Suramericanas sobre Recursos Naturales para un Desarrollo Integral de la Región.** Secretaría General UNASUR, Quito

Winston, A. (2010). **Sustentabilidad como ventaja competitiva.** Disertación presentada en el 1er foro de Sustentabilidad “Juntos por un Planeta Mejor” convocado por Walmart México y Centroamérica, septiembre.



IATROGENIA GERENCIAL COMO TEORÍA INTEGRADORA EN LA TOMA DE DECISIONES PARA HUMANIZAR LAS ORGANIZACIONES

Edgar Prieto

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
prietobarboza@gmail.com

RESUMEN

El presente artículo tuvo como propósito analizar la iatrogenia gerencial como teoría integradora en la toma de decisiones para humanizar las organizaciones. La sustentación teórica se desarrolló bajo los postulados de Seijo (2010), Martínez (2010), Bernal y Garzón (2008) Zambrano (2007), Wilson (1999), entre otros. Tomando en consideración el paradigma pos-positivista caracterizándose por manejar palabras y datos verbales, emplear métodos cualitativos de recolección de data, enfatizando la impresión así como la comprensión (observación) para asumir la subjetividad como la vía para alcanzar el conocimiento. Esta investigación se ubica en el espacio etnográfico clásico, a través de la técnica de entrevistas semi-estructurada así como observación participativa. Para la selección de informantes clave se escogieron personas cuyo proceso medular está relacionado con las categorías de estudio, quedando estas constituidas en el nivel de gerentes y puestos clave. De igual manera estuvo centrado en el análisis y comprensión, interpretando la unificación de ciencias y humanidades, evocando la confluencia de todas las ramas del conocimiento para buscar puentes interdisciplinarios entre la sociedad al igual de sus culturas, basado en la consiliencia para el desarrollo científico. Destacando, que los seres humanos actúan en sintonía con el contexto social en el cual se encuentran inmersos, en donde las organizaciones pueden considerar la teoría integradora de la iatrogenia gerencial la cual trae implicaciones positivas y negativas pudiendo convertir dicho concepto en parte de su cultura orientándose principalmente a las buenas decisiones.

Palabras clave: iatrogenia gerencial, consiliencia, organizaciones.

INTRODUCCIÓN

Es inevitable comenzar afirmando que el siglo XX estuvo acompañado por cambios significativos a un nivel de escala mundial, cuantificando gran cantidad de factores adversos que pudiesen infringir contra la estabilidad de todos los sistemas organizacionales, bien sea de carácter económico, tecnológico, ecológico, cultural así como social, aunado al factor político que cada día destaca más dentro de los sistemas sociales, los cuales pueden atentar contra la sostenibilidad del siglo XXI, dichos cambios que conducen a un colapso si no se le presta la atención merecida específicamente a la hora de tomar decisiones.

En ese sentido, para nadie es un secreto las repercusiones sociales que han vivido las organizaciones con la llegada del siglo XXI, procesos de globalización, era de cambios, adversidades latentes a la orden del día, diferentes casos de corrupción, entre otros escenarios que enfrentan las personas que forman parte de este sistema.

Como consecuencia de lo anteriormente planteado, el mundo inestable pudiese afectar de forma directa las organizaciones así como comunidades creando un posible desequilibrio que se puede inferir permanece en el tiempo donde se enfrentan adversidades, cada uno de los cuales tiene que ser tratado de forma determinada debido a que el entorno social posiblemente



no esté preparado para enfrentar vicisitudes de forma mancomunada ni mucho menos plantearse políticas o normas, tomar decisiones administrativas o actividades operacionales, decisiones que pueden ir de lo personal a lo organizacional.

Es por ello, que una de las capacidades que deben poseer los individuos es el saber decidir al momento de vivenciar escenarios negativos que va desde lo personal hasta lo organizacional como se mencionó anteriormente, estas decisiones que recaen en la mayoría de los casos en los gerentes de las diferentes empresas, se pueden tornar influyentes en los colaboradores que hacen vida dentro de ese sistema coordinado basados en una plataforma ética.

De tal manera, que como punto de partida se debe reflexionar sobre las decisiones orientadas al contexto en el cual se encuentre inmerso el actor social porque, en ese sentido pudiese dar paso al concepto de la iatrogenia gerencial considerando como principal ética el enfoque utilitarista lo que convertiría la cultura de la organización en decisiones basadas en aspectos individuales donde principalmente afloran intereses personales y la gerencia se desvíe de ser compatibilizadores de valores a manejarse de acuerdo a las corrientes del entorno.

De lo anterior expuesto, se pretende analizar la iatrogenia gerencial como dos categorías independientes pero al observarlas desde el punto de vista de la consiliencia es una teoría integradora para la toma de decisiones buscando como principal fin la humanización de las organizaciones.

LA GERENCIA COMO PLATAFORMA ÉTICA: BUENAS O MALAS DECISIONES

Cuando se habla de conductas dentro de una organización sin duda que se evidencian dos principales tipos: conductas éticas y conductas antiéticas por lo que merece una profunda reflexión debido a que ambas conductas pueden evidenciarse en cualquier nivel organizacional que van en contra posición de la plataforma ética de la misma, en donde esos comportamientos se pueden convertir en causa de una calidad deficiente o del nacimiento de una nueva cultura en la empresa. Pero, la interrogante principal puede orientarse a ¿por qué se asumen estas conductas? que motiva al ser humano a tomar malas decisiones o como se podrían tomar buenas decisiones tanto a nivel organizacional como desde un aspecto individual.

Para Marshall (2005) el proceso de toma de decisiones es el proceso por el cual las decisiones que determinan cómo los costos y beneficios asociados a la explotación de los recursos se resuelven. El grado de participación de la comunidad en el proceso de toma de decisiones es una característica importante de los cambios institucionales que pueden influir en las consecuencias sociales de la gestión gerencial. En la medida en que las personas están involucradas en el proceso de toma de decisiones es muy variada las opciones para dar respuesta a las interrogantes en donde se puede conocer el problema desde diferentes puntos de vista con la participación ciudadana.

Por otra parte, Holling, Ludwig y Gunderson (2002) hablan de los campos de la economía, la ecología, el análisis de la organización o institución las cuales han desarrollado ideas a prueba. Sin embargo, hay evidencia creciente de que las perspectivas parciales de estas disciplinas de la toma de decisiones generan acciones que no son sostenibles. Una manera de generar bases más sólidas para la toma de decisiones sostenible es la búsqueda de teorías integradoras que se combinan las fortalezas disciplinarias, mientras se llenan los vacíos disciplinarios. Pero antes



de poder comenzar esta tarea, debemos examinar las construcciones parciales que caracterizan estos campos entre las buenas y malas decisiones.

De acuerdo a Martínez (2010) una de las prácticas que debe poseer un gerente es el de tomar decisiones rápidamente, más aun por el entorno de veloces cambios que ocasionan transformación lo cual pudiese afectar de forma negativa en los negocios, lo dicho puede coincidir en que no existe toda la información necesaria para poder adoptar una decisión adecuada. En ese sentido, se puede pensar que la toma de decisiones supone un proceso mental los cuales se pueden orientar en los siguientes pasos: tomar una buena decisión consiste en trazar el objetivo que se quiere conseguir, reunir toda la información relevante y tener en cuenta las preferencias del que tiene que tomar dicha decisión. Si se quiere hacer de forma correcta, se debe ser consciente de que una buena decisión es un proceso que necesita tiempo y planificación. Por lo tanto, si hay algo intrínseco al mundo empresarial es la toma de decisiones.

Para Krogerus (2012) se plantea un modelo de opinión donde uno de los aspectos más delicados de la vida laboral es enfrentarse a los cumplidos y críticas. A menudo los cumplidos nos vuelven demasiado displicentes, y las críticas dañan nuestra autoestima, llevándonos a elecciones poco sensatas, por eso es fundamental preguntarse ¿qué puedo hacer con estos comentarios? ¿Qué puedo dejar igual? ¿Cómo está? ¿Qué debo cambiar?

Por tal motivo, siguiendo con Martínez (2010) la única manera de tomar una buena decisión es a través de la aplicación de un buen procedimiento, o modelo de toma de decisiones, el cual ahorrará tiempo, esfuerzo y energía. Es así como, para muchas personas, tomar decisiones importantes en la vida les supone un cierto temor o al menos incertidumbre, por si se elige incorrectamente.

En sintonía con lo anteriormente expuesto, Wigodski (2007) dice que para las organizaciones asumir de manera innovadora los desafíos empresariales se debe conservar de manera sustentable una rentabilidad económica sobre el promedio de la industria; los seres humanos que se desempeñan en los cargo directivos tienen que tener la posibilidad de tomar malas decisiones, que no signifique necesariamente que son culpables o deban compensar los daños económicos provocados a la empresa y sus accionistas.

En ese sentido, en algunas ocasiones se piensa que si la gerencia está conformada por personas éticas, la empresa también lo será, sin darse cuenta que una ética individual no sería suficiente para una ética en la organización, si bien es cierto que la gerencia juega un papel importante, no garantiza que todos los colaboradores se identifiquen con los códigos de conducta, políticas o procedimientos establecidos en la definición de sus responsabilidades.

Para Nicolletti (2006) las investigaciones sobre cuestiones éticas parten del supuesto de que los seres humanos actúan según contextos sociales específicos, con finalidades y motivaciones diversas. Estos comportamientos son enjuiciados, por los propios actores y responsables de su entorno, de acuerdo con esquemas o juicios de valoración tradicionales o legales.

De acuerdo a lo comentado por el autor antes mencionado, se puede presumir que de acuerdo al contexto en el cual se encuentre inmerso el actor social puede definir su forma de actuación en la sociedad, esto pudiese conllevar al concepto de iatrogenia organizacional tomando decisiones que influyen en la moral, valores, principios cívicos y ciudadanos de los colaboradores en la organización.



Por otra parte, Seijo, Rosario y Barrueta (2009) comenta que la ética es un saber para guiar el conocimiento, en virtud de ello, está imperiosamente unida a la ciencia así como a la posmodernidad, contra el común sentir tradicional que excluía a la ética del campo de la ciencia al igual que la gerencia; en este tiempo se hace necesaria su intervenculación para dar valor en un sentido práctico–moral a los descubrimientos y lejos de la ciencia.

En lo consiguiente, se debe prestar atención a la gerencia desde un aspecto ético al igual que desde el punto de vista científico por la importancia de vincular la ciencia con el hombre así como sus distintas ramas para crear puentes interdisciplinarios entre la sociedad, el medioambiente y sus culturas, tal cual lo explica la consiliencia.

CONSILIENCIA: UNA FORMA PARA DESARROLLAR CIENCIA

La consiliencia para el autor Wilson (1999) es la clave para la unificación, utiliza el término sobre la "coherencia" porque su rareza ha conservado su precisión, mientras que la coherencia tiene varios significados posibles, sólo uno de los cuales es consiliencia, sugiere la unificación de ciencias así como humanidades, evocando la confluencia de todas las ramas del conocimiento, es así como se trata de buscar puentes interdisciplinarios entre la sociedad, el medioambiente y sus culturas.

De igual manera, Paolini y Felipe (2009) comenta que la consiliencia está asociada con la idea de que los campos del conocimiento humano son coherentes internamente, lo que significa que los hallazgos en una disciplina pueden ser coherentes con hallazgos de otras ramas del saber.

En términos generales, la consiliencia es unir conocimientos de distintas disciplinas, o sencillamente traer teorías de otras áreas a un ramo distinto para aplicarlos en una investigación, la cual se pretende utilizar como metodología de enseñanza para el desarrollo científico.

Según comenta Parra (2010) no se puede adquirir una perspectiva equilibrada estudiando las diferentes disciplinas a retazos, sino a través de la búsqueda de la consiliencia entre ellas. Por lo tanto, tal unificación es compleja, pero es inevitable. En ese sentido, la medida en que las brechas entre las grandes ramas del saber puedan reducirse, la diversidad y la profundidad del conocimiento aumentarán.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, se pretende tomar el concepto de iatrogenia para aplicarlo en la gerencia basado en consiliencia para reflexionar sobre como las decisiones de los gerentes alteran a sus colaboradores por error, negligencia o sencillamente por malos procedimientos, lo cual obliga a repensar en los modelos de gerencia en organizaciones del siglo XXI.

IATROGENIA: UN RIESGO EVIDENTE PARA LA TOMA DE DECISIONES

Para iniciar, se definirá el concepto de iatrogenia el cual para Bernal y Garzón (2008) tiene que ver con el principio hipocrático de evitar el daño, es un término que proviene del sector salud el cual está latente en los actos médicos en donde se pueden mencionar algunas causas como error médico, negligencia médica o procedimientos inadecuados, errores al escribir la formulación, interacción de los medicamentos recetados, tratamientos no seguros, diagnóstico erróneo, rechazo por parte del médico a tomar en consideración los efectos negativos que el paciente dice sufrir, infección nosocomial, experimentación médica no ética, entre otras.



De igual manera Cortes y Monroy (2004) explican el concepto de iatrogenia de uso común en la teoría así como la práctica médica, comentando de forma general, a posibles daños que un paciente pudiese sufrir a consecuencia de alguna prescripción o aplicación de tratamientos para curar cualquier enfermedad. En ese tenor, desde el punto de vista de la ética, se refiere a la responsabilidad del médico al tomar la decisión para prescribir y aplicar tales tratamientos.

Siguiendo con los autores, toman como referencia la actividad médica porque se puede observar de manera directa algunas consecuencias de decisiones y acciones tomadas por el médico, en donde al cometer un error sobre la aplicación de un tratamiento pudiese tener un efecto positivo o negativo en el paciente, en virtud de ello se pudiese presentar la misma situación en las organizaciones porque las decisiones de la gerencia puede afectar de forma directa a los colaboradores en cuanto a errores en las decisiones tomadas, negligencia o simplemente por malos procedimientos.

En otro orden de ideas, Arista (2011) comenta la iatrogenia como aspectos negativos de la práctica médica, el cual provoca daño potencial a la salud o integridad física así como mental del individuo, en donde se presenta por origen médico, social y estructural de una forma positiva o negativa.

Por ende, se pudiese considerar aplicar un puente interdisciplinario entre las diferentes ciencias, en este caso de ciencias médicas a ciencias sociales adoptando el concepto de iatrogenia organizacional basado en consiliencia, donde se pudiesen mencionar algunas causas en común del factor humano para ambas ciencias como fatiga por trabajo excesivo (horas extras), falta de entrenamiento (inducción y re-inducción), poca comunicación entre compañeros y pacientes (gestión de la comunicación), ausencia del sistema de control de la calidad (auditoria ética), rotación de personal, hostilidad, demora y error en el diagnóstico (malas decisiones), juicio médico inadecuado (decisiones basadas en percepciones personales) entre otras.

En ese sentido, ya hablando de iatrogenia gerencial entendiendo el concepto como el gerente convirtiéndose en decisor para escenarios negativos causando un daño a la organización al igual que sus colaboradores o miembros que en ellos interactúan dentro de un sistema social produciendo el fin del proyecto de vida de la empresa.

En esa perspectiva, Cortes y Monroy (2004) tratan de ampliar lo que denominan patología organizacional, tomando en cuenta que algunas patologías pueden ser consideradas como los daños que las organizaciones pueden sufrir a consecuencia de tomar malas decisiones, acción errónea o equivocada de sus gerentes, de manera similar al que puede producir cualquier médico al momento de enfrentar una enfermedad de sus pacientes.

IATROGENIA GERENCIAL COMO TEORÍA INTEGRADORA

Plasmando la afirmación de Zambrano (2007) en donde los desafíos éticos que enfrentan las organizaciones hoy día con la entrada de la segunda década del siglo XXI son reales y sustanciales; se ha afirmado que las conductas antiéticas prevalecen en todos los niveles organizacionales los cuales se perpetúan por contranormas gerenciales así como una cultura disfuncional.

En ese sentido, una de las condiciones que deben presentar los gerentes en las organizaciones es la capacidad de poder decidir en base a la plataforma ética de la empresa, y a su vez gestionar



la comunicación para convertirse en multiplicador de los valores organizacionales para compatibilizarlos con los valores individuales para el beneficio individual, organizacional y social, todos buscando satisfacer sus necesidades por igual o por lo menos en una manera equilibrada, integrando estos dos conceptos para la toma asertiva de decisiones permitiendo que el proyecto de vida organizacional se mantenga en el tiempo humanizando la misma.

En concordancia con lo comentado anteriormente, se puede afirmar que el hilo conductual que separa las organizaciones éticamente excelentes (buenas decisiones) de empresas éticamente reprobables (malas decisiones) puede ser la llamada ética utilitarista la cual pudiese llevar a las organizaciones del siglo XXI a adoptar el concepto de iatrogenia en la organización, bajo la premisa que la acción ética es aquella que trae beneficios a la *mayoría* de las personas involucradas, y surge la interrogante: ¿y la minoría de las personas que no son beneficiadas por dicha acción?

Es por ello que, se toma el tema de la iatrogenia gerencial porque se pudiese desviar la verdadera cultura basada en valores e incrementar la cultura basada en productividad, competitividad, logro de objetivos y éxito (todas las empresas nacen principalmente para ello) pero sin tomar en cuenta todos los actores sociales involucrados (individuo, familia, comunidad, organización, medio ambiente y estado), y muchas empresas mueren cuando no se toman en cuenta a todos los involucrados en su contexto aplicando la iatrogenia organizacional sin darse cuenta.

METODOLOGÍA

El proceso epistémico se fundamenta en la investigación cualitativa, caracterizándose por manejar palabras y datos verbales, emplear métodos cualitativos de recolección de datos, enfatizando la impresión así como comprensión (observación), como por ejemplo condiciones de vida, emociones, necesidades de trascendencia al igual de respuestas colectivas que pudiesen comprender comportamientos y significados para guiarlos, pudiendo servir de guía para entender a los demás al igual de hacerse entender, reproducidos y modificados en la interacción social.

De igual manera estuvo centrado en el análisis y comprensión, interpretando la unificación de ciencias y humanidades, evocando la confluencia de todas las ramas del conocimiento para buscar puentes interdisciplinarios entre la sociedad al igual de sus culturas, basado en la consiliencia para el desarrollo científico.

Ahora bien, en el marco de esta investigación, el diseño tomado para dirigir el proceso ha sido realizado por el investigador atendiendo los planteamientos del autor Urbina (2010) constituido en cuatro momentos que guardan secuencia coherente, sobre los pasos a seguir en el desarrollo de la investigación, esto con el fin de recolectar, analizar, categorizar, e interpretar la data, donde finalmente se contrasta con las teorías referenciales en función de responder preguntas y propósitos, dando origen a un nuevo constructo teórico que emerja del estudio.

Por ello, el tipo de investigación aplicado fue con un enfoque cualitativo y con un paradigma pos-positivista. Esta investigación se ubica en el espacio fenomenológico clásico, a través de la técnica de entrevistas semi estructuradas. Para la selección de informantes clave se escogieron personas cuyo proceso medular está relacionado con las categorías de estudio, quedando estas constituidas en el nivel de gerentes y puestos clave. El proceso de recolección de datos



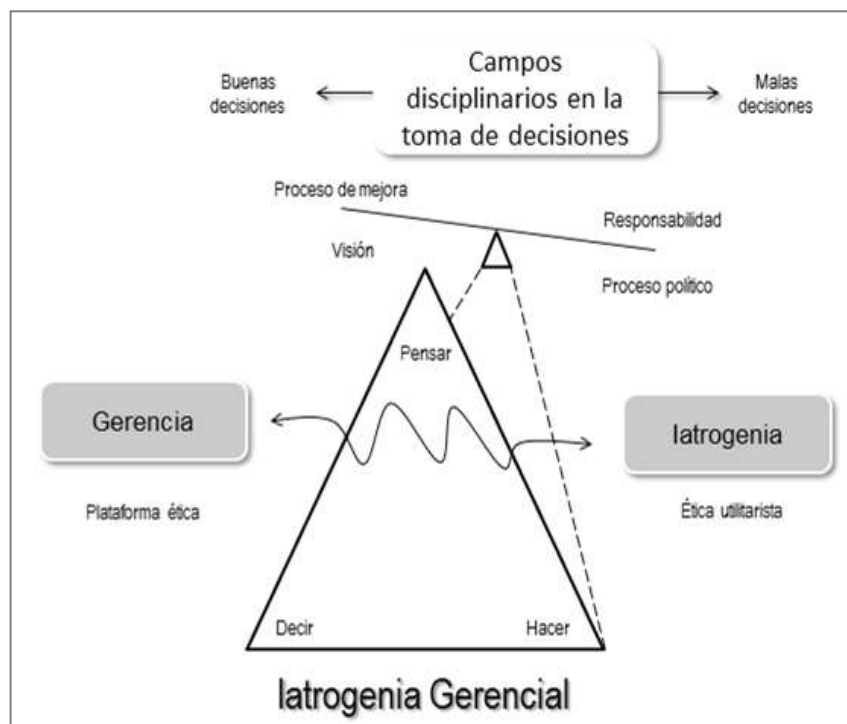
en este estudio se realizó a través de una encuesta semi estructurada, se utilizó una grabadora de voz y se transcribieron las entrevistas realizadas. La fiabilidad del instrumento de recolección de datos fue realizada por 10 expertos, todos doctores.

RESULTADOS

Dentro de los campos disciplinarios en las toma de decisiones se manejan desde dos punto de vista, las buenas decisiones así como malas decisiones, donde el proceso de tomar buenas decisiones viene de estar identificados todos con la plataforma ética de la empresa específicamente de la visión lo que permitirá ese proceso de mejora.

Por otro lado, las malas decisiones vienen de la mano por la falta de responsabilidad al igual de compromiso que todos tengan con la organización y muy específicamente con la responsabilidad del entorno, influyendo un proceso político en esa tomas de decisiones que conlleva a inclinar la balanza del lado de las malas decisiones apoyando como ética principal la ética utilitarista.

Gráfico 1. Iatrogenia Gerencial



Fuente: Prieto (2012) adaptado por Prieto (2014)

CONSIDERACIONES FINALES

Una de las premisas para evitar la iatrogenia gerencial es poder definir los diferentes escenarios negativos que se puedan presentar con exactitud, tomar en consideración al momento de decidir no solo desde el lado de la organización sino también verlo desde una óptica fuera de la empresa con una visión holística para poder describir las situaciones desde



ambos lados y por último al momento de la toma de decisión mantenerla ante supervisores, colegas, clientes, grupos de interés, amigos así como familiares, si no se mantiene ante uno de los actores sociales antes mencionado se pudiese estar formando una nueva cultura en la organización.

Es por ello, que se destaca que las organizaciones no mantienen un equilibrio entre las buenas o malas decisiones tomadas, enfocados solamente en tomar buenas decisiones sin permitirse equivocarse dando un peso en la balanza a la responsabilidad como al proceso político para las malas decisiones, desviando el asumir la plataforma ética adoptando modelos utilitarista lo que permita la aceptación de la iatrogenia en la organización, por lo que se requiere saber equivocarse, tener esa capacidad de asumir los errores de una mala decisión, viendo lo malo como una oportunidad creando un equilibrio dentro de cualquier contexto.

Ya para ir finalizando, tomando la postura de algunos autores los cuales coinciden en mencionar algunos criterios para tomar una buena decisión se destaca centrarse en lo realmente importante viendo desde la óptica de la prospectiva las decisiones a considerar para poder ejecutar el proceso de forma lógica y coherente asumiendo características (objetivas y subjetivas) para apoyar el pensamiento estratégico, gestión de la comunicación así como la gerencia por valores.

Por tal motivo, se pudiesen ver las malas decisiones como oportunidades para alcanzar el éxito y enfrentar de forma innovadora esos desafíos que se presentan día a día. Las decisiones que se toman en la vida no son buenas o malas, son decisiones. Lo malo o lo bueno es no saber cuándo dar marcha atrás, no saber cuándo hay que poner freno a algo o simplemente cuando hay que aceptar así como asumir las responsabilidades.

Por otra parte, se pueden plantear tres preguntas como parte de un chequeo ético que no permita la iatrogenia en la organización: ¿es legal? Responde al código de ética de la empresa, está orientado a los valores organizacionales o valores individuales; ¿es equilibrado? Beneficia a toda la organización, puede beneficiar a mi entorno, comunidad o estado; ¿cómo me sentiré? La decisión va a destruir mi propia estimación.

Es así como, las personas de acuerdo al contexto que se presente dentro o fuera de las organizaciones, pueden optar por tomar una mala decisión, muchas veces cuando la necesidad se presenta acompañado de la falta de apoyo, en ese momento se siente que todo está perdido tomando una mala decisión, y son esos momentos cuando se debe buscar apoyo en el carácter que esté basado en sólidos valores, en los momentos difíciles, la dignidad sirve como un punto de apoyo. Si no se cuenta con ella, el mundo se viene encima.

En síntesis, tal cual lo menciona Rodino y Brenes (2003) en sus reflexiones: No sólo en tales circunstancias se debe mantener la dignidad. En ninguna situación se debe abandonar aquello que nos llena de valor. Nadie puede ser tan tonto como para cambiar el diamante valioso que tiene por piedras. Pero muchas veces nos equivocamos y cambiamos nuestra integridad por algunos centavos o por algunos momentos de placer, una reflexión que debemos tomar en cuenta en las organizaciones, muchas veces tomamos una decisión sin pensar en cómo me sentiré y en que beneficia la decisión a toda la empresa incluyendo colaboradores, es importante recordar que no existe ninguna manera buena de hacer una cosa mala; y no hay almohada más blanda que una conciencia tranquila.



“Un buen estratega sabrá cómo conseguir los recursos necesarios, sin embargar su bien más valioso: su integridad personal, su honestidad y sus valores.”

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arista, C. (2011) **Motivos que generaron mal praxis en la clínica de endodoncia por parte de los alumnos de la F.O. de la UNAM en el periodo 2009-2010.** Tesis de grado. México, D.F.
- Bernal, D. y Garzón, N. (2008) **Eventos adversos durante la atención de enfermería en unidades de cuidados intensivos. Especialización en cuidado crítico.** Pontificia universidad Javeriana. Bogotá, D.C.
- Cortes, M. y Monroy, G. (2004) **Introgencia, ética y administración. Dimensión social y humana del crecimiento económico.** Departamento de producción económica. Revista UAM-X pp. 325-348. México.
- Holling, G. Ludwig, D. y Gunderson, L. (2002) **Sustainability and panarchies Pp. 63-102 in: Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems** L.H. Gunderson and C.S. Holling, eds. Island Press, Washington, D.C.
- Krogerus, M. (2012) **Fórmulas para tomar buenas decisiones.** Estilo Management. Miércoles 18 de enero del 2012. Gestión.
- Marshall, N. (2005) **A conceptual and operational understanding of social resilience in a primary resource industry. Insights for optimizing social and environmental outcomes in the management of queensland’s commercial fishing industry.** For the degree of Doctor of Philosophy in the School of Tropical Environment Studies and Geography James Cook University, Townsville.
- Martínez, P. (2010) **La importancia de la toma de decisiones. Glosario de términos.** Paper. Métodos de investigación y diagnósticos en educación.
- Nicolleti, J. (2006). **La acción ética en el nuevo milenio. Revista Educación en Valores.** Año 3, Vol. 2, Núm. 6. pp. 72-80. Universidad de Carabobo. Venezuela.
- Paolini, J. y Felipe, J. (2009) **Diseño de redes conceptuales para la modelización y medición de la sostenibilidad en espacios socio-naturales.** E-prints UPC Universidad Politécnica de Catalunya-. Recuperada en Abril 12, 2012, del sitio Web tema: Portal de Recursos Educativos Abiertos (REA) en <http://www.temoa.info/es/node/142643>
- Parra, S. (2010) **Conciliencia: la unidad del conocimiento de Edward o. Wilson. Papel en blanco.** Mundo de la literatura. Publicado 13 de enero de 2010. Madrid, España.
- Rodino, A. y Brenes R. (2003) **Educación en valores éticos. Guía metodológica para docentes.** Instituto interamericano de derechos humanos. San José, Costa Rica.
- Seijo, C.; Rosario de Rivas, J. y Barroeta, M. (2009). **Inteligencia ética y ética comunicativa en las organizaciones públicas.** CICAG, Volumen 6 - Edición 1 Año 2009.



Urbina, R. (2010) **Participación del docente en los consejos comunales**. Trabajo presentado como requisito para optar al título de Doctor en ciencias gerenciales. URBE.

Wigodski, T. (2007) **Gestión de crisis: nuevas capacidades para un mundo complejo**. Documento de trabajo. Los deberes del director de empresas y principales ejecutivos. Universidad de Chile.

Wilson, E. (1999) **Consiliencia: la unidad del conocimiento**. Editorial Galaxia Gutenberg.

Zambrano, E. (2007) **El valor de la ética para alcanzar la excelencia en la gerencia universitaria**. Revista Negotium Fundación Unamuno. Núm. 8. Noviembre Pp. 30 - 63.



TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR

Ana Milena Maya González

Universidad Popular del Cesar. Valledupar-Colombia
amaya@urbe.edu.ve

RESUMEN

El propósito de esta investigación es analizar la importancia de la transferencia tecnológica en las universidades públicas del Departamento del Cesar, Colombia. La variable de transferencia tecnológica es soportada por Decter, Bennett y Leseure (2007), Escorza (2007), Menchaca (2006) y Montenegro (2010). De allí que se justifica la investigación ya que en las universidades se observó las acciones de los coordinadores de los programas parecen influir en el comportamiento de los investigadores: si el coordinador es activo en la Transferencia Tecnológica, es más probable que el resto de miembros de los programas también lo sean. En este sentido, se analizó que sorprendentemente, los comportamientos de Transferencia Tecnológica también están influenciados por la experiencia de los que están en posición similar, en términos de rango académico y sentido de pertenencia al programa. Razón por la cual, este estudio marca su interés la necesidad para transferir tecnologías, en el desconocimiento adecuado de los recursos que son utilizados en las universidades para la tecnología, la falta de conocimiento sobre lo que se puede realizar con ellos, condiciones para realizar inversiones, seguridad jurídica, falta de conocimiento tecnológico y la falta del conocimiento del proceso de transferencia de tecnología en las universidades. La presente investigación, se enmarca en el enfoque descriptivo, el cual según Salinas y Pérez (2007), la señalan como de campo, transeccional y no experimental. Se utilizó un cuestionario tipo Likert de cuatro alternativas en ponderación positiva aplicado a 20 informantes de las 4 universidades del universo del estudio.

Palabras clave: Transferencia Tecnológica, Innovación, Universidades.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tendrá como objeto proponer un modelo de innovación y desarrollo para la transferencia tecnológica que articulen de manera coherente los productos universitarios con las demandas del sector productivo, que fortalezcan los planes regional y nacional. De esta manera, la Transferencia Tecnológica se considera como un elemento cada vez más importante en términos de sus beneficios para el crecimiento económico y la promoción de empresas de base tecnológica. De esta manera se entiende que la transferencia tecnológica es el movimiento y difusión de una tecnología o producto desde el contexto de su invención original a un contexto económico y social diferente, según Becerra, 2004. Del licenciamiento que otorgan las empresas extranjeras a empresas domésticas, las cuales reciben entrenamiento y asistencia técnica y con el otorgamiento de licencias para explotar patentes, entre muchas otras modalidades.

En este sentido, la transferencia tecnológica es entendida como el proceso mediante el cual el sector privado o público por medio de convenios o alianzas obtiene el acceso a los avances tecnológicos desarrollos por los científicos de una universidad, a través del traslado de dichos desarrollos a las empresas para su transformación en bienes, procesos y servicios útiles, para el aprovechamiento comercial. Este proceso implica el conjunto de actividades que llevan a la



adopción de una nueva técnica o conocimiento y que envuelve la diseminación, demostración, entrenamiento y otras actividades que den como resultado la innovación. Así la TT es un nexo entre la universidad y las empresas, para la generación de desarrollo científico-técnico y económico. La transferencia conlleva un convenio, un acuerdo, y presupone un pago y por tanto la comercialización del conocimiento es un elemento inherente a este proceso.

De lo anteriormente expresado, la transferencia tecnológica es una herramienta esencial para la generación de desarrollo económico sostenible en el tiempo, pero para que esta pueda desempeñar el rol al que está llamada, deben existir condiciones sociales apropiadas de la universidades entre las que se destaca una mentalidad emprendedora en los estudiantes, docentes, directores de departamentos, coordinadores y científicos y una mentalidad científicos en los emprendedores no inventores, para posibilitar la construcción de equipos interdisciplinarios con facilidad de entendimiento entre sí. Es por esto, que las universidades son las llamadas a generar este tipo de culturas en sus estudiantes, docentes e investigadores y jefes departamentos de cada programa.

MARCO TEÓRICO

La Transferencia Tecnológica es considerada como un elemento cada vez más trascendental en términos de sus beneficios para el crecimiento económico y globalizado, así mismo, para la promoción de empresas concerniente con la tecnología. En su sentido más amplio se entiende la transferencia tecnológica como el movimiento y difusión de una tecnología o producto desde el contexto de su invención original a un contexto económico y social diferente (Becerra, 2004). Esta definición expresa que la transferencia tecnológica se da a través del comercio; de la inversión extranjera directa con la utilización de la mano de obra local; del licenciamiento que otorgan las empresas extranjeras a empresas domésticas, las cuales reciben entrenamiento y asistencia técnica y con el otorgamiento de licencias para explotar patentes, entre muchas otras modalidades.

También es interesante examinar la diferencia entre los conceptos de Transferencia Tecnológica y Transferencia del Conocimiento. Analizando la literatura se observa que ambos términos son utilizados a menudo indistintamente, como términos sinónimos, como es el caso del informe RedOTRI (Universidades-CRUE, 2007), comentado, ya que la Transferencia Tecnológica consiste en la creación y asimilación de nuevos conocimientos, y esta creación y asimilación por lo general implica el uso de la tecnología.

De esta forma, la Transferencia del Conocimiento, dentro de las organizaciones se define según Argote e Ingram (2000), como el proceso mediante el cual una unidad (departamento, división, grupo) es afectada por la experiencia de las otras. Aunque esta transferencia se hace a nivel individual (Tsai y Tsai, 2005), siendo superada incluye niveles más altos del análisis, tales como el grupo, el departamento o la división (Argote e Ingram, 2000).

En este sentido, Darr y Kurtzberg (2000), han indicado que la Transferencia del Conocimiento, más relevante es la que se produce entre los individuos dentro de la empresa. En este contexto, Nonaka (1994), indica que el conocimiento es creado por los individuos y las empresas no pueden crear conocimiento sin los individuos.

El objetivo de la transferencia del conocimiento es perfeccionar la habilidad cognitiva de una organización y, por tanto, acrecentar su valor organizacional. Así mismo, aunque se produzcan



la transmisión y la absorción, no se generará ningún valor si el nuevo conocimiento no conlleva un cambio en el comportamiento o el desarrollo de una idea que conduzca a una nueva forma de actuar. Desde el punto de vista de Williams y Gibson (1990) y Albino et al. (2001), la transferencia del conocimiento debe conceptualizarse como un proceso de comunicación, en el que los vacíos entre los entornos del emisor y del receptor afectarán a la eficiencia de la comunicación entre ambos y a la eficacia global de proyecto de transferencia. Por su parte, Szulanski (2000), también remarca la consideración de la transferencia como proceso y no como un acto puntual en el tiempo.

De esta forma, definimos la Transferencia Tecnológica formal como aquella que se basa en la forma de un contrato entre el investigador, bien en nombre propio o bien en nombre de un grupo de investigación, con una empresa pública o privada o cualquier organización, con la finalidad de prestarle servicios de investigación o consultoría. En dichos contratos se fijan las condiciones legales, organizativas y económicas de Transferencia Tecnológica.

En otro sentido, Decter, Bennett y Leseure (2007), consideran a la Transferencia Tecnológica como transferencia de nuevos conocimientos, productos o procesos de una organización a otra para el beneficio empresarial de las partes implicadas. En este sentido, McAdam et al. (2005), resaltan que la Transferencia Tecnológica consta de una amplia y dinámica gama de actividades: generación de ideas, creación de nuevo conocimientos, creación spin-offs, licencias de tecnologías, propiedad intelectual, capital riesgo y financiación, evaluación tecnológica y desarrollo de planes de negocio y crecimiento empresarial.

Por otra parte Bercovitz y Feldmann (2006), consideran que los mecanismos más trascendentales de Transferencia Tecnológica universitaria formales e informales son los siguientes: (1) financiación de proyectos de investigación (acuerdo mediante el que la universidad recibe fondos para llevar a cabo un proyecto de investigación concreto), (2) licencias (derechos legales para usar una determinada propiedad intelectual de la universidad), (3) contratación de investigadores, (4) creación de Spin-offs (nuevas empresas surgidas en torno a la investigación universitaria). En este sentido, la RedOTRI (Universidades-CRUE, 2007), considera dentro de la Transferencia Tecnológica la realización de las actividades dentro de alguna de esas facetas: formando parte de un grupo de investigación, que realiza un proyecto bajo contrato para un tercero, como emprendedor de una idea de negocio basada en su actividad investigadora; o como inventor de alguna patente.

En este sentido, la transferencia tecnológica es el proceso mediante el cual el sector privado o público por medio de una alianza o convenio consiguen acceso a los avances tecnológicos desarrollos por los científicos, mediante el traslado de dichos desarrollos o avances a las empresas productivas para su debida transformación en bienes, procesos y servicios útiles, aprovechables comercialmente. Así mismo, la Transferencia Tecnológica es un vínculo entre la universidad, las empresas y estado, para la generación de desarrollo científico-técnico y económico en la región o departamento. La transferencia conlleva un convenio, un acuerdo, y presupone un pago y por tanto la comercialización del conocimiento es un elemento inherente a este proceso. De esta manera, este proceso implica el conjunto de actividades que llevan a la adopción de una nueva técnica o conocimiento y que envuelve la diseminación, demostración entrenamiento y otras actividades que den como resultado la innovación.

De lo anteriormente expresado, la transferencia tecnológica es una herramienta esencial para la generación de desarrollo económico sostenible en el tiempo, pero para que esta pueda



desempeñar el rol al que está llamada, deben existir condiciones sociales apropiadas de la universidades entre las que se destaca una mentalidad emprendedora en los estudiantes, docentes, directores de departamentos, coordinadores y científicos y una mentalidad científicos en los emprendedores no inventores, para posibilitar la construcción de equipos interdisciplinarios con facilidad de entendimiento entre sí. Es por esto, que las universidades son las llamadas a generar este tipo de culturas en sus estudiantes, docentes e investigadores y jefes departamentos de cada programa.

Por otra parte, las acciones de los coordinadores de los programas parecen influir en el comportamiento de los investigadores: si el coordinador es activo en la Transferencia Tecnológica, es más probable que el resto de miembros de los programas también lo sean. En este sentido, se observó que sorprendentemente, los comportamientos de Transferencia Tecnológica también están influenciados por la experiencia de los que están en posición similar, en términos de rango académico y sentido de pertenencia al programa. Si un individuo observa a los demás de su rango académico implicados en actividades de Transferencia Tecnológica, son más proclives a participar en actividades de este

De lo anteriormente expresado, el proceso de transferencia tecnológica resulta complejo, principalmente por los diversos factores y agentes que participan. Por ello, a fin de realizar un proceso de transferencia tecnológica eficiente y acorde con los objetivos de las universidades, éstos deberán abordarlo de una manera planificada y controlada.

En este sentido, el proceso de transferencia tecnológica puede subdividirse en varias fases, según Escorza (2007), dependiendo de los interlocutores implicados, así como de la situación de las tecnologías respecto a propiedad y copias, algunas de las fases pueden ser más importantes que otras. Para que este proceso se realice adecuadamente hay algunas consideraciones que se debe tener en cuenta como son:

- (a) Contar con la tecnología a ser transferida.
- (b) Haber identificado las necesidades y oportunidades de la transferencia tecnológica que se desea transferir.
- (c) Que la tecnología a ser transferida se adapte a las condiciones socioeconómicas y culturales locales.

Figura 1: Procesos de Transferencia Tecnológica



Fuente: Escorza (2007)



De acuerdo con lo anteriormente expresado, el mismo autor describe lo siguiente:

(a) Selección: Con respecto a la tecnología, las decisiones se refieren al proceso de selección de la tecnología adecuada, que no siempre es la tecnología de automatización y robotización más avanzada.

(b) Negociación: Es una ocupación lucrativa que cuando tiene un cierto volumen, estabilidad y organización se llama empresa. Es la consecuencia de la correcta administración de los recursos con un resultado económicamente positivo para las partes; es importante señalar que no solamente puede ser dinero sino relaciones de poder, o tecnológicamente hablando procesos o productos.

(c) Adquisición: posee un papel importante en el proceso de acumulación de capacidades tecnológicas, es por esto que se le asigna el propósito de convertir los procesos de compra de tecnología en unos procesos que permitan una verdadera transferencia de tecnología; ubicando a la gestión a lograr conseguir las capacidades tecnológicas adecuadas para el buen uso de la tecnología, para poder así adaptarlas y mejorarlas, en vez de adquirir una capacidad productiva. En las etapas globales para la adquisición de tecnología.

(d) Adaptación: La adaptación tecnológica es el proceso de hacer cambios a un proceso o una tecnología para su incorporación a un sistema existente. También se define como la adecuación de la tecnología recibida a las necesidades y recursos del medio que la adopta. Es importante que las empresas deben tener capacidad para adoptar, moldear y perfeccionar la tecnología ya adquirida bien sean importadas o creada en el país, con la finalidad de hacerlas más apropiadas a las necesidades de nuestro país y de las necesidades de la empresa.

En otro contexto, Link, Siegel y Bozeman (2007), destacan como principales variables que determinan dicha transferencia, la remuneración económica del personal investigador, recompensas no económicas (promoción, ascenso a plaza titular), relaciones y redes sociales (formadas por investigadores, empresas, administradores de la universidad, directores de las OTRIS), factores institucionales y normas culturales.

Otro enfoque, derivado de lo anterior y concretando algo más define a las universidades como la perspectiva social de su extensión y compromiso comunitario, es decir relacionada con las necesidades sociales de su entorno, tanto locales como regionales, planteamiento recogido por Molas-Gallart (2005), recopilando las experiencias en el reino unido y en el que se observa una doble actuación en la entidad universitaria, ya que de un lado se vincula más con su entorno, desarrollando su función social como servicio público y, de otro puede generarse ingresos adicionales por sus esfuerzos comunitarios.

En este sentido, las necesidades para transferir tecnologías sanas deberán identificarse a las disponibilidades de los recursos naturales y humanos para realizarlos Montenegro (2010). Las barreras van desde el desconocimiento adecuado de los recursos que son utilizados en las universidades, la falta de conocimiento sobre lo que se puede realizar con ellos, condiciones para realizar inversiones, seguridad jurídica, falta de conocimiento tecnológico y la falta del conocimiento del proceso de transferencia de tecnología en el programa de comercio Internacional en las universidades.



Bajo este enfoque, la aparición de una emergente transferencia tecnológica, hace necesario tanto el análisis como la evaluación de las necesidades de los estudiantes, docentes, coordinadores y directores de departamentos, reflejando la sobreoferta de información, del entorno de las universidades, como de los recursos disponibles que sean capaces de ofrecer un servicio dinámico, adaptado a los requerimientos reales de búsqueda de conocimiento.

Finalmente, para la eficiencia de la función de la transferencia depende exclusivamente de ciertos instrumentos que dinamicen y faciliten la transferencia. Entre ellos se encontrarían los contratos, patentes y licencias; la movilidad de investigadores (incluyendo la incorporación de doctores a las universidades); los servicios de apoyos a las investigaciones; los incentivos fiscales; la creación de empresas de base tecnológica y las macro-estructuras de comercialización de la I+D en las universidades públicas.

METODOLOGÍA

La presente investigación, se enmarca en el enfoque descriptivo, el cual según Salinas y Pérez (2007), lo expresan como una descripción de un hecho, fenómeno o técnica. Por otro lado, Hernández Fernández y Batista (2010), señalan que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de las personas, grupo, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

En este orden de ideas; los autores mencionados afirman que en estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para detallar lo que se investiga. Asimismo, el tipo de investigación se sostiene como proyecto factible y viable, según Rodríguez y Pineda (2003), ya que constituye una propuesta para transformar una realidad, al cubrir una necesidad o solucionar un problema aportando el diseño o creación de un modelo, y es viable según Hernández, Fernández y Batista (2010: p. 41), cuando expresa factibilidad de un estudio en cuanto a la disponibilidad del recurso.

El diseño de la investigación, según Hernández, Fernández y Batista (2010 p. 120), es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. Para el estudio de la variable transferencia tecnológica, se utilizaron los diseños de investigación de campo y de diseño no experimental tipo transeccional descriptivo. Es de anotar que según Hernández, Fernández y Batista (2010: p. 149), define la investigación no experimental, como el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

De lo dicho anteriormente, Es de señalar que el diseño de la presente investigación es de campo; por el procedimiento de recolección y recopilación de información o datos de grupos de coordinadores de los programas de comercio Internacional acerca de la variable transferencia tecnológica, para luego extraer conclusiones que correspondan con los datos recogidos mediante un análisis de tipo cuantitativo. Según Tamayo (2009 p. 114), lo define como los datos que se recogen directamente de la realidad, por lo cual los denominamos primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas.

Por consiguiente, Salinas y Pérez (2007), afirman que el diseño transeccional descriptivo tiene como objeto indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variable. El procedimiento consiste en medir en un grupo de personas u objetos una o generalmente más



variables y proporcionar su descripción. En esta investigación, los datos se recolectaron en un solo momento, en un tiempo único, siendo uno de sus propósitos describir la variable en estudio Transferencia Tecnológica.

Lo anterior concuerda con lo manifestado por Hernández, Fernández y Batista (2010. p.151, 152), investigación transeccional, son las investigaciones que recopilan datos en un solo momento o en un tiempo único y transeccional descriptivo, son las que tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variable en una población

RESULTADOS ESPERADOS

Uno de los factores que ha de considerarse y esperarse en relación universidad- empresa, según COTEC (2003), es el régimen de propiedad intelectual que se aplica en el momento de la transferencia de los resultados de la investigación universitaria, con el fin de potenciar la explotación de los resultados de I+D, asimismo, es preciso promover estructuras que faciliten la gestión y comercialización de estos conocimientos, generando de esta forma, nuevas estructuras de valorización o bien oficinas de licencias de tecnología, que se encargan de gestionar, promover y negociar los derechos de propiedad intelectual.

De esta manera se demuestra que las patentes transforman el know-how técnico en una mercancía negociable y transferible, de este modo el secreto industrial es una alternativa que puede ser eficaz de hacer cristalizar esos conocimientos en un activo que se puede adquirir, vender o arrendar en una forma más cierta y concreta que cuando la protección de la patente no existe.

De igual forma, señala que los documentos de patentes constituyen una fuente de información tecnológica de gran valor, porque son el medio de difusión en el que se plasman las invenciones. De esta forma, los inventores pueden obtener del estado un derecho sobre la explotación en exclusiva de su invención durante un periodo de tiempo a cambio de la divulgación de la misma en los documentos de patentes.

En este orden de ideas COTEC (2003), indica que uno de los mecanismos para la transferencia son los contratos, patentes y licencias desde la universidad a la empresa, las estructuras de intermediación no son suficientes, ya que requieren de instrumentos que dinamicen y faciliten la transferencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argote, L. & P. Ingram. (2000). **“Knowledge Transfer: A Basic for Competitive Advantage in Firms”**. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 82(1), pp. 150-169.
- Avalos, I. (1993). Procesos de transferencia tecnológica. Mc Graw Hill.
- Barraza, A. (2007). **Transferencia en tecnología de software en empresa de servicio del sector petrolero y la industria petrolera nacional y región occidental.**
- Becerra, M. (2004). **La transferencia de tecnología en Japón. Conceptos y enfoques.** Ciencia VII, N°1, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México



- Bercovitz, J.; Feldman, M. (2006). **“Entrepreneurial Universities and Technology Transfer: A Conceptual Framework for Understanding Knowledge – Based Economic Development”**. Journal of Technology Transfer, Vol. 31, Pp. 175- 188
- Colciencias (2006). **Plan estratégico programa nacional de prospectiva en ciencia, tecnología e innovación**. Bogotá: Colciencias.
- COTEC (2003). **La innovación en sentido amplio de vigilancia tecnológica**.
- Darr, E. D., & Kurtzberg, T. R. (2000) **An Investigation of Parther Similarity dimensions on Knowledge Transfer**. Organizational Behavior & Human Decision Processes, 82(1), Pp. 8-46.
- Decter, M.; Bennett, D.; Leseure, M. (2007). **University to business technology transfer – UK and USA comparisons**. **Technovation**, v. 27, p. 145-155.
- Escorza (2007), **Tecnología e innovación en la empresa**. Segunda edición, editorial Alfaomega. México.
- Gualdrón, C. (2011). **Transferencia tecnológica en el programa de comercio internacional en las universidades públicas del Departamento del Cesar**.
- Hernández, Fernández y batista (2006). **Metodología de la investigación para la administración**. México: McGraw- Hill Interamericana, S.A.
- Link, A. N; Siegel, D. S; & Bozeman, B. (2007) **“An empirical analysis of the Propensity of academics to engage in informal university technology transfer”** Industrial and Corporate Change, Vol. 16, N. 4, P.p. 641-655
- McAdam, R.; Kegh, W.; Galbraith, B.; Laurie, D. (2005) **“Defining and improving Technology Transfer business and management processes in university innovation centres”** Technovation, Vol. 25, pp. 1418-1430
- Maya, R. (2011), **Transformaciones “una guía para grupos y semilleros de investigación”** Editorial Unicesar.
- Menchaca, R. (2006). **Modelo de transferencia tecnológica para plataformas de conocimiento e información**. C: p 07738, México D.F.
- Montenegro, (2010) **Transferencia tecnológica e innovación: para no seguir inventado la rueda**. Colombia: razón publica.com. Artículo en línea consultado.
- Parra (2000, P. 67) **La gestión del conocimiento en la nueva economía, en Gestión del conocimiento y capital intelectual**. Experiencias en España, Instituto Universitario Euroforum Escorial, Madrid.
- Universidades-CRUE, (2007). **“Informe RedOTRI 2007”**. CRUE.
- Rodríguez, Y. y Pineda, M. (2003). **La Experiencia de Investigar**. Editorial Predios, Valencia, Venezuela.



Sabino (2007). **Procesos de investigación**. Panaco, Caracas.

Salinas y Pérez (2007). **Metodología de la investigación para la positiva**.

Szulanski, G. (2000); “**The process of knowledge transfer: A diachronic analysis of stickiness**”, *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 82, Pp. 9-27.

Tamayo y Tamayo, (2009). **Técnicas de Investigación**. Editorial McGraw Hill México

Tsai M., Tsai CH. (2005). **Innovation Capability and Performance in Taiwanese Science Parks: Exploring The Moderating Effects Of Industrial Clusters Fabric**. *The International Journal of Organizational Innovation*, 2 (4)

Unctad (1990). Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo.

Williams, F. y Gibson, D. (1990). **Technology Transfer: a communication perspective**. Sage Publications. Estados Unidos.



LA CONTRALORÍA SOCIAL COMO MECANISMO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA EN LOS CONSEJOS COMUNALES

Armas Albornoz, María Elena

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
maelenarmas@hotmail.com

Armas Albornoz, Luisa

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
lmarmasa@hotmail.com

Colmenares de Eizaga, Miriam

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
profesora.miriam@hotmail.com

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo analizar la Contraloría Social como herramienta para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Consejos Comunales. Teóricamente se fundamentó en los postulados de autores tales como: Ramírez (2004), Villegas (2001), Delgado (2012) y Dávila (2008). Así mismo, se sustentó desde el aspecto normativo en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), Código Orgánico Tributario (2001), Ley de Impuesto al Valor Agregado (2007), entre otros. Dicho estudio abordó aspectos relacionados con la Contraloría Social, como instrumento de participación ciudadana, su base constitucional, definición de los consejos comunales, la obligación tributaria de los consejos comunales, entre otros. Metodológicamente se trató de una investigación descriptiva, documental con diseño bibliográfico, no experimental, transeccional. Los datos se recolectaron mediante guías de observación. Para el análisis de los datos se utilizó análisis documental, de contenidos e interpretativo. Los resultados revelaron que a partir de la Constitución Nacional (1999) aparece una nueva visión de Estado y la gestión pública, orientada a la participación ciudadana, a través de la Contraloría Social, para la vigilancia y control de dicha gestión. También se reveló, que los Consejos Comunales, como nueva forma de gobierno están obligados a cumplir con deberes formales inherentes a relación tributaria, aunque se encuentren exentos del pago de impuestos nacionales.

Palabras clave: Contraloría Social, Obligación Tributaria, Consejos Comunales

INTRODUCCIÓN

Actualmente los ciudadanos venezolanos deben asumir la responsabilidad de involucrarse con su participación de manera activa en la vigilancia de la gestión pública, mediante el control de gestión, con el fin de vincularse en el desempeño de la misma, en aras del buen uso y destino de los recursos provenientes de la recaudación tributaria. Todo ello dando cumplimiento a los postulados establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999, donde se incorpora un gran número de disposiciones en lo político, social y económico que consagran las normas relativas a la participación ciudadana, entre las que destaca el artículo 62, donde se establece el derecho de todos los ciudadanos y ciudadanas a participar libremente en los asuntos públicos.



El medio más idóneo para la formación, ejecución y control de la gestión pública es la participación del pueblo, necesaria para lograr el protagonismo que garantice su completo desarrollo, tanto individual, como colectivo. El objetivo del presente estudio fue analizar la Contraloría Social como herramienta de control para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Consejos Comunales. Para ello se abordaron aspectos tales como: la Contraloría Social, como instrumento de participación ciudadana, su basamento constitucional, funciones, definición de los consejos comunales, la obligación tributaria de los consejos comunales, entre otros.

Entre las conclusiones más importantes se pueden citar: La referencia que se hace a la participación de los ciudadanos a través de la Contraloría Social como instrumento para el control de la gestión pública y la reflexión sobre la exención de impuestos nacionales establecida en la Ley Orgánica de los Consejos Comunales (2009), pero que a pesar de ella, están obligados al cumplimiento de deberes formales, entre otras.

METODOLOGÍA APLICADA

El tipo investigación fue descriptivo y documental, con diseño bibliográfico, transeccional, no experimental. Los métodos para la recolección de los datos se utilizó el análisis y la síntesis, como técnicas, la observación y revisión documental; los instrumentos empleados fueron guías de observación, libretas de anotaciones, sistema fólдер, entre otros. Como técnicas de análisis se utilizó el análisis documental, de contenidos e interpretativo.

LA CONTRALORÍA SOCIAL EN LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA (CRBV)

El fundamento legal de la Contraloría Social se encuentra en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV, 1999), desde el preámbulo la misma plantea desarrollar un tipo de sociedad democrática, participativa, protagónica, multiétnica y pluricultural. En dicha participación ciudadana está implícito un elemento fundamental, el control de la gestión pública, pues, mediante este dispositivo la sociedad contribuye con el seguimiento, vigilancia, control y evaluación del comportamiento de quienes administran los entes públicos para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

En este contexto, la Carta Fundamental contempla la participación ciudadana en el control de la gestión pública, incorporando dentro de su articulado el deber y el derecho de participar; con lo cual se pretende alcanzar una verdadera democracia participativa, donde los miembros de la sociedad sean los protagonistas de su propio bienestar así como la mejora continua de la calidad de vida, para el logro de la suprema felicidad. Así pues, el artículo 4 de la norma citada establece que Venezuela es un Estado federal descentralizado en los términos consagrados en la Constitución, y se rige por los principios de integridad territorial, cooperación, solidaridad, concurrencia y corresponsabilidad.

Igualmente indica en su artículo 5 que la soberanía reside en el pueblo, quien la ejerce directamente en la forma prevista en esta Constitución y en la ley, e indirectamente, mediante el sufragio, por los órganos que ejercen el Poder Público. Los órganos del Estado emanan de la soberanía popular y a ella están sometidos.



Continuando con el análisis a la Constitución Nacional (1999), acerca del sustento jurídico del control social el artículo 62 refiere que todos los ciudadanos tienen el derecho de participar libremente en los asuntos públicos, directamente o por medio de sus representantes; afirmando que la participación del pueblo en la formación, ejecución y control de la gestión pública es el medio necesario para lograr el protagonismo que garantice su completo desarrollo, tanto individual como colectivo. Es obligación del Estado y deber de la sociedad facilitar la generación de las condiciones más favorables para su práctica.

Así mismo, el artículo 132 de la CRBV (1999), establece el deber de toda persona de cumplir sus responsabilidades sociales y participar solidariamente en la vida política, civil y comunitaria del país, promoviendo y defendiendo los derechos humanos como fundamento de la convivencia democrática y de la paz social. En el mismo tenor el artículo 141, señala, la Administración Pública está al servicio de los ciudadanos y ciudadanas y se fundamenta en los principios de honestidad, participación, celeridad, eficacia, eficiencia, transparencia, rendición de cuentas y responsabilidad en el ejercicio de la función pública, con sometimiento pleno a la ley y al derecho.

En este orden, el artículo 158, destaca que la descentralización, como política de Estado, debe profundizar la democracia, de manera que el pueblo se acerque al poder, así como crear las condiciones óptimas, tanto para el ejercicio de la democracia como para el desempeño eficaz y eficiente de los cometidos estatales. Igualmente el artículo 184, ordena a la ley crear mecanismos abiertos y flexibles para que Estados y Municipios descentralicen y transfieran, tanto a las comunidades, como a grupos vecinales organizados, los servicios que éstos procuren, tales como salud, educación, vivienda, deporte, ambiente, cooperativas, mecanismos de autogestión, entre otros, siempre y cuando demuestren su capacidad para prestarlos.

La Contraloría Social se encuentra definida en la Ley Orgánica de Contraloría Social (LOCS, 2010) como la función compartida entre las instancias del Poder Público y los ciudadanos, y las organizaciones del Poder Popular, para garantizar que la inversión pública se realice de manera transparente y eficiente en beneficio de los intereses de la sociedad, e igualmente que las actividades del sector privado no afecten los intereses colectivos o sociales.

Para el Centro Nacional de Tecnología de Información, la Contraloría Social, es el derecho a la participación de todos los ciudadanos en la formación, ejecución y control de gestión de las políticas públicas, en forma directa o a través de sus representantes legales.

Para las investigadoras, la Contraloría Social es el mecanismo cuyo basamento legal se encuentra en la Constitución Nacional (1999), mediante el cual los ciudadanos participan corresponsablemente con el Estado en las funciones de prevención, vigilancia, supervisión y control de la gestión pública.

En este sentido, la Ley Orgánica de la Contraloría Social (2010), tiene por objeto desarrollar y fortalecer el poder popular mediante la participación y corresponsabilidad conjuntamente con el Poder Público.

El propósito fundamental del control social, establecido en la LOCS (2010), es la prevención y corrección de comportamientos, actitudes y acciones que sean contrarios a los intereses sociales y a la ética en el desempeño de las funciones públicas, así como en las actividades de



producción, distribución, intercambio, comercialización y suministro de bienes y servicios necesarios para la población, realizadas por el sector público o el sector privado.

El artículo 8 de la LOCS (2010) establece los siguientes deberes de los miembros de la Contraloría Social:

1. Cumplir sus funciones con sujeción estricta a las presentes normativas y las que regulen la materia o las materias del ámbito de su actuación en el ejercicio del control social.
2. Informar a sus colectivos sobre las actividades, avances y resultados de las acciones de prevención, supervisión, vigilancia, evaluación y control del área o ámbito de actuación de la organización.
3. Presentar informes, resultados y recomendaciones a los órganos y entidades sobre las cuales ejerzan actividades de control social.
4. Remitir informe de avances y resultados de sus actividades a los organismos públicos a los que compete la materia de su actuación y a los órganos de control fiscal.
5. Hacer uso correcto de la información y documentación obtenida en el ejercicio del control social.

Además de las obligaciones indicadas, los miembros de la Contraloría Social pueden ejercer funciones de supervisión en el cumplimiento de los deberes formales a que están obligados los consejos comunales, para así garantizar el adecuado acatamiento de las disposiciones legales tributarias y evitar sanciones.

LOS CONSEJOS COMUNALES

Acerca de los Consejos Comunales se presentan a continuación algunos argumentos generales que revelan características que los definen, tales como: Ente social, participación ciudadana, gobierno local, asociación comunitaria, entre otras.

Para Dávila (2008), el término “consejo” se refiere a un cuerpo colegiado que tiene diferentes funciones. Consejo comunal hace referencia a un tipo de gobierno local. Se le asignan tareas legislativas sobre su constitución administrativa, por medio del ejercicio presupuestario. Tiene que ver con lo financiero al manejar bancos comunales. Todas estas funciones deben cumplirse en un territorio delimitado por una comunidad, de ahí que se hable de comunal.

La Ley Orgánica de los Consejos Comunales (LOCC, 2009), en su artículo 2 los define como organizaciones de participación, articulación e integración entre los ciudadanos y diversas estructuras comunitarias, movimientos sociales y populares, que permiten al pueblo organizado ejercer el gobierno comunitario y gestionar directamente políticas y proyectos dirigidos a responder las necesidades, potencialidades y aspiraciones de las comunidades, en la construcción del nuevo modelo socialista de igualdad, equidad y justicia social. Para Delgado (2012), en esta definición, se parte de un contexto constitucional, tal es el caso de la democracia participativa y protagónica, aspecto fundamental del proceso de cambios y transformaciones sociopolíticas que se vienen impulsando en Venezuela.



En el artículo 3 de la mencionada ley, se hace referencia a los principios y valores que rigen su organización y funcionamiento, entre los que cita: participación, corresponsabilidad, democracia, identidad nacional, libre debate de ideas, celeridad, coordinación, cooperación, solidaridad, transparencia, rendición de cuentas, honestidad, bien común, humanismo, territorialidad, colectivismo, eficacia, eficiencia, ética, responsabilidad social, control social y de género; estos valores se destacan para establecer la base sociopolítica del socialismo que consolide un nuevo modelo político, social, cultural y económico.

El artículo 19 de la LOCC (2009), establece la estructura de los Consejos Comunales, a los fines de su funcionamiento y está integrado por:

1. La Asamblea de Ciudadanos del Consejo Comunal.
2. El Colectivo de Coordinación Comunitaria.
3. La Unidad Ejecutiva.
4. La Unidad Administrativa y Financiera Comunitaria.
5. La Unidad de Contraloría Social.

La unidad de Contraloría Social debe estar en constante comunicación con la unidad Administrativa y Financiera Comunitaria pues, es ésta la instancia del consejo comunal que funciona como un ente de administración, ejecución, inversión, crédito, ahorro e intermediación financiera de los recursos y fondos de los consejos comunales. Tiene entre otras funciones: Elaborar los registros contables con los soportes que demuestren los ingresos y egresos efectuados; presentar trimestralmente el informe de gestión y la rendición de cuenta pública; consignar ante la Unidad Contraloría Social del consejo comunal, el comprobante de la declaración jurada de patrimonio de los voceros de la Unidad Administrativa y Financiera Comunitaria al inicio y cese de sus funciones; Elaborar y presentar el proyecto anual de gastos de los fondos del consejo comunal.

LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA EN LOS CONSEJOS COMUNALES

Al hablar de obligación tributaria se tiene que hacer mención a la relación jurídica tributaria; sobre el particular Villegas (2004) indica que es el vínculo jurídico obligacional que se establece entre el Estado como sujeto activo que exige una prestación pecuniaria a título de tributo, y un sujeto pasivo que está obligado a pagarlo. Para Ramírez (2004), la relación jurídica tributaria es el vínculo que surge de la potestad tributaria del Estado, quien la ejerce y los ciudadanos, quienes están sometidos a ella, en virtud de una ley constitucional.

En materia tributaria la obligación del pago del tributo nace en la Constitución Nacional, cuando dispone en el artículo 133 el deber de toda persona a coadyuvar a los gastos públicos, mediante el pago de tributos.

En este orden, el artículo 61 de la LOCC (2009), indica expresamente que los consejos comunales estarán exentos de todo tipo de pagos de tributos nacionales, tales como, impuesto sobre la renta (ISLR) e impuesto al valor agregado (IVA) y derechos de registro. Así mismo exhorta a los Estados y Municipios establecer mediante leyes y ordenanzas, las exenciones para los consejos comunales previstas en dicho artículo.



Con alcance a lo expuesto anteriormente, las actividades de los consejos comunales deben estar enmarcadas dentro del ámbito de la ley que los rige; así, cumplir con toda la normativa en cuanto le sea aplicable, incluyendo la tributaria, ya que a pesar de estar exento al pago de los tributos nacionales, deben acatar las disposiciones inherentes al cumplimiento de la obligación tributaria, establecida en el COT (2001) y demás leyes tributarias. Entre las disposiciones que deben acatar está el cumplimiento de los deberes formales, que no es otra cosa que la observancia de trámites, requisitos y demás formalidades relativas a las tareas de determinación, fiscalización y control de la Administración Tributaria.

Con relación a lo anterior, el Código Orgánico Tributario (2001) en su artículo 145 establece obligaciones a cumplir por parte de los contribuyentes, responsables y terceros, las cuales se citan seguidamente:

1. A requerimiento de las leyes o reglamentos:

a. Llevar en forma debida y oportuna los libros y registros especiales, conforme a las normas legales y los principios de contabilidad generalmente aceptados, relacionados con operaciones vinculadas a la tributación y mantenerlos en el domicilio o establecimiento del contribuyente y responsable.

b. Inscribirse en los registros correspondientes, suministrando los datos necesarios y comunicando oportunamente sus modificaciones.

c. Colocar el número de inscripción en los documentos, declaraciones y en las actuaciones ante la Administración Tributaria o en los demás casos donde se exija hacerlo.

d. Solicitar a la autoridad que corresponda permisos previos o de habilitación de locales.

e. Presentar, las declaraciones correspondientes, dentro del plazo fijado.

2. Emitir los documentos exigidos por las leyes tributarias especiales (factura), cumpliendo con los requisitos y formalidades en ellas requeridos.

3. Exhibir y conservar en forma ordenada, mientras el tributo no esté prescrito, los libros de comercio, libros y registros especiales, documentos y antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos impositivos.

4. Contribuir con los funcionarios autorizados en la realización de las inspecciones y fiscalizaciones, en cualquier lugar, establecimientos comerciales o industriales, oficinas, depósitos, buques, aeronaves y otros medios de transporte.

5. Exhibir en las oficinas o ante los funcionarios autorizados, las declaraciones, informes, documentos, comprobantes de legítima procedencia de mercancías, relacionadas con hechos impositivos, y realizar las aclaraciones que les fueren solicitadas.

6. Comunicar cualquier cambio en la situación que pueda dar lugar a la alteración de su responsabilidad tributaria, especialmente cuando se trate del inicio o término de las actividades del contribuyente.



7. Presentarse ante las oficinas de la Administración Tributaria cuando su presencia sea requerida.

8. Dar cumplimiento a las resoluciones, órdenes, providencias y demás decisiones dictadas por los órganos y autoridades tributarias.

En cuanto al deber de llevar libros contables, indicado en el literal (a) del artículo 145 del COT (1999), éste debe realizarse en forma ordenada, cumpliendo con todas las formalidades establecidas en la normativa, sólo se admitirá un mes de retraso, en idioma castellano, en moneda de curso legal. Deben mantenerse en el establecimiento del contribuyente (casa comunal), exhibirlos cuando lo requiera la administración Tributaria y conservarlos por el tiempo estipulado en la norma (10 años).

En el caso de no llevar los libros contables de la manera indicada, se configuraría el ilícito formal relacionado con la obligación de llevar libros y registros contables, lo cual acarrea sanciones; en el caso de no llevar libros contables exigidos, multa de 50 unidades tributaria (UT), incrementadas en 50 UT por cada nueva infracción hasta un monto máximo de 250 UT; por no cumplir con las formalidades y condiciones establecidas por la norma, o llevarlo con un atraso mayor a un mes, no llevarlo en idioma castellano o en moneda nacional, no conservarlos por los plazos legales establecidos, multa de 25 UT, incrementada en 25 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 100 UT.

También deben llevar los libros especiales o auxiliares, donde se registren cronológicamente la adquisición de bienes y servicios; o para anotar las operaciones de ventas. A estos libros también se les denomina de compras y ventas. El libro de compras es una relación donde se presentan cronológicamente toda la información relativa a las compras realizadas por el contribuyente en un mes, la cuales deben estar soportadas mediante facturas recibidas u otros documentos que comprueben la adquisición de bienes o recepción de servicios, la cual debe ser exigida al proveedor. El libro de ventas es una relación donde se registran las ventas efectuadas por el contribuyente en un mes, también deben estar documentadas mediante facturas emitidas.

Adicionalmente al cumplimiento de la norma contenida en el COT (2001), también deben acatar las disposiciones de la Ley del IVA (2007) su Reglamento (2003), Providencia Administrativa 1677 (2003), relativa a los contribuyentes formales y Providencia 0071 (2011), relacionada con la emisión de facturas.

En el caso de que los consejos comunales realicen operaciones de ventas de bienes o presten servicios están en la obligación de emitir facturas, la cual debe cumplir con los requisitos y características indicadas en la norma que regula la materia. Si no se cumple con la obligación de exigir o emitir facturas u otros documentos obligatorios cumpliendo con la normativa legal, se configurarían el ilícito relativo con el deber de exigir y emitir factura acarrea imposición de sanciones.

En el caso de no llevar los libros especiales de la forma prevista en la norma, se configuraría el ilícito formal relacionado con la obligación de llevar libros y registros especiales, lo cual conlleva a sanciones; en el caso de no llevar libros especiales exigidos, multa de 50 unidades tributaria (UT), incrementadas en 50 UT por cada nueva infracción hasta un monto máximo de 250 UT; por no cumplir con las formalidades y condiciones establecidas por la



norma, o llevarlo con un atraso mayor a un mes, no llevarlo en idioma castellano o en moneda nacional, no conservarlos por los plazos legales establecidos, multa de 25 UT, incrementada en 25 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 100 UT. Adicionalmente, en caso de impuestos indirectos (IVA), se procederá a la clausura por un plazo máximo de 3 días continuos.

A MANERA DE CONCLUSIONES

El objeto y fundamento de las normas constitucionales que dieron origen al derecho de participación ciudadana es acercar el poder al pueblo, es decir, la democratización del poder. La Contraloría Social representa un órgano para el control de la gestión pública, ejercido por los ciudadanos de una comunidad, con lo cual se pretende alcanzar una genuina democracia participativa y permitiría vigilar la sana administración de los recursos públicos, para garantizar el uso eficiente de los mismos. Es un deber y derecho establecido en la Constitución Nacional (1999) y el Estado debe ser garante del cumplimiento de este mandato.

Ciertamente, los Consejos Comunales gozan de exención en el pago de impuestos nacionales, pero la Ley no los exime del cumplimiento de los deberes formales que acarrea la obligación tributaria. Una forma de verificar el cumplimiento de dicha obligación tributaria es a través de la Contraloría Social, implementando programas de supervisión de cada una de las actividades desarrolladas para el acatamiento de los deberes formales ya que los consejos comunales presentan ciertas debilidades en la observancia de tal obligación y es aquí donde la participación de la comunidad, a través de la Contraloría Social, puede ayudar a corregir situaciones desviadas del respeto a la norma tributaria, lo cual traería como consecuencia sanciones por parte de la Administración Tributaria.

Acerca de la verificación de deberes formales, así como el requerimiento de información, son actividades que se deben cumplir acatando las disposiciones del COT en materia procedimental de verificación y reguladora de deberes formales.

Aunado esta situación podrían presentarse otras consecuencias, entre las cuales destaca la falta de credibilidad no sólo en los miembros como tal, sino también en la figura jurídica de los Consejos Comunales, como generadora del desarrollo comunitario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Constituyente de la República de Venezuela (1999). **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**. Gaceta Oficial No. 5.453. Caracas.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2001). **Código Orgánico Tributario**. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Ordinaria No. 37.305. Caracas.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2007). **Ley de Reforma Parcial de la Ley del Impuesto al Valor Agregado**. Gaceta Oficial No. 38.617 de fecha 01 de febrero de 2007. Caracas.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2009). **Ley Orgánica delos Consejos Comunales**. Gaceta Oficial No. 39.335. 28 de diciembre 2009. Caracas.



Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2010). **Ley Orgánica de Contraloría Social**. Gaceta Oficial Extraordinaria No. 6.011. 21 de diciembre 2010. Caracas.

Centro Nacional de Tecnología de Información. (S/F) **Participación Ciudadana y Contraloría Social**. Disponible en: http://www.cnti.gob.ve/oac/index.php?option=com_content&view=article&id=62:participacion-ciudadana&catid=59:de-interes&Itemid=118 Fecha de consulta: 31/08/2014.

Dávila, P. (2008). **Consejos Comunales**. Caracas. Editorial Panapo C.A.

Delgado, J. (2012). **Comentarios a la Nueva Ley Orgánica de los Consejos Comunales**. Valencia. Vadell Hermanos Editores C.A.

Ejecutivo Nacional (1999). **Reglamento General del Decreto con Fuerza y Rango de Ley del Impuesto al Valor Agregado**. Gaceta Oficial Extraordinaria No. 5.363. 12 de julio de 1999.

Ramírez, V. (2004). **Manual de Derecho Tributario**. Rufino Torres Editor. Barquisimeto.

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria. (2003). **Providencia Administrativa N°/SNAT/2003/1.677**. Gaceta Oficial 37.677. 25 de abril 2003. Caracas.

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria. (2011). **Providencia Administrativa N° Providencia Administrativa N°/SNAT/2011/00071**. Gaceta Oficial 39.795 del 8 noviembre 2011. Caracas.

Villegas, H. (2004) **Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario**. Buenos Aires. Ediciones Depalma.



CUMPLIMIENTO DE DEBERES FORMALES PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN ORGANIZACIONES COMUNITARIAS

Marlyn Mercedes Morales Morillo

Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo (IUTM)
marlynmercedes@hotmail.com

María Elena Armas Alborno

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
maelenarmas@hotmail.com

Marilyn del Carmen Morales Morillo

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
Marilyn.morales@urbe.edu

RESUMEN

El presente trabajo se orientó al análisis del cumplimiento de los deberes formales para el fomento de la cultura tributaria en organizaciones comunitarias. El estudio se enmarcó como una investigación documental y descriptiva, con un diseño bibliográfico, no experimental y transversal. Para recolectar los datos se emplearon como técnicas la observación, revisión documental de textos y normas jurídicas y la entrevista; y como instrumentos, el sistema folder, fichas electrónicas así como un guion de entrevista estructurada; para procesar dichos datos se aplicó el análisis cualitativo de los contenidos, análisis crítico y hermenéutica jurídica. La población estuvo conformada por los Consejos Comunales ubicados en la Parroquia Luis Hurtado Higuera, seleccionándose como muestra de tipo intencional al Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, específicamente ocho (8) voceros integrantes de las Unidades Ejecutiva, Contraloría Social, Administrativa y Financiera Comunitaria, y Comisión Electoral Permanente. Los resultados arrojaron que esta organización comunitaria cumple con el deber de inscripción ante la Administración Tributaria; no obstante, no llevan los libros contables (diario, mayor e inventario), realizan una relación cronológica mensual de compras con datos incompletos, no emiten facturas por no realizar operaciones de ventas; sin embargo, reciben facturas de sus proveedores que no cumplen con los requisitos exigidos por la normativa aplicable. En razón de estas debilidades se propuso un instructivo para el cumplimiento de los deberes formales donde se describe cada deber formal, su objetivo, leyes que lo sustentan, normas generales, aplicación y anexos; por lo que se recomienda su implementación y revisión periódica por parte de esta organización comunitaria para el efectivo acatamiento de los mismos.

Palabras clave: Consejo Comunal, Cultura Tributaria, Deberes Formales.

INTRODUCCIÓN

El Estado en ejercicio de su potestad tributaria, otorga diversos beneficios a través de los cuales se pretende impulsar determinados sectores económicos con el propósito de que realicen actividades, orientadas al mejoramiento de la estructura productiva o a su fin social. Su naturaleza radica en la disminución del efecto tributario sobre ciertos sectores o actividades relevantes al desarrollo económico del país (Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria, 2014).



Al respecto, las exenciones, rebajas y la autorización para que el Ejecutivo pueda conceder exoneraciones también deben establecerse mediante una ley, a tenor de lo establecido en el artículo 317 del texto constitucional (1999); así como el Código Orgánico Tributario (COT, 2001) en su artículo número 4 ratifica el carácter legal de los incentivos fiscales; y en el artículo 73 define concretamente a la exención como la dispensa total o parcial del pago de la obligación tributaria otorgada por la ley.

Dentro de este grupo de sujetos pasivos cuya actividad y funcionamiento se encuentra exenta de todo pago de impuestos nacionales destacan los Consejos Comunales, tal como lo establece el artículo 61 de la Ley Orgánica de los Consejos Comunales (LOCC, 2009). Estas organizaciones comunitarias son creadas con la finalidad de que las políticas públicas surjan desde la base de la comunidad.

Conforme a la LOCC (2009), los Consejos Comunales constituyen instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos y ciudadanas, que permiten al pueblo organizado ejercer directamente la gestión de las políticas públicas y proyectos orientados a responder a las necesidades y aspiraciones de las comunidades en la construcción de una sociedad de equidad y justicia social.

De esta manera, las comunidades pueden decidir a la luz de diferentes opciones cual sería la solución a las demandas sociales; y de esta manera, hacer más efectiva la gestión comunitaria, el cual atiende al interés colectivo en el sentido de que ya que no busca como objetivo principal la obtención de ganancias que enriquezcan a un individuo o a un grupo determinado; por el contrario busca la redistribución de dichas ganancias entre los habitantes de la colectividad, para promover la participación ciudadana.

Por tanto, se exige a los Consejos Comunales ser más que gestores de reivindicaciones para sus comunidades; que los mismos irradien su mando primario desde el centro del barrio hacia la parroquia, municipio y nación, convirtiéndose en verdaderos gobiernos locales que asuman progresivamente competencias que estaban reservadas a los gobiernos nacionales, estatales y municipales (Herrera, 2008)

Ahora bien, las actividades de los Consejos Comunales deben estar enmarcadas dentro del ámbito de la ley que los rige; así cumplir con toda la normativa en cuanto le sea aplicable incluyendo la tributaria, ya que a pesar de estar exento al pago de los tributos nacionales, deben cumplir con los deberes formales tributarios, tal como lo establecen las leyes respectivas.

Tales deberes formales tributarios, son controlados y fiscalizados por la Administración Tributaria en Venezuela y consisten en obligaciones tendientes a facilitar la determinación de la obligación tributaria o la verificación fiscal del cumplimiento de ella. Al respecto, expresa Durán (2004) que los deberes formales son obligaciones accesorias o deberes que suponen un hacer, no hacer y soportar, y pueden clasificarse como activos o pasivos. Los activos involucran el deber de hacer, tales como: pagar oportunamente, presentar declaraciones, rendir informes, entre otras; y las pasivas son de no hacer o de soportar, tales como no entorpecer las investigaciones tributarias, permitir las inspecciones, entre otras.

En tal sentido, el artículo 145 del COT (2001) establece una lista de deberes formales a ser cumplidos por los sujetos pasivos; lista considerada solo a título enunciativo, no taxativo, por lo



tanto, el obligado debe cumplir además, con aquellas obligaciones formales establecidas en las leyes tributarias especiales, en sus reglamentos y en las resoluciones administrativas. Entre los deberes destacan los siguientes:

1. Estar inscritos en el RIF: Los Contribuyentes están obligados a la inscripción en el Registro de Información Fiscal (RIF) puesto que la Administración Tributaria debe llevar un control actualizado de los contribuyentes y responsables del pago del impuesto.

2. Emitir documentos que soporten las operaciones de ventas o prestaciones de servicio por duplicado, que cumplan con los requisitos que la providencia dispone, el cual hace referencia a la emisión de facturas o documentos equivalentes; siendo entonces una formalidad indispensable para el funcionamiento del Impuesto al Valor Agregado, al servir de soporte para demostrar la existencia de los elementos técnicos del impuesto como los débitos y créditos fiscales.

3. Llevar los libros contables: Según Sanmiguel (2006) los libros contables son aquellos en los que se efectúan los registros o asientos contables por las distintas operaciones realizadas por las empresas o por entes económicos; siendo los principales el libro diario, el mayor y el de inventario.

4. Llevar una relación cronológica mensual de todas las operaciones de ventas o libro de ventas; realizando mensualmente un resumen respecto de las ventas realizadas.

5. Llevar una relación cronológica mensual de todas las operaciones de compras o libro de compras, donde se estipulen cuáles fueron las operaciones realizadas por dicho contribuyente en un mes; los cuales deberán ser presentados cuando la administración tributaria así lo requiera.

Es importante acotar que el cumplimiento voluntario de las obligaciones en el ámbito tributario, contribuye al fomento de la cultura tributaria en el país, entendida ésta según Méndez (2004), como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen.

Esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana aunado a la solidaridad social de los contribuyentes; asumiendo el compromiso que como ciudadano tiene el mismo como pieza importante en el financiamiento del gasto público y en el consecuente logro del bienestar social; constituyendo manifestaciones que conllevan a prevalecer la ética social. Por tanto, la cultura tributaria implica el conocimientos de los deberes y derechos ciudadanos (Armas y Colmenares, 2009).

En cierta medida, existen contribuyentes que presentan ciertas debilidades en la observancia de los deberes formales tributarios, mostrando resistencia al pago y al seguimiento de los mismos; presentando ausencia en el sentido de compromiso con el Estado Venezolano; careciendo de una cultura tributaria que les haga concientizar el pago de las obligaciones que tienen con el sujeto activo; actuando en detrimento del logro del bienestar social.

De esta realidad no escapa el Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad,



ubicado en el Barrio José Gregorio Hernández, Sector La Matancera, Parroquia Luis Hurtado Higuera del Municipio Maracaibo del Estado Zulia, ya que en entrevista informal efectuada a varios voceros principales del mismo, acotaron debilidades en el funcionamiento interno del mismo: problemas en la configuración de los libros contables, la relación de ingresos y gastos no es llevada de la forma debida, por lo que dificulta el asiento de las diversas facturas de gastos ocasionados; los cuales se resumen en la ausencia de lineamientos claros y precisos para el cumplimiento efectivo de los requerimientos establecidos en la LOCC (2009).

La falta de control en la gestión de los Consejos Comunales podría producir múltiples consecuencias, una de estas sería la falta de credibilidad no sólo en los miembros como tal sino también en tal figura jurídica como generadora del desarrollo comunitario; otra sería la impunidad en la aplicación de las medidas de responsabilidad administrativa y penal; la falta de manejo de los recursos públicos podría generar pocas obras y por último la desaparición de estas organizaciones comunitarias.

En razón de las ideas anteriores, la presente investigación tiene como propósito general analizar el cumplimiento de los deberes formales para el fomento de la cultura tributaria en organizaciones comunitarias, de modo que conciban el cumplimiento permanente de los deberes tributarios como un deber sustantivo, así como tomen conciencia que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad el registro de sus actuaciones en materia tributaria, el manejo de los recursos y la eficiencia en su conducta logrando con una actitud tributaria responsable, motivada tanto por creencias como por valores que conduzcan a la aceptación del deber de colaborar para que el Estado garantice al colectivo servicios públicos eficaces y eficientes.

En este orden de ideas, es importante destacar que el desarrollo de la cultura tributaria permitirá a sus miembros el establecimiento de un sentido de solidaridad para con los demás, aceptando su sitio que le corresponde en la sociedad. Asimismo, el acatamiento de estos deberes lleva inherente el derecho y la legitimidad que tienen todos los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones. De esta manera, se estaría haciendo profilaxis para el funcionamiento de esta instancia de participación; sino también para el verdadero empoderamiento de las comunidades en el entendido de que traduzcan a la realidad sus deseos y necesidades.

METODOLOGÍA EMPLEADA

La modalidad de investigación empleada fue documental y descriptiva, con un diseño bibliográfico, no experimental transversal. Para recolectar los datos se aplicaron como métodos el análisis y la síntesis; la observación, revisión documental y la entrevista fueron las técnicas; siendo los instrumentos fichas electrónicas, sistema folder así como un guion de entrevista dirigido a verificar el cumplimiento de los deberes de inscripción ante la Administración Tributaria Nacional; el relativo a los libros contables y especiales; el régimen de facturación u otros documentos equivalentes, constante de veintiocho (28) preguntas abiertas y cerradas.

Seguidamente, dadas las características de la presente investigación, la población estuvo conformada por los Consejos Comunales pertenecientes a la Parroquia Luis Hurtado Higuera, los cuales suman la cantidad de diez (10) organizaciones comunitarias, seleccionándose como muestra intencional el Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, con ocho (8) informantes clave, integrantes de la Unidad Ejecutiva, Administrativa y Financiera Comunitaria,



Contraloría Social y la Comisión Electoral Permanente del mismo.

Para el análisis y procesamiento de los datos se emplearon diversas técnicas: análisis cualitativo de los contenidos, análisis crítico y hermenéutica jurídica.

RESULTADOS

Los resultados se obtuvieron en virtud de la aplicación del guion de entrevista dirigido a la verificación del cumplimiento de los deberes formales tributarios tales como el deber de inscripción, llevar libros contables y especiales; y el relativo al régimen de facturación en el Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, el cual fue aplicado a los informantes claves; junto a la recopilación y revisión bibliográfica de la doctrina y legislación tributaria vigente.

En cuanto al examen del cumplimiento del deber de inscripción ante la Administración Tributaria Nacional, se constató la inscripción de esta organización comunitaria en el RIF, el cual se encuentra vigente con todos sus datos actualizados; por lo que se verifica el cumplimiento de este deber formal; a pesar, de que en sus diversas actuaciones no es colocado el número de inscripción, tales como en la relación de compras llevada a cabo por el mismo.

Cabe señalar que la obligación de inscripción por parte de todos los contribuyentes en general se encuentra previsto en el artículo 145 del COT (2001), donde se tipifica la inscripción en los registros pertinentes, aportando los datos necesarios para proceder a la misma, comunicando oportunamente las modificaciones y colocando el número de inscripción en los documentos, declaraciones y actuaciones ante la Administración Tributaria o en los demás casos en que se exija hacerlo, todo ello de acuerdo con lo establecido en el art. 145 literal b del COT (2001).

Con respecto al análisis de los mecanismos para el cumplimiento del deber formal relativo a los libros contables y especiales, se obtuvo que el mismo no cuenta con libros contables, tales como el libro diario, mayor e inventario. Las razones esgrimidas ante esta situación apuntan al desconocimiento de la estructura de cada uno de ellos, así como de su utilidad; aunado al hecho de no contar con un personal con conocimientos básicos de contabilidad para llevarlos de manera formal, siendo ésta una debilidad detectada y que el cual pudiera generar el ilícito formal tributario relacionado con la obligación de llevar libros contables, trayendo como consecuencia la imposición de multas, tal como lo señala el COT (2011).

De igual forma, en cuanto a los libros especiales de compra y venta se constató que no llevan una relación cronológica de ventas al no poseer ingresos propios; llevando solamente de manera mensual una relación cronológica de compras en un formato Excel, donde solo se colocan los siguientes elementos: fecha de la factura, número de factura, número de control, nombre del proveedor, número de RIF del proveedor, base imponible (precio), el IVA a cancelar, y el total de la factura; obviándose otros elementos requeridos por la normativa jurídica tributaria (Ley del IVA y su Reglamento), tales como: Nombre del Consejo Comunal, dirección fiscal, número de RIF del Consejo Comunal y la identificación del mes; esta relación es llevada de manera electrónica, no evidenciándose ningún tipo de respaldo físico.

Cabe destacar, que en esta relación cronológica mensual no son separadas las compras que son gravadas de las que no lo están, no se separan las compras que poseen varias



alícuotas de IVA y la misma es llevada de manera electrónica, no evidenciándose ningún tipo de respaldo físico.

En consecuencia, se realiza la importancia de dar fiel cumplimiento a esta obligación de llevar los libros contables (diario, mayor e inventario) y registros especiales (compras y ventas) de manera debida, sin retrasos, en moneda nacional, acatando las formalidades y condiciones tipificadas en la normativa jurídica tributaria aplicable.

Asimismo, se destaca la necesidad de que sea llevada la contabilidad en los Consejos Comunales, ya que permitirá agilizar de forma transparente y efectiva la transferencia de los recursos financieros y no financieros, los provenientes de la intermediación financiera con los fondos generados, asignados o captados, bienes, obligaciones, deudas, compromisos, planes, programas, proyectos y cualquier otro adquirido en el ejercicio de la gestión de la Unidad de Gestión Financiera al Consejo Comunal (Morgano, 2010).

Con relación a la descripción del procedimiento para llevar a cabo el régimen de facturación u otros documentos equivalentes, luego de la revisión en el Consejo Comunal anteriormente mencionado de las facturas emitidas por los proveedores de los materiales de construcción y otros gastos, en virtud de la ejecución del proyecto de construcción de viviendas, se obtuvo que la mayoría de las facturas recibidas no cumplen con los requisitos establecidos en la Providencia 00071 (2011), tales como: fecha, datos del vendedor, datos de la imprenta, entre otros; así como también diversos gastos no se encuentran soportados en facturas u otros documentos equivalentes.

Es importante destacar, que el Consejo Comunal hasta los momentos no ha emitido facturas por no realizar operaciones de venta; no obstante, como contribuyente formal del IVA debe recibir facturas al momento de realizar sus compras y emitir facturas u otros documentos equivalentes en el caso de que efectúe operaciones de venta.

Cabe acotar, que la factura es el documento emitido por toda persona natural o jurídica con ocasión de las operaciones que realiza (Romero, 2011). Es el documento principal de la operación de compra-venta; con ella queda concretada y concluida la operación, es un documento de contabilidad y medio de prueba legal (SanMiguel, 2006).

De igual forma, constituye un medio de control fiscal de la Administración Tributaria, de allí que debe cumplir con una serie de requisitos de forma, que permitan dar a conocer con mayor precisión la operación económica realizada por los sujetos pasivos de la obligación tributaria, las cuales son: la denominación Factura; numeración consecutiva; número de control; nombre, apellido, razón social, domicilio fiscal y número de Rif del vendedor; nombre, apellido, Rif y número de cédula del vendedor; descripción de la venta; cantidad y monto; monto total; Rif y razón social de la imprenta; y la fecha de emisión.

Posteriormente, al detectarse las deficiencias en los registros contables asentados en los libros obligatorios y especiales, así como en el régimen de facturación en el Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, se propuso un instructivo para el efectivo cumplimiento de los Deberes Formales en Impuestos Nacionales, el cual fue elaborado con base a la recopilación del material bibliográfico en materia de deberes formales tributarios, el análisis de la información recolectada en las reuniones con los miembros de este Consejo Comunal; aunado a la revisión de la normativa tributaria donde se consagran tales deberes formales.



Se realizó la versión preliminar del instructivo y fue sometido a la consideración de cinco (5) expertos en el área tributaria-educativa-metodológica arrojando sugerencias en torno a la presentación del mismo, extensión de la información, normativa aplicable y los anexos señalados.

Dicho instructivo para el cumplimiento de los deberes formales en impuestos nacionales, consta de los siguientes aspectos: introducción, contenido; objetivo, alcance, responsables y marco normativo del instructivo, los deberes formales (su definición y clasificación), se examina cada uno de los deberes formales: deber formal de inscripción, de llevar libros contables y libros especiales, emitir y exigir comprobantes; analizándose el objetivo del deber, leyes que lo sustentan, normas generales, aplicación y anexos.

Finalmente, los voceros de la Unidad Administrativa y Financiera Comunitaria del Consejo Comunal antes mencionado, manifestaron estar conscientes de la importancia del instructivo propuesto, encontrándose dispuestos a examinar, analizar y comprender cada una de sus partes para poderlo aplicar de manera efectiva, sin dejar a un lado su revisión periódica para adaptarse a los cambios que puedan producirse en la normativa jurídica que los regula.

CONCLUSIONES

Con base a los resultados obtenidos en el presente estudio, se procede a enunciar las siguientes conclusiones:

- El Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad presenta una serie de deficiencias en torno al cumplimiento de los deberes formales en impuestos nacionales, lo cual dificulta el desarrollo de la cultura tributaria en esta organización comunitaria, tales como el deber de llevar libros contables y especiales; y el deber de exigir comprobantes u otros documentos equivalentes.

- Los miembros de este Consejo Comunal se encuentran conscientes de la normativa que los regula, el cual establece los deberes formales tributarios a ser acatados, ya que ante su violación estarían sujetos a la imposición de una serie de sanciones por parte de la Administración Tributaria Nacional (SENIAT) que van desde multas expresadas en unidades tributarias (U.T) hasta el cierre de establecimiento, que en el presente caso, sería la Casa Comunal.

- El deber de inscripción en el RIF ante la Administración Tributaria Nacional es cumplido completamente por parte del Consejo Comunal anteriormente mencionado, al contar con el certificado vigente con todos los datos actualizados, a pesar de que en diversas actuaciones realizadas por el mismo el número de inscripción no se coloca.

- Con respecto al deber formal relativo a los libros contables y especiales, se debe señalar que el Consejo Comunal mencionado con anterioridad no lleva libros contables (diario, mayor e inventario), ya que los miembros de la Unidad Administrativa y Financiera Comunitaria y el Comité de Vivienda y Hábitat del mismo, poseen desconocimiento en torno a la estructura, conformación, utilidad y obligatoriedad de estos libros, conforme a lo tipificado en la normativa mercantil y tributaria venezolana.

De igual forma, el Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad como



Contribuyente Formal del IVA debe llevar una relación cronológica de compras y ventas. En efecto, esta organización comunitaria lleva una relación cronológica mensual de compras en un formato Excel, donde se colocan varios elementos, denotándose la ausencia de otros, requeridos por la normativa aplicable tales como: el Nombre del Consejo Comunal, dirección fiscal, número de RIF y la identificación del mes. Asimismo, no lleva una relación cronológica de ventas al no poseer ingresos.

- En cuanto al régimen de facturación u otros documentos equivalentes, se destaca que el Consejo Comunal anteriormente señalado, no emite facturas por no realizar operaciones de venta; no obstante, recibe facturas a sus proveedores, que en su mayoría no cumplen con los requisitos establecidos en la Providencia 00071, al no contar con elementos como: la fecha, datos del vendedor, datos de la imprenta, entre otros. También se verifico que diversos gastos realizados por este Consejo Comunal no se encuentran soportados en facturas u otros documentos equivalentes.

- En función a las debilidades encontradas en el acatamiento de los deberes formales tributarios en impuestos nacionales, se propuso un instructivo para el cumplimiento de los mismos, constante de los siguientes aspectos: introducción, contenido; objetivo, alcance, responsables, marco normativo, los deberes formales (definición y clasificación), descripción de cada deber formal: inscripción, llevar libros contables y libros especiales, emitir y exigir comprobantes; analizándose el objetivo del deber, leyes que lo sustentan, normas generales, aplicación y anexos; con el apoyo de la doctrina patria, legislación vigente, aunado a la revisión de expertos en materia tributaria, metodológica y educativa.

RECOMENDACIONES

En función de los resultados obtenidos en el presente estudio, donde se detectaron debilidades en torno al cumplimiento de los deberes formales para el fomento de la cultura tributaria en organizaciones comunitarias, se procede a enunciar las siguientes recomendaciones:

En primer lugar, a los voceros principales del Órgano Ejecutivo, Unidad Administrativa y Financiera Comunitaria y la Unidad de Contraloría Social poner en práctica el instructivo propuesto en este estudio dirigidos al efectivo cumplimiento de los deberes formales en el Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, a través de mesas de trabajo donde se lleven a cabo la lectura y aplicación señaladas en el material entregado.

Asimismo, se sugiere a los miembros del Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, la revisión periódica del instructivo antes mencionado, ya que debe adaptarse a las nuevas exigencias y modificaciones que pudieran ocurrir en la regulación de la materia tributaria, esto puede verificarse a través de la selección de expertos en este ámbito provenientes de los mismos integrantes del Consejo Comunal o de la comunidad José Gregorio Hernández.

De igual forma, se les recomienda a los miembros del Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, en especial a los voceros de la Unidad Administrativa y Financiera Comunitaria, el cumplimiento de los deberes formales tributarios relativos al asiento de los registros en los libros contables y especiales, de la manera desarrollada y analizada en el presente estudio, a través del apoyo y asesoría de profesionales con conocimientos tanto



contables como jurídicos.

Del mismo modo, se le sugiere a los miembros del Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, el acatamiento del deber formal concerniente al régimen de facturación, donde se debe aceptar sólo aquellas facturas u otros documentos equivalentes que cumplan con todos los requisitos tipificados en la normativa jurídica expuesta, mediante el estudio de esta regulación junto a la asesoría de profesionales con conocimientos tanto contables como jurídicos.

A la Administración Tributaria Nacional y Municipal, en el caso concreto del SENIAT y SEDEMAT respectivamente, se le proponen efectuar talleres de divulgación de información dirigido a los miembros de los Consejos Comunales, en especial, del Consejo Comunal Vencedores Unidos por la Comunidad, en torno a aspectos tales como: deberes formales y materiales tributarios, destino de los ingresos, clases de tributos donde se centra su radio de acción, así como las ventajas y bondades del portal web en la internet, de modo que se produzca un acercamiento de la administración tributaria con estas organizaciones comunitarias y se fomente de esta manera la cultura tributaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armas, M y Colmenares, M (2009). **Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria.** En: Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social. Universidad Rafael Beloso Chacín. Edición No.6. Año 4.
- Asamblea Nacional Constituyente (1999). **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.** Gaceta Oficial N° 36.860 del 30 de diciembre de 1999, reimpresa en Gaceta Oficial extraordinaria N.° 5.453 del 24 de marzo de 2000. Venezuela.
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2001). **Código Orgánico Tributario.** Gaceta Oficial Ordinaria No. 37.305 de fecha 17 de octubre de 2001. Caracas, Venezuela.
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2009). **Ley Orgánica de los Consejos Comunales.** Gaceta Oficial N° 39.335, de fecha 28 de diciembre de 2009. Caracas, Venezuela.
- Durán, M. (2004) **La clausura de establecimiento por ilícito formales tributarios en Venezuela y el Derecho Constitucional.** En: Revista Tributum, No XIII, enero-junio 2004. Táchira-Venezuela.
- Herrera, H (2008). **Manual de Organización de los Consejos Comunales. Sistema de Gestión de los autogobiernos populares.** Liven Editores, C.A. Caracas, Venezuela.
- Méndez, M. (2004) **Cultura Tributaria, Deberes y Derechos vs Constitución de 1999.** Revista Espacio Abierto, Vol. 13, No. 1, enero-marzo, pp. 123-137. Mérida.
- Morgano, J (2010). **La Contabilidad en el Consejo Comunal.** Vadell Hermanos Editores. Editorial Melvin C.A. Caracas, Venezuela.
- Ramírez, V. (2004). **Manual de Derecho Tributario Venezolano.** Ediciones Tipografía



Litografía Horizonte. Barquisimeto.

Romero, M (2011). **Comentarios a las Normas que regulen el Impuesto al Valor Agregado en Venezuela.** Lizcalibros Librería Técnica, C.A. Caracas, Venezuela.

Sanmiguel, E. (2006). **Diccionario de Derecho Tributario.** Editorial Lizcalibros, C.A. Venezuela.

Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria (SENIAT) (2014). **Glosario Tributos Internos.** Documento en línea. Disponible en: <http://www.seniat.gob.ve>. Consulta: 15/08/2014.

Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria (SENIAT) (2011). **Providencia Administrativa que establece las Normas Generales de Emisión de Facturas y otros documentos No. 00071.** Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 39.795, de fecha 08 de noviembre de 2011.



PLAN DE MARKETING DE SERVICIOS PARA EMPRESAS DE TRANSPORTE

Alejandra Salima

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
ales171@hotmail.com

Adriana Torres

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
torrefanet@gmail.com

José Luis Rodríguez

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
rodriguezjlx@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad establecer el marketing de servicios en Empresas de Transporte, partiendo del análisis de diversas fuentes bibliográficas y de estudios previos en relación a la carente calidad de servicio ofrecida por las empresas de transporte, con el propósito de proponer lineamientos de un plan de marketing de servicios para empresas de transporte. La investigación surge como respuesta a la necesidad de implementar estrategias para mejorar la calidad de los servicios de transporte e incrementar el posicionamiento del mercado formal aminorando el uso de transporte informal. En ésta se describen y analizan los componentes de un plan de marketing de servicios. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo documental, con diseño bibliográfico, no experimental transversal. El instrumento utilizado fue el fichaje, asimismo la técnica utilizada fue la observación documental. En cuanto a la técnica de análisis de datos se realizó un análisis cualitativo. Los resultados se interpretaron partiendo del análisis cualitativo y se sustentó con la teoría estudiada, las conclusiones más resaltantes de este estudio indican la ausencia de componentes y estrategias de plan de marketing en las empresas de transporte del Municipio Maracaibo, lo cual incide en la ejecución de un marketing de servicios en empresas de transporte.

Palabras clave: marketing de servicios, plan de marketing, componentes del marketing de servicios.

INTRODUCCIÓN

En América Latina, la dependencia hacia los países desarrollados, entre ellos Estados Unidos, sigue condicionando su desarrollo, se ha ido implementando una serie de estrategias para enfrentar los retos de la globalización: la negociación de tratados de libre comercio, la diversificación de los mercados para sus exportaciones, los estímulos a los productos no tradicionales y las iniciativas regionales o subregionales de construcción de mercados comunes. Pues el proceso globalizador ha obligado a establecer nuevos modelos de establecer precios y de tomar decisiones al momento de realizar una compra. (Scott, 2008). Razón por la cual se hace necesario investigar y determinar cómo compra el cliente, a fin de fijar los precios en los servicios de transporte.

A lo largo de los últimos 25 años, según contempla Thomson (2003), de la CEPAL (Centro de Estudios Para América Latina y el Caribe), (2003), los gobiernos se han dado cuenta que



pueden lograr el objetivo principal de su intervención en el transporte colectivo sin tener que operar buses por cuenta directa, y aún donde sobrevive una operación por parte del sector estatal, se piensa en licitarla al sector privado; todo ello, dado a las múltiples deficiencias en los servicios, además de las condiciones de deterioro de los vehículos de transporte colectivo.

La operación por parte de concesionarios es compatible con la fijación de tarifas accesibles para las familias de menores ingresos; en efecto, por diferentes mecanismos, en principio, la autoridad puede especificar la calidad de servicio que desea ver operado y licitarlo, adjudicándolo al interesado que pida la menor subvención por el derecho de suministrarlo. Por otra parte, cabe mencionar que en la práctica, esto no siempre es muy fácil de hacer. A lo largo de los últimos decenios, es innegable que las tarifas han subido en valores reales. (Thomson, 2003)

En tal sentido, en el caso del mercado de transporte de pasajeros es una industria de tipo fragmentado, conformado básicamente por pequeñas y medianas empresas, un pequeño grupo de empresas de mayor dimensión y una gran cantidad de informales, los cuales por su naturaleza ofrecen tarifas bajas obligando así a los formales a reducir sus tarifas, compitiendo deslealmente en el mercado.

La dificultad que caracteriza a este tipo de negocio es que el tipo de servicio ofrecido es homogéneo, por lo que la variable precio tiene un papel muy importante. Aunque parezca increíble el 80% de las empresas formales se han visto en la necesidad de utilizar su patrimonio mes a mes para poder subsistir y para ello están acabando sus vehículos dado que no cuentan con recursos para reponer partes y piezas vehiculares (según el gremio de transporte público en asamblea con el INTT –Instituto Nacional de Tránsito Terrestre-2014), lo que además en muchas ocasiones ha generado dificultades con los pasajeros, dado a que se suscitan con frecuencia, averías o accidentes en los traslados.

Todo ello es consecuencia, en gran medida, de la informalidad que se ha desatado en el país en todos los sectores de la producción y servicios, lo cual ha creado dificultades en el funcionamiento, ya que se debe cumplir con las regulaciones del IMTCUMA (Instituto Municipal de Transporte Colectivo y Urbano de Maracaibo) además de los impuestos al SEDEMAT (Servicio desconcentrado Municipal de Administración Tributaria) y al SENIAT (Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria), lo cual no sucede con la informalidad que no tiene domicilio conocido.

De este modo, la informalidad compite en el sector de manera ventajosa dado que tienen una diferencia marcada en los costos de operación, además de no tener presión tributaria, tampoco cargas sociales y no pagan el Impuesto al Valor Agregado (IVA), lo cual quiere decir que tienen una ventaja en el servicio de por lo menos entre 40% y 50%, a su favor. Según cifras reportadas por la administración de gremio de transporte público en asamblea con el INTT – Instituto Nacional de Tránsito Terrestre, como resultado de un estudio de marketing realizado en Diciembre 2013.

Para los formales es imposible competir con tales ventajas. Es importante considerar, que se está convirtiendo a las empresas de transporte formales en un sector sumamente vulnerable en el mercado, porque para poder captar fletes, en muchos casos, se tienen que transportar mercancías por debajo de sus costos, a niveles de 35% y 40% de la realidad. Para la ilustración de la situación, se evidencia que la realidad del costo operativo en un viaje de la ciudad de



Maracaibo hasta la ciudad de Caracas en un vehículo con capacidad para transportar 60 pasajeros es de Bs. 33.500,00 (mes de agosto 2013); pero para cubrir las demandas del mercado se realiza en Bs. 24.000,00.

Estos son los valores con los que se entra al mercado, pero hay otra realidad por la competencia de los informales y en tales condiciones los valores tienen que ser deprimidos porque los informales no trabajan con los costos y su oferta es de Bs. 12.000,00, debido a que todo lo correspondiente a reparaciones o renovación no cuentan para ello, además de no haber hecho inversiones significativas en constitución, mantenimiento de la empresa, solo cuentan con el vehículo y lo trabajan sin responsabilidad alguna hasta donde pueda rendir, las reparaciones son hechas por mecánicos informales y los repuestos no son originales sino de desconocida procedencia. No tienen necesidad de mantener un mercado vehicular óptimo.

En las empresas de transporte formales no se tienen planes de ventas, a la vez de que no existe presupuesto destinado para la realización ni ejecución de planes de ventas, según información suministrada por la administración del gremio de transporte, agosto 2014. Del mismo modo, las empresas no cuentan con personal capacitado en el área de marketing de servicios y ventas, por lo cual se hace necesario establecer lineamientos que se enfoquen en mejorar las ventas y hacer planes eficientes en dicha área.

Es por esta razón que, los planes de marketing de servicios permite a los gerentes visualizar la forma cómo se encontrará la empresa en su futuro de mediano plazo para poder determinar los recursos que se emplearán, así como también, prever los productos que al final del plazo, se obtendrán como punto de partida para el proceso de control y planificación de la gerencia, expresando Stanton, Etzel y Walker (2007), que en el proceso administrativo es necesario igualar los recursos de una empresa con sus oportunidades de mercado a largo plazo, de manera que se satisfagan las expectativas y necesidades del mercado, para garantizar la efectividad de los productos y bienes que se ofertan.

La importancia del marketing radica en el hecho que sus diferentes actividades impulsan a la empresa al logro de las metas trazadas generando satisfacción y deleite a los consumidores, por ello, es vital realizar investigaciones de marketing debido a que en base a los resultados obtenidos, el producto será o no atractivo al cliente. En la actualidad, las empresas se apoyan en un plan de marketing para así, obtener un mejor posicionamiento, y de esta forma, progresar, crecer, ser más rentable y competitivas, ya que el mundo empresarial va hacia una competencia más compleja. Desde luego, esto también aplica a las organizaciones dedicadas al sector transporte, específicamente de servicios, donde los avances en relación al marketing de servicios han ido evolucionando como recurso para retener y ganar los clientes de las organizaciones.

Es una realidad, las empresas de transporte que llegan a diseñar un plan de marketing de servicios, muy pocas logran implementarlo; dejando infructuosos sus esfuerzos. Esto se debe fundamentalmente a que carecen de una metodología apropiada, confiable y efectiva para realizar el plan. En cualquier caso, el manejo insuficiente o inadecuado de esta complejidad implica usualmente el deterioro en la ejecución de los objetivos realmente relevantes de la organización. Luego de expuestas las situaciones problemáticas, se evidencia que debe existir un plan de marketing de servicios en las empresa de transporte. En consecuencia, de acuerdo a la problemática expuesta se formula el problema a partir de la siguiente interrogante: ¿Cuál será el plan marketing de servicios para las empresas de transporte?



En tal sentido, esta investigación, promueve la creación de nuevos conceptos y nuevas formas de aplicación de la gerencia estratégica y el marketing. Desde el punto de vista social, esta investigación se justifica al estudiar la planeación de marketing de servicios permite, a la vez, la articulación entre los diferentes factores que hacen vida en las empresas del sector transporte, además de la elaboración de políticas, proyectos y planes estratégicos ajustados a los objetivos de la empresa, haciéndola más competitiva y productiva.

Proporciona al sector transporte los resultados de un adecuado plan de marketing de servicios. Además de una oportunidad de análisis y reflexión para quienes tengan la potestad de dirigir organizaciones, ya que pretende contribuir en el mejoramiento de los procesos, proporcionando ágiles y mejor toma de decisiones en el nivel estratégico, táctico y operativo alineado a la gerencia estratégica y el marketing.

En consecuencia, uno de los valores fundamentales de las empresas de transportes, reside en la capacidad para superar a sus competidores en términos de calidad de bienes y servicios que ofrece. Ésta última, a su vez, depende considerablemente de la habilidad de las mismas para adaptarse a las exigencias de su mercado y su entorno. Así, la vigila o el estado de alerta frente a las fuerzas que afectan el negocio le permiten: procesar y transferir información, aplicar conocimientos y con ello, innovar su oferta de servicios. Asimismo, de manera práctica, buscará que la empresa logre conseguir aumentar su capital mejorando su atención al cliente buscando ser una de las mejores empresas nacionales.

MARKETING DE SERVICIOS

En principio, se debe tener claro lo que es un servicio, el cual a juicio de Zeithaml, Bitner y Gremler (2009:4) “son los actos, procesos y desempeños proporcionados o coproducidos por una entidad o persona, para otra”. Asimismo, agregan que los servicios pueden ser todas las actividades económicas cuyo resultado no es un producto o construcción físicos, por lo general se consume en el momento en que se produce y proporciona valor agregado en formas, como conveniencia, diversión, puntualidad, comodidad o salud, que son preocupaciones esencialmente intangibles del primer comprador.

En tal sentido, el servicio al cliente es también un aspecto crítico. Al respecto, indican Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), es el servicio proporcionado en apoyo de los productos centrales de una compañía. En este orden de ideas, el marketing y la gestión de servicios ha evolucionado como resultado de estas fuerzas combinadas. En síntesis, el marketing de servicios, está basado en el desarrollo de estrategias en el cual convergen diversas disciplinas. Pretende a su vez establecer un servicio de calidad dándole un buen sentido al negocio.

Plan de Marketing de servicios

Para Kotler y Keller (2006:43) el plan de marketing “es un instrumento central para dirigir y coordinar el esfuerzo de la mercadotecnia donde se analizan las oportunidades de marketing, investigación, diseño de estrategias y planes de acciones, además de la evaluación y control de dicho esfuerzo”. El plan de marketing opera en dos niveles: estratégico y táctico. El plan de marketing estratégico determina los mercados meta y la proposición de valor que se van a ofrecer, en función del análisis de oportunidades de mercado. Mientras que, el plan de marketing táctico especifica las acciones del marketing concretas que se van a poner en



práctica, como características del producto, promoción comercialización establecimiento de precio, canales de distribución y servicios.

Lo expuesto permite demarcar en su conceptualización que el plan de marketing es una herramienta donde se analizan un conjunto de factores que permiten determinar los pasos a seguir para el alcance de objetivos específicos. Se puede notar, que la capacitación de los empleados para que comprenda la noción de alineación proveedor - clientes es vital, en el sentido que los clientes internos estén acorde con las exigencias del cliente externo para así lograr que el servicio con calidad y excelencia.

Por medio del plan se da inicio a la formulación de la filosofía organizacional, en la que se contemplara la misión, visión, objetivos, análisis de las necesidades presentes y futuras de la población adoptante. Se estudiará la organización con el apoyo del análisis FODA y del análisis del entorno, y con base a ello estar en posibilidad de formular objetivos, los cuales conducen a la formulación de las estrategias necesarias que culminan en los programas tácticos, de implementación, control y evaluación de los programas.

Para finalizar, Kotler y Keller (2006) que el plan de marketing consiste en el documento escrito que resume lo que el especialista en marketing ha aprendido sobre el mercado, que indica como la empresa pretende alcanzar sus objetivos de marketing y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de marketing. Al respecto, establecen cuatro etapas o pasos el plan de marketing:

- En primer lugar se presenta el “Análisis del Entorno”. En todo ambiente laboral los factores externos inciden directa o indirectamente en la organización por ello es importante tomar nota sobre lo que sucede al exterior de la empresa. En esta fase se tomará apoyo en: los diversos planes de marketing interno que hayan adoptado otras empresas, no para acogerlas e implantarlas sino aprovechar aspectos que puedan dar utilidad para la organización en la que se está. (Kotler y Keller 2006)

Los factores que se suelen analizar en esta fase son, aquellos que permiten la clasificación de la empresa por las características de su plantilla, políticas retributivas, de selección, formación y promoción, el tamaño de la organización e indicadores del negocio, la comunicación Interna, todos estos aspectos son elementos de análisis comparativo.

- En segundo lugar, se considera el “Estudio del Mercado Interno”. Una vez, se tiene un conocimiento del entorno externo, se debe realizar un estudio al interior de la empresa con el fin de conocer nuestro propio mercado interno. Normalmente, en esta etapa se emplean metodologías de investigación psicosociolaboral como las Reuniones de Grupo, las Entrevistas en Profundidad, las Encuestas, los Paneles de trabajadores o los Phillips 66, que permiten detectar las expectativas, opiniones o problemáticas de la plantilla. (Kotler y Keller 2006)

- En tercer lugar, se encuentra el “Proceso de Adaptación”. El cual consiste en la acomodación de los recursos de la organización y sistemas. Una vez se conozca los requisitos que impone el entorno, las diversas necesidades a corto, medio y largo plazo, como las características reales y potenciales de los colaboradores se debe proceder en la implantación de una política de adecuación de esta realidad a la necesidad prevista que se va a plantear en el inmediato futuro y, en algunas ocasiones, ya en el presente. (Kotler y Keller 2006)



Durante esta fase tanto la comunicación interna cuyo objeto es que toda la plantilla conozca los nuevos planteamientos y exigencias requeridas, como las diversas políticas en recursos humanos como a modo de ejemplo el de Formación con el fin de facilitar la adaptación y que se realice los cambios sin ocasionar mayores traumas.

- Por último, el “Control del Plan”. En esta fase se pondrá a prueba las bases con la cual se estableció el plan de marketing, se verificará el desarrollando de las políticas establecidas, analizando su eficacia, realizando las correcciones oportunas si es que se detecta que se están produciendo desviaciones en relación a los objetivos previstos al inicio de este. (Kotler y Keller 2006)

METODOLOGÍA

De acuerdo a la investigación realizada y sustentado en la explicación de Méndez (2007:131) que “según el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación) al que espera llegar el investigador, se debe formular el tipo de estudio”; además de considerar la naturaleza de las variables de estudio, se define que el tipo de estudio se clasifica dentro de los parámetros de un estudio descriptivo.

Es decir, esta investigación analizará el plan de marketing de servicios para las empresas de transporte del municipio Maracaibo, considerando la importancia del establecimiento del mismo para obtener ganancias, rentabilidad y credibilidad con los clientes; lo cual le permita ganar posicionamiento en el mercado. Según las fuentes que originan la información esta investigación es de tipo documental, por ser esta la que más se ajusta a los objetivos propuestos y permite el análisis del problema planteado, dicha información permitió recopilar información escrita, en este sentido, según Pallela (2004), la investigación documental se concentra exclusivamente en la recopilación de información de diversas fuentes, indaga sobre un tema en documentos y escritos.

En tal sentido, el estudio es una investigación descriptiva tipo documental, puesto que, para el mismo se requirió la consulta de diversos textos, referencias y documentos, entre otros, los cuales permitieron generar aportes teóricos importantes en referencia al marketing de servicios.

El diseño de la presente investigación es bibliográfico no experimental transversal ya que se realizó un análisis de la información documental acerca del marketing de servicios. Pallela (2004), expresa que este es un diseño fundamentado en la revisión sistemática, rigurosa y profunda de material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más categorías, ya que permite describir categorías y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

En cuanto a las fuentes de consulta y técnicas para la recolección de los datos y la información requerida para dar resultados sobre los objetivos formulados en ella. El instrumento que se utilizó en esta investigación para la recopilación de información, fue el fichaje, según Pallela (2004) “es una técnica que consiste en registrar datos que se van obteniendo en la revisión bibliográfica”, en este sentido, se realizó una exhaustiva búsqueda de la importancia, la relación, necesidad y viabilidad de un plan de marketing de servicios en empresas de transporte.



La técnica utilizada para la recopilación de la información fue la técnica de observación documental, la cual, según Sierra (2001) la observación abarca todos los procedimientos utilizados en las ciencias sociales, no solo para revisar las fuentes donde se encuentren los hechos y datos objeto de estudio, sino también para obtener y registrar estos. Considerada de este modo, la observación proporciona al investigador el material de trabajo que ha de ser objeto después de tratamiento y estudio científicos, mediante las siguientes fases de la investigación, la clasificación, tabulación, el análisis y explicación.

La forma de interpretar los datos obtenidos se realizó mediante el análisis cualitativo, en este sentido para Sabino (2002) el análisis cualitativo se refiere al que procedemos hacer con la información de tipo documental de un modo general de lo que se ha recogido mediante fichas de uno u otro tipo. Para el análisis de la información se aplicaron las técnicas de observación documental, partiendo de la lectura de los textos, un resumen analítico, precisando los cometidos básicos de los aportes bibliográficos del marketing de servicios, estableciendo la relación existente entre los objetivos a estudiar y un análisis crítico evaluando los aportes teóricos, estableciendo una relación lógica entre los elementos que componen los capítulos de la investigación.

RESULTADOS

La inexistencia de un plan de marketing concertado en las empresas de transporte formales registradas ante el INTT, origina que el cliente o consumidor prefiera hacer uso del servicio ofrecido de manera informal, dado a que no evidencian las ventajas que éste ofrece, bajo este escenario, deberá crearse un plan de marketing de servicio el cual inicie con la mejora de la calidad del servicio luego con la difusión de las ventajas competitivas de las empresas de transporte formal. En tal sentido, se deberá promover la aplicación de dicho plan de marketing, enfocado en torno con las necesidades del personal y de la labor ejercida en el mercado de las empresas de transportes.

Al respecto, en la Asamblea Del Gremio De Transporte Público con el INTT (2014), los representantes de las empresas de transporte informaron que las ventas disminuyen constantemente y los tributos incrementan, por lo cual se hace necesario crear campañas de promoción y mejorar los servicios a fin de que el colectivo prefiera el servicio de éstos. Sin embargo, la poca voluntad, el desconocimiento en materia de marketing de servicios, lleva a opinar a muchos directivos de empresas de transporte que la publicidad y mercadeo es un gasto no una inversión, lo cual hace que no ejerzan acciones para incrementar las ventas y posicionar sus servicios en el mercado.

Asimismo, se encontró que existe poca interrelación entre producto, precio, plaza y promoción. Debido a que los empleados de las empresas de transportes registradas en el INTT, solo dominan el componente precio, pero no realizan la mezcla de mercadotecnia, tal cual como debe ser al momento de ejecutar un plan de marketing. Es decir, no tienen claro cómo segmentar el mercado o plaza, cómo promocionar el servicio ofrecido, ni los medios para hacerlo.

Asimismo, en observación a las empresas de transporte en el estado Zulia, entre ellas: UNI Zulia, C.A., Expresos Occidente, Expresos Mérida, Expresos El Lago, se encontró que no están presentes como norma en la administración de dicha empresa el establecimiento de un plan de



marketing de servicios, por lo cual el personal de operaciones ni los encargados se preocupan por brindar un servicio de calidad.

Asimismo, se evidencia en los diversos medios de comunicación, entre ellos Panorama, Versión final, La verdad, noticias 24 la inconformidad con el servicio por parte de los usuarios, por una parte la interrupción en la prestación de sus servicios, por lo cual dichas empresas han recibido sanciones, tal cual como la reciente del 06 de septiembre, la cual puede evidenciarse en: noticias de la superintendencia de precios justos.

De acuerdo a lo expuesto, se puede establecer un plan de marketing de servicios para las empresas de transporte, ya que se logró examinar la ausencia de componentes y estrategias de plan de marketing de servicios, lo cual incide de manera estrecha en la ejecución de un plan de marketing para las ventas en las empresas de transporte registradas en el INTT, además del poco conocimiento por parte del personal en torno a los componentes y estrategias de un plan de marketing.

En consideración a las conclusiones obtenidas, se recomienda al personal que labora en las empresas de transporte, además de la gerencia de Administración y Recursos Humanos, ejecutar las siguientes acciones de gestión en el ejercicio de sus cargos, para dar solución, a corto plazo, a la problemática descrita al inicio de la investigación. En este sentido, se sugiere lo siguiente:

LINEAMIENTOS PARA ESTABLECER EL PLAN DE MARKETING DE SERVICIOS EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LOS LINEAMIENTOS

1. Incrementar la probabilidad de que los clientes actuales adquieran el servicio ofrecido en sus futuras ocasiones de compra.
2. Obtener nuevos clientes que adquieran los diferentes servicios ofrecidos.
3. Promover actividades con el personal y esfuerzos en conjunto en pro del usuario, para que este se sienta que ha adquirido el servicio correcto.
4. Incentivar a los clientes actuales para que prefieran a las empresas de transporte formales, en lugar de los de las informales.

LINEAMIENTOS PROPUESTOS:

1. Estructuración de un mecanismo interno donde se genere un recurso humano proclive a la obtención de resultados positivos a la atención del cliente de las empresas de transporte
2. En tal sentido, debe reevaluar los objetivos planteados en cuanto a la atención al cliente se refiere, por parte de la gerencial, el cual conlleve a proporcionar un servicio con calidad que genere confiabilidad, y se sienta identificado con este, a través de la coordinación de las actividades con su personal, detección de necesidades y satisfacción de los clientes y cualquier otra actividad que beneficie a la empresa, cuya finalidad radica en procurar afianzar la solidez de su imagen como ente emisor de calidad en el servicio ofrecido.



3. La gerencia deberá entre otros: Escuchar, atender y responder a los clientes en sus expectativas, opiniones y divergencias presentadas

4. Definir lo que se considera un servicio de calidad y comunicárselos entre sí (gerencia y personal), para luego transmitírselos a los clientes, ya que una buena comunicación interna es necesaria para mantener una posición de servicio fructífera entre todos los actores sociales involucrados

5. Capacitar y facultar a los empleados para que trabajen a favor del cliente

6. Propender a trabajar en equipo, mediante técnicas recibidas también a través de cursos de capacitación en atención al cliente;

7. El personal debe recibir técnicas que lo ayuden a que aprenda a resolver los problemas que están dentro de su capacidad, pero sabiendo cuando solicitar ayuda.

8. Realizar una planificación adecuada entre gerencia y personal con respecto al contacto que se debe generar con los clientes, a conocer en cierto sentido sus actitudes y comportamientos, lo cual permite a la empresa desarrollar y mejorar las relaciones con los clientes actuales, con la finalidad de establecer el tipo de contacto que se debe mantener en el transcurrir del tiempo.

9. Se debe tener un conocimiento del cliente: conocer la imagen que tienen de la empresa de transporte, y su actitud hacia ellos y hacia las empresas competidoras.

10. Por otra parte, tener claros los objetivos y metas que persigue alcanzar la empresa de transporte, al momento de enfocar su plan de marketing. Conocer y tener claro el producto o servicio ofrecido, su precio en el mercado, plaza y promoción.

11. El Gerente debe planificar con su personal el abordaje hacia el cliente para darle mayor confianza al momento de establecer fidelidad con los clientes y que éstos lo seleccionen antes que a los transportistas del mercado informal.

12. Al personal que labora en las empresas de transporte se le debe ofrecer herramientas que proveerán los cursos de capacitación y la gerencia procurará mediante la calidad del servicio ofrecido mantener la lealtad del cliente en un nivel más alto que el de los competidores, reduciendo así la insatisfacción de los clientes y su desplazamiento hacia los transportistas del sector informal, esto puede lograrse prestando atención adecuada al servicio al cliente y a la calidad del servicio, entrenando personal, además de establecer procedimientos para la atención de problemas y quejas de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Frey, D. (2003). **The Small Business Marketing Bible 2003** Webster, Texas: Marketing Best Practices, Inc.

INTT –Instituto Nacional De Tránsito Terrestre. (2014) Asamblea Del Gremio De Transporte Público Con El INTT. Hojas Sueltas. Maracaibo, Estado Zulia.

Kotler Y Keller (2006) **Dirección De Marketing**. 12 Edición. Editorial Prentice-Hall.



- Méndez. (2007) **Metodología, Diseño Y Desarrollo De Proceso De Investigación**. Editorial Mc Graw Hill.
- Pallela. (2004). **Metodología de la Investigación Cualitativa**. Editorial Fedupel Caracas
- Sabino. (2002). **El Proceso de la Investigación**. Cuarta Edición. Editores Panapo. Caracas-Venezuela.
- Sierra. (2001). **Técnicas de Investigación Social Teórica y Ejercicios**. Madrid. Editorial Paraninfo, S.A.
- Scott. (2008). **América Latina. Estrategias para enfrentar los retos de la globalización**. Nueva sociedad. Número 214, 2008. Páginas 104-111.
- Stanton, W; Etzel, W. Y Walter, B (2007). **Fundamentos de marketing**. México: Editorial McGraw Hill interamericana.
- Thomsom, Iam. (2003). **El Desarrollo Institucional Del Transporte En América Latina Durante Los Últimos Veinticinco Años Del Siglo Veinte**. División De Recursos Naturales E Infraestructura. Unidad De Transporte, Santiago De Chile. CEPAL / ECLAC.
- Zeithaml; Bitner; Y Gremler (2009). **Marketing De Servicios**. Quinta Edición. Mc Graw Hill, Editorial. Impreso.



LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO FRENTE A LOS DERECHOS HUMANOS Y LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA: CASO MINA LA CAYPA (LA GUAJIRA)

Elimar Pontón Deluquez

Universidad de San Buenaventura Cartagena

epontode@uniguajira.edu.co

RESUMEN

La presente investigación analiza las acciones de cooperación internacional para el desarrollo frente a situaciones de vulneración de los Derechos Humanos, tomando como estudio de caso la población afectada por la actividad extractiva de la mina La Caypa en el departamento de la Guajira. Para la sustentación se utilizaron los aportes de Sachs & Warner (1995), Sachs & Warner (2001), Halvor, Moene y Torvik (2006), Atsushi Limi (2006), Sachs (2005), Sen (2000), Max Neef (1998). La investigación se enmarca en un enfoque epistémico cualitativo, como un estudio de caso, con un diseño de campo, no experimental. Fue elaborado un instrumento de recolección de datos, tipo entrevista semi-estructurada, con base en la experiencia de la investigadora. Asimismo, se realizó el análisis de los resultados a través de la hermenéutica o interpretación de los datos. Se concluyó que existe una problemática en la zona examinada, dado que, si bien la inversión extranjera directa en Colombia, especialmente en el departamento de la Guajira, ha sido un mecanismo de crecimiento económico, no se han tomado en cuenta los derechos humanos de los habitantes del sector, lesionándolos, sin que intervengan de manera seria y responsable actores de cooperación internacional que provean solución a las situaciones observadas. En consideración a las conclusiones realizadas, se recomendó la revisión de la legislación al respecto y la puesta en práctica de estrategias de cooperación internacional que favorezcan las condiciones de vida existentes en la zona.

Palabras clave: Cooperación Internacional - Desarrollo - Derechos humanos - Inversión extranjera.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito mundial, la Cooperación Internacional para el Desarrollo (CID), cumple un papel importante en las políticas actuales de los Estados y las organizaciones del siglo XIX, para promover el desarrollo, no solo económico sino humano. Este rol relevante se observa en los aportes dados por la participación de sus actores en la evolución de los pueblos, vale decir, los organismos internacionales, la sociedad civil, el gobierno local, las empresas.

Esta cooperación ha debido intervenir ante los problemas de afectación de los Derechos humanos que pudieran haber surgido con ocasión de las actividades mineras en la zona fronteriza de La Guajira, debiendo determinar el beneficio o perjuicio de sus comunidades por efecto de la Inversión Extranjera Directa (IED), especialmente la realizada en la mina la Caypa, otorgada para su explotación a la empresa canadiense Pacific Coal Resource.

Cabe enfatizar que el sector de la economía colombiana, como el de minas y canteras es relevante para el crecimiento económico, pero muchas veces ese avance está dado a costa de los derechos de los que sufren las consecuencias de la actividad minera. Alrededor de los años '70 se empezó a dar apertura a la inversión de empresas extranjeras dedicadas a la extracción



minera en La Guajira, logrando un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) departamental para la década siguiente de los '80.

En los años '90 comenzó a operar la mina la Caypa, la cual, en principio, estuvo a nombre de unos inversionistas chilenos, y solo hace unos pocos años la adquiere la empresa canadiense Pacific Coal Resource, ubicada cerca de los corregimientos de Patilla y Chancleta en el municipio de Barrancas, favoreciendo, al igual que otras empresas transnacionales como el Cerrejón, indicadores como el PIB y la Inversión Extranjera Directa (IED).

Aunque, desde hace algunos años se empezó a hablar de los efectos o impactos de la minería en los Derechos humanos, al igual que de las problemáticas económicas y sociales que de esta actividad emanan, la relevancia de este estudio está en el valor teórico que aporta a la comunidad científica, al relacionar conceptos de inversión Extranjera, Derechos Humanos, Seguridad Humana y de Cooperación Internacional; igualmente el estudio sirve para el análisis de acciones tendentes a disminuir efectos negativos que se dan por actividades mineras, pudiendo también servir de guía en el planteamiento de políticas de responsabilidad social y alianzas con otros actores de cooperación internacional para el desarrollo en el departamento de La Guajira.

Con base en lo planteado, se centra el objetivo general de esta investigación en el análisis de acciones de Cooperación Internacional para el Desarrollo frente a situaciones de vulneración de derechos humanos por la actividad extractivo-minera de la referida empresa canadiense Pacific Coal Resource, en el departamento de La Guajira, pudiendo con ello examinar las posibles alianzas o estrategias diseñadas con la finalidad de ofrecer colaboración para la resolución de casos de trasgresión de derechos y garantías de los ciudadanos allí residentes.

Se enmarcó este estudio de caso en un enfoque cualitativo. Las técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados fueron la observación documental, así como la entrevista semi-estructurada. La población de estudio comprendió, funcionarios públicos, líderes comunitarios y habitantes de Chancleta y Patilla, obreros y ex trabajadores de la mina la Caypa. La técnica de análisis e interpretación de resultados fue la hermenéutica.

Es importante mencionar que parte de este estudio obtuvo recursos de la beca SSHRC de la Universidad Okanagan de Canadá, y será integrado a la investigación que adelanta dicha universidad canadiense, con el grupo de investigación de la Escuela Latinoamérica de Cooperación y Desarrollo de la Universidad de San Buenaventura Cartagena, sobre las oportunidades y límites del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Canadá y Colombia para la promoción los derechos humanos.

MARCO TEÓRICO

Las principales reflexiones teóricas relacionadas con la temática de la investigación son tomadas de los aportes sobre desarrollo económico de Sachs & Warner (1995), Sachs & Warner (2001), de la visión institucionalista de la teoría de 'La maldición de los recursos' de Halvor, Moene, & Torvik (2006), Atsushi Limi (2006); frente a la cooperación internacional para desarrollo se tuvo en cuenta los aportes de Sachs (2005).

En el tema de desarrollo humano, se indicaron las teorías de Sen (2000) y Max Neef (1998). Así mismo los informes sobre desarrollo humano del Programa de las Naciones Unidas para el



Desarrollo (PNUD) de los años 1990, 1994, 1996, 2000, 2011, 2013, fueron de gran importancia conceptual para este estudio, ya que los postulados de Sen (2000), rigen el norte de dichos informes.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En primer lugar, la cooperación Internacional es concebida como el mecanismo materializado en acciones para apoyar el desarrollo social y económico de las naciones. Esas acciones pueden provenir de actores públicos o privados. Así mismo la Cooperación Internacional es una herramienta para fortalecer las instituciones de un país incluyendo las locales. Esas acciones se concretan en diferentes modalidades de ayuda que no se refieren solo a la financiera, sino también transferencia de tecnologías, conocimientos y experiencias.

En los hallazgos de este estudio de caso se pudo evidenciar que no hay acciones concretas, ni proyectos específicos que atiendan las necesidades de las comunidades de Chancleta y Patilla frente a la vulneración de sus derechos por la actividad minero extractiva de la Caypa. A pesar de que la Cooperación Internacional tiene cierta institucionalidad, el departamento no cuenta con una agenda de cooperación definida que abarque las distintas estrategias de desarrollo y problemas imperantes como es el caso de las comunidades afectadas por la minería a gran escala.

Según Sachs (2005), difícilmente un país que tiene problemas de subdesarrollo al igual que pobreza puede salir adelante sin la cooperación de la comunidad internacional. Las comunidades de chancleta y Patilla viven en ese escenario de subdesarrollo y pobreza porque no tienen medios para su subsistencia digna a causa de la actividad extractivo minera de empresas extranjeras y el abandono por parte del Estado en el establecimiento de políticas que los favorezcan.

El mismo autor propone entre las metas para la superación de dichas problemáticas, la promoción de sistemas políticos que incentiven el bienestar humano, el fomento de la cooperación internacional con el objetivo de asegurar la paz y al mismo tiempo que se fomente sistemas económicos que apoyen la ciencia y la tecnología para el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas.

Como se pudo verificar en los hallazgos, las comunidades de Chancleta y Patilla, no cuentan con servicios, de luz, agua potable, etc., en fin servicios públicos básicos. Lo peor es que sus tierras no son aptas para cultivar o criar y su ambiente está contaminado. Esta realidad se aleja de la propuesta de Sachs (2005) en lo referente a sistemas políticos y económicos que involucren la cooperación internacional para incentivar el bienestar humano.

Tal es la importancia de la Cooperación Internacional para el Desarrollo, categoría de análisis de este estudio de caso, que la problemática de Patilla y Chancleta también puede comprenderse desde la teoría de Sachs (2005), cuando enfatiza que los países en vía de desarrollo, en este caso, el departamento de La Guajira, tendrán que destinar parte importante de sus recursos naturales a disminuir la pobreza, al igual que otras problemáticas sociales.

La Propuesta de Sachs, va encaminada a una 'Estrategia de reducción de la pobreza basada en los Objetivos del Desarrollo del Milenio' el cual sería el marco de trabajo pero en este caso desde lo local para superar el tipo de disyuntiva que atraviesan los habitantes de



Chancleta y Patilla por las actividades extractivo mineras. Esta reflexión corresponde al sustento de que las acciones de Cooperación internacional pueden mitigar o disminuir no solo la vulneración de derechos sino incentivar el desarrollo de los habitantes de Chancleta y Patilla, llegando a acuerdos no solo con la empresa extranjera sino con las entidades responsable en el departamento.

Sachs (2005) también es partidario de la globalización, las empresas multinacionales y el mercado, así como de la inversión extranjera, y considera que esta última es fundamental para aumentar el bienestar económico de un país.

De los hallazgos de la investigación se evidencia que los beneficios obtenidos por los grandes proyectos mineros en La Guajira son significativos, esto no se desconoce, al contrario se acentúa en este estudio de caso. El Sector minero energético en el departamento de La Guajira es el que más contribuye a elevar el PIB departamental influyendo en el nacional, precisamente por las inversiones extranjeras presentes.

A pesar de esto, la inversión social y la calidad de vida de la población objeto de estudio, después de años de presencia de empresas trasnacionales, es insuficiente. El incremento de las actividades extractivo mineras como se pudo evidenciar en este estudio de caso, ha traído desventajas a las poblaciones cercanas.

La comprensión del desarrollo para Sachs (2005) desde el punto de vista de la globalización, la inversión extranjera directa y las empresas trasnacionales, es sinónimo a la luz en este estudio de caso, solo de crecimiento económico y no de desarrollo humano. Pero, para Sachs (2005), es tan importante el fomento del desarrollo económico, aumento de productividades, a través de la transferencia de tecnología, para mejorar el bienestar de las sociedades, que mantiene en su obra, esperanzas frente a ese tipo de problemáticas, alejándose de los causes que definen a la economía como un juego de suma cero, cuando se afirma que las poblaciones más pobres no mejoraran su situación.

Sachs (2005), propone las inversiones que se deben hacer para eliminar la pobreza, que consisten en una clasificación del capital en: humano, empresarial, natural, institucional e intelectual. Cada uno de estos, tienen categorías como por ejemplo, en el capital humano se clasifica la salud, la nutrición, etc.; en el institucional clasifican los sistemas de normas así como las políticas gubernamentales; el capital natural traducido en tierra cultivable, entre otros.

En este estudio de caso, de estas inversiones que propone Sachs (2005), el capital empresarial es el que se vislumbra por la IED en el departamento de La Guajira, pero no alcanzó a evidenciarse en este estudio, capital natural, capital humano, o institucional que funcione efectivamente. Se determina así, que las inversiones empresariales y las intenciones o propósitos de las trasnacionales de contribuir al desarrollo del departamento, no son suficientes cuando se trata de los derechos humanos de las personas que habitan cercanas a sus minas de explotación de carbón, no son suficientes esas inversiones para proteger los derechos de los habitantes de las comunidades de chancleta y Patilla origen, los cuales no se tuvieron en cuenta al momento de planificar y ejecutar proyectos mineros.

Así, también se pudo conocer de los hallazgos, que la mina la Caypa de propiedad de la empresa canadiense Pacific Coal, no tiene programa de responsabilidad social funcionando efectivamente, para el cuidado del ambiente, la preservación de la salud, generación de



condiciones materiales, físicas y morales enmarcadas en la protección de los derechos humanos de las personas que todavía habitan Patilla y Chancleta origen.

Igualmente no se evidencio en el estudio acciones de inversión institucional, a la luz de la propuesta de Sachs (2005). Al contrario se evidencia el incumplimiento de normas constitucionales y legales que orientan la acción del Estado hacia la defensa de los ciudadanos, en el departamento de La Guajira. Es decir, que no solo se ha producido el abandono, negligencia estatal, e indiferencia en la protección a la vida y a la salud de los habitantes cercanos a la mina la Caypa, sino que han delegado en la empresa privada extranjera, actos de responsabilidad social, que como se mencionó en el párrafo anterior no satisface las inversiones de carácter humano, natural e intelectual de las que habla Sachs (2005).

En segundo lugar, el departamento de La Guajira rico en el recurso natural de carbón, atractivo para la inversión extranjera, se enfrenta ante la disyuntiva analizada en este estudio de caso entre el crecimiento económico y el desarrollo humano. Desde el punto de vista del crecimiento económico, el sector minero energético extractivo es el que contribuye a elevar el PIB departamental, a tal punto de dejar relegado a otros sectores de la economía, como el de agricultura así como al de la ganadería.

Este caso es evidencia de la teoría de la Maldición de los Recursos, propuesta por Sachs & Warner (1995), Sachs & Warner (2001), ya que demostraron que los países ricos en recursos naturales dependen de los ingresos derivados de la explotación de estos, coartando los aportes al crecimiento económico que otros sectores de la economía pudieran ofrecer.

En esta investigación de los datos recabados se puede hacer una comparación con la teoría de la maldición de los recursos, porque se pudo verificar, tal como lo hicieron Sachs & Warner (1995), Sachs & Warner (2001), situaciones de pobreza, desigualdad, corrupción, daños ambientales, mala calidad de servicios públicos, que afectan la condición y calidad de vida de la población.

Igualmente en este estudio de caso se pude evidenciar el cumplimiento de la visión institucionalista de la maldición de los recursos expuesta por Halvor, Moene & Torvik (2006), ya que el Estado se muestra indiferente ante la situación de desventaja en cuanto a derechos humanos de las comunidades que todavía habitan cercanas a la mina la Caypa en La Guajira, y de la misma manera, no se ha evidenciado una equitativa distribución de los ingresos derivados de la explotación de los recursos naturales, esto deja mucho por decir de la calidad de las instituciones frente al tema del desarrollo.

Además, otra de las situaciones que se evidencia en este estudio se refiere a la flexibilización de las normas sobre inversión extranjera en Colombia, con la finalidad de favorecer y atraer proyectos de inversión extranjera, mediante la creación de políticas estatales encaminadas a la privatización del sector público de explotación y su vinculación secundaria o residual a proyectos del sector privado, conjunto con la creación de leyes que fijan bases que favorecen o protegen los intereses económicos de las compañías extranjeras.

Halvor, Moene & Torvik (2006), tomaron como ejemplo a países como Canadá, Noruega, Australia y Bostwana, que son países ricos en recursos naturales y tienen tasas de crecimiento significativas. Llama la atención para este estudio que estos países además de tener índices de crecimiento económicos importantes, también han avanzado en el tema de desarrollo humano,



mostrando una cara contraria a la situación de Chancleta y Patilla en La Guajira, rico en recursos naturales, con leyes y normas que favorecen la inversión extranjera pero que no avanza en temas de desarrollo humano, tal y como se evidencia en este estudio frente a los derechos humanos vulnerados por empresas extranjeras, abandono estatal y deficiente desarrollo de sus políticas para favorecer a la población afectada por la actividad extractivo minera.

El ejemplo del estudio de Caso de Atsishi Limi (2006), es muestra que el desarrollo económico y desarrollo humano pueden ir de la mano, donde se destaca el buen uso de la renta de los recursos minerales, bajas tasas de desempleo, marcos jurídicos estables y abiertos al capital local y extranjero, políticas públicas para la competitividad y la promoción de capacidades productivas y la eficacia gubernamental; igualmente la cultura de rendición de cuentas y transparencia para garantizar que los ingresos del sector minero energético se reinviertan en educación, salud, medio ambiente, especialmente a las comunidades más afectadas por la actividad extractivo minera.

La Guajira necesita avanzar en el fortalecimiento de sus instituciones y políticas locales para que pueda verse la relación equitativa entre desarrollo económico y desarrollo humano como en el caso de Botswana, y la cooperación internacional para el desarrollo podría convertirse en una herramienta eficaz para la consecución de tales finalidades.

En tercer lugar, de los hallazgos y descripciones realizadas en cuanto a los derechos humanos vulnerados en las comunidades de Patilla y Chancleta Origen, y el modelo de desarrollo planteado por Colombia, favorecedor del desarrollo económico y del sector extractivo minero que aduce a denominarlo 'país minero', la investigadora sostiene que el modelo de desarrollo debe ser transformado en atención a las necesidades sociales, materiales, espirituales, de las poblaciones afectadas por la inversión extranjera en el sector extractivo minero, así como el mejoramiento de su calidad de vida y las condiciones de su existencia, el respeto por las normas nacionales e internacionales sobre protección de los derechos humanos, su cultura, tradición y modo de vida.

De igual forma darle importancia al aumento de las capacidades de los individuos, sus ambiciones, y oportunidades, que para la población objeto de estudio ha sido relegada por años ante la vulneración de los derechos humanos por la desprotección estatal y la expansión de las actividades extractivo mineras de empresas extranjeras. De esta forma este estudio de caso evidencia que es justo y necesario centrar la mirada en las condiciones de las personas, de nada ha valido que se privilegie la entrada de capital extranjero si la seguridad humana es perturbada y las personas no pueden tener condiciones de vida digna.

Sen (2000), establece en su teoría un modelo de desarrollo enfocado en las capacidades y libertades del ser humano más que en los índices de productividad. Igualmente asegura que el crecimiento económico debe facilitar las oportunidades para propagar la libertad al igual que para tener una vida digna. A la luz de esta teoría, en este estudio de caso, se refleja que los habitantes de Chancleta y Patilla no gozan de libertades para su realización plena, ya que como dice Sen (2000), la libertad es función principal del ser humano y así mismo, se relaciona con la posibilidad que tiene cada uno para tener una vida digna; desafortunadamente los habitantes de Chancleta y Patilla no tienen tales posibilidades.



Frente a esto cabe anotar como el informe de Desarrollo humano del PNUD (2000), que el desarrollo es un medio para la consecución de los derechos humanos, y como es evidente en este estudio, los habitantes que permanecen cercanos a la mina la Caypa carecen de oportunidades para vivir dignamente.

El enlace entre derechos humanos y desarrollo en este caso, no se vislumbra por los efectos que en los primeros causan las actividades extractivo mineras desde hace años en la población objeto de estudio, perturbando así su desarrollo. En el mismo informe del PNUD (2000) se establece que si los derechos humanos y el desarrollo humano avanzan conjuntamente, se elevan las capacidades de las personas y la protección de sus libertades.

De igual forma en el Informe de Desarrollo Humano del PNUD (2006), se destaca que el crecimiento económico sin desarrollo humano no es sostenible. Comparando esta premisa con los hallazgos de este estudio de caso, la investigadora constata que no existen procesos de desarrollo sostenible aun cuando se incentive la inversión extranjera del sector minero energético en La Guajira, ya que las políticas gubernamentales así como las de cooperación internacional no se articulan a estas problemáticas latentes a la realidad del departamento, específicamente para las comunidades de Chancleta y Patilla origen.

En este mismo informe el PNUD (2006), establece que la relación existente entre desarrollo humano y crecimiento económico no es automática, por lo tanto debe fortalecerse a través de políticas gubernamentales adecuadas y eficaces. Este último aspecto tiene mucho que ver con la visión institucionalista de la teoría de la Maldición de los Recursos de Halvor, Moene & Torvik (2006), mencionada en párrafos anteriores de este análisis, ya que en el departamento de La Guajira no se evidenciaron políticas gubernamentales locales que pretendan contrarrestar los efectos de la minería a gran escala sobre los derechos humanos de las habitantes cercanos a la mina La Caypa de explotación extranjera.

La amenaza es latente además de común para los habitantes de Chancleta y Patilla origen, manifestándose en la violación de los derechos humanos, la contaminación, ruptura del tejido social, etc. Esto es evidencia que no gozan de seguridad humana. Este concepto se relaciona con los principios de libertad y bienestar de las personas en distintos aspecto como la seguridad económica, sanitaria, medioambiental, comunitaria, política, etc.

Seguridad humana hace referencia a la libertad con que se puede ejercer las posibilidades y oportunidades en sociedad. La seguridad humana es un concepto acorde con la teoría de Sen (2000), donde la preocupación es el ser humano, la manera como vive, si amenazado o en libertad, para su realización plena y digna.

De igual forma el informe sobre desarrollo humano del PNUD (1994), establece dos premisas fundamentales de la seguridad humana, una es la seguridad contra el hambre, la enfermedad y la represión y otra, la protección contra las alteraciones súbitas y dolorosas de la vida cotidiana, ya sea en el hogar, en el empleo o en la comunidad.

Así de este estudio de caso, se evidencia que ninguna de estas dos premisas se cumplen para las comunidades afectadas, pues no cuentan con los medios necesarios para su subsistencia, no tienen tierra cultivable, su ambiente está contaminado, lo que causa desmejora en la salud de los habitantes, sienten temor de ser despojados de sus hogares y tierras, no tienen garantías ni por parte del Estado y sus entidades territoriales al igual que de la empresa



minera para el respeto de sus derechos humanos , enfrentándose a constantes alteraciones en su modo de vivir.

De la misma manera, los conflictos sociales y ambientales representan una amenaza a manos de la minería transnacional en Colombia, que se ve acentuada en el departamento de La Guajira, especialmente para las comunidades que habitan cercanas a las mina de explotación, ya que la actividad de estas empresas es peligrosa en términos ecológicos y sociales, y sus intereses por generar riqueza prevalecen ante el beneficio y condiciones de vida digna de las generaciones presentes y futuras, tal como se evidencia en Chancleta y Patilla origen.

Estas situaciones de vulneración de derechos y conflictos sociales, así como la flexibilización de normas en el país para facilitar la inversión extranjera, da cuenta que no son las personas que se sirven de los beneficios del incremento del PIB y de la economía, sino las empresas transnacionales que cada día aumentan su producción y utilidades, así como ciertos sectores como el minero energético.

Es así, como esta evidencia, va en contra vía de uno de los postulados de Max Neef (1998), en su teoría 'Desarrollo a escala humana' pues él dice que la economía debe estar al servicio de las personas y no las personas para servir a la economía. Este estudio de caso refleja que el interés económico está por encima de la vida de las personas y que sus necesidades humanas fundamentales no están satisfechas, no se logró evidenciar procesos sociales, tecnológicos, estatales, globales, regionales o locales que permitieran develar desarrollo sostenible para la subsistencia de las comunidades objeto de estudio.

Igualmente, Max Neef (1998), establece que el crecimiento no es lo mismo que desarrollo, y el desarrollo no precisa necesariamente de crecimiento; este postulado se manifiesta en este estudio de caso, ya que si bien a buenos indicadores de productividad que dan cuenta del crecimiento económico, no pasa lo mismo con el desarrollo de la población del departamento de la Guajira, especialmente de los pobladores de Chancleta y Patilla origen, quienes conviven con las actividades mineras de la mina la Caypa; En este estudio de caso no se intenta desestimar los aportes de la inversión extranjera, pero este debe ir de la mano con el desarrollo humano y social.

En este sentido, el crecimiento económico es beneficioso para los pueblos, pero si va acompañado de políticas que favorezcan el desarrollo así como la seguridad humana. Las comunidades de Patilla y Chancleta origen sufren problemáticas asociadas a la pobreza no solo materiales si no en cuanto a las posibilidades para mejorar su calidad de vida, pues sus derechos humanos se ven vulnerados, además estas problemáticas están asociadas a la debilidad de las instituciones, ineficiencia estatal para atender las necesidades básicas, evidenciando un irrespeto por las normas sobre los derechos humanos, incumpliendo acuerdos internacionales que tienen como propósito el desarrollo y avance de los pueblos.

CONCLUSIONES

- La Inversión Extranjera del sector minero resulta positivo, pero existen problemáticas como la pobreza y la desigualdad, debilidad en las instituciones del Estado para cumplir su papel de garante, el incumplimiento de normas constitucionales y acuerdos internacionales que traen como resultado la vulneración de derechos humanos.



- No se conocieron acciones de CID en las comunidades de Chancleta y Patilla origen destinadas a disminuir la vulneración de DDHH por la actividad extractiva de La Caypa.
- Las acciones de Responsabilidad Social Corporativa no son suficientes para ayudar a la población con estas problemática.
- Existencia de actores de Cooperación Internacional para el Desarrollo que pudieran unir esfuerzos para superar las dificultades de la población objeto de estudio.
- Cooperación Internacional para el Desarrollo de insuficiente institucionalidad para asumir retos como el que se plantea en este estudio sobre los Derechos Humanos vulnerados por la Inversión Extranjera en el sector extractivo.
- La Guajira requiere avanzar en el tema, y para esto es importante la capacidad de gestión de sus instituciones y la voluntad de los actores estatales y no estatales para lograr convertirse en protagonista de su propio desarrollo no solo económico, sino humano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atsushi Limi. (2006). **“Did Botswana escape from the resource curse?”** IMF Working Papers. WP/06/138. Recuperado el 10 de enero de 2014 en <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2006/wp06138.pdf>
- Halvor, M., Moene, K. & Torvik, R. (2006). **“Institutions and the resource curse”** The Economic Journal, 116, (20). Recuperado el 10 de enero de 2014 en <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-0297.2006.01045.x/pdf>
- Max Neef, M. (1998). **Desarrollo a escala humana**. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones. Barcelona: Icaria Editorial S.A.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. **Informes sobre desarrollo humano**. Recuperado el 10 de enero de 2014, en <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano/indices>
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (1990). **Informe sobre desarrollo humano: concepto y medición de desarrollo humano**. Recuperado en <http://hdr.undp.org/en/global-reports>
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (1994). **Informe sobre desarrollo humano: un programa para la cumbre mundial sobre desarrollo social**. Recuperado en <http://hdr.undp.org/en/global-reports>
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (1996). **Informe sobre desarrollo humano: ¿crecimiento económico para propiciar el desarrollo humano?** Recuperado en <http://hdr.undp.org/en/global-reports>
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2000). **Informe sobre desarrollo humano: derechos humanos y desarrollo humano**. Recuperado en <http://hdr.undp.org/en/global-reports>



Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2011). **Informe sobre desarrollo humano. Sostenibilidad y equidad: un mejor futuro para todos.** Recuperado en <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-report-2011>

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2013). **Informe sobre desarrollo humano. El ascenso del sur: progreso humano en un mundo diverso.** Recuperado en <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-report-2013>

Sachs, J. & Warner, A. (2001). **“The curse of natural resources”**. En European Economic Review, 45 (827-838). Recuperado el 10 de enero de 2014 en <http://www.earth.columbia.edu/sitefiles/file/about/director/pubs/EuroEconReview2001.pdf>

Sachs, J. & Warner, A. (1995). **“Natural resource abundance and economic growth”**. NBER Working paper series, No. 5398 Recuperado el 9 de enero de 2014 en <http://www.nber.org/papers/w5398>

Sachs, J. (2005). **El fin de la pobreza: como conseguirlo en nuestro tiempo.** España: Editorial Debate.

Sen, A. (2000). **Desarrollo y libertad.** Bogotá: Editorial Planeta.



INFLUENCIA DEL CAPITAL ESTRUCTURAL EN LA MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELLECTUAL EN GRUPOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA

Maribel Bermúdez Rojo
Universidad de la Guajira
mdbermudez@uniguajira.edu.co

José Alfonso Pinto Andrade
Universidad de la Guajira
jpintoa@uniguajira.edu.co

García Dávila Mónica Liseth
Universidad de la Guajira
monicagarcia749@hotmail.com

RESUMEN

El propósito fundamental de la presente investigación fue analizar el capital intelectual en grupos de investigación y desarrollo (I+D) de Universidades Públicas de Colombia, identificando las debilidades potenciales dentro de los elementos del capital estructural que conforman el mismo, proponiendo unos lineamientos estratégicos que faciliten la medición del capital intelectual. La investigación estuvo sustentada en los fundamentos teóricos de los autores Lev (2001), Bontis (2002), CIC (2003) y Mantilla (2004); fue de tipo descriptiva, con un diseño de campo, no experimental y transaccional. Como técnicas de recolección de datos fue utilizada la encuesta, usando un cuestionario como instrumento, aplicado a los investigadores que laboran en los grupos de investigación de las Universidades de Antioquia, la Guajira, Popular del Cesar y Magdalena, como instituciones que conformaron las Universidades Públicas Colombianas. Luego de analizar los resultados, los hallazgos detectados señalan que existe una notoria debilidad en los aspectos de la propiedad intelectual, los resultados de la innovación y las actividades organizacionales, los cuales interfiere en la medición del capital intelectual y por ende en la competitividad de los grupos. A partir de estos resultados, se formularon una serie de lineamientos para el fortalecimiento del capital intelectual en estas organizaciones.

Palabras clave: capital intelectual, capital estructural, investigación y desarrollo

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, la competencia en los grupos de investigación y desarrollo (I+D) en universidades públicas es cada día mayor. Partiendo de esta premisa, la mejor fuente para obtener ventajas competitivas duraderas es el conocimiento. El continuo devenir de los mercados, la proliferación de tecnologías, la multiplicación de los competidores, la rápida obsolescencia de los productos son el clima donde alcanzaran el éxito sólo las organizaciones que creen nuevos conocimientos, los difundan y los incorporen rápidamente a las nuevas tecnologías y productos.

Considerando esta situación, el capital intelectual, específicamente, los elementos del capital estructural, se ha convertido en un eje central del funcionamiento de estos grupos de



investigación y desarrollo, incidiendo directamente en las acciones futuras que puedan afectar los logros estratégicos de los mismos.

Para efectos del presente artículo, se analizó el capital estructural en los centros de investigación y desarrollo de las universidades públicas colombianas, con el fin de proponer lineamientos estratégicos que permitan fortalecer el capital intelectual de estas organizaciones.

REVISIÓN LITERARIA

CAPITAL INTELECTUAL: UN MEDIO PARA CREAR VALOR

En los campos de la economía y la gestión existen diferentes definiciones de capital intelectual, pero no cabe duda de que el capital intelectual es un activo intangible. Dado que el mismo no es una forma de capital, fácilmente auditable. Por lo tanto, es difícil utilizar los datos de manera activa en los estados financieros. El término "capital intelectual" fue reseñado por primera vez en 1969, en una carta que le escribió el economista canadiense John Kenneth Galbraith a Michael Kalecki, descrita por Feiwel (1975); en esa carta John afirmaba, que el capital intelectual era un adicional del cerebro humano. A su vez, Ross, Roos, Dragonetti, y Edvinsson (1998) señalan que el cerebro debe ser utilizado no sólo para tener acceso a la inteligencia y el conocimiento, sino también como un medio para crear valor.

Para Edvinsson y Malone (1997), la diferencia entre el valor de mercado de una empresa y su valor en libros, está compuesta por el capital intelectual, capital de conocimiento, capital no financiero y activos intangibles. Así el capital intelectual, se define como una combinación de todos los conocimientos, la experiencia, los sistemas de tecnología, relaciones con los clientes y el dominio técnico que proporciona a la empresa una ventaja competitiva.

Cabe señalar que Thomas Stewart (1991), ha sido uno de los pioneros en relacionar el capital intelectual con la solución de problemas. Para éste autor, el capital intelectual se define como "material intelectual" el cual se utiliza para crear riqueza de conocimiento, el mismo consiste de la información tecnológica, la experiencia y la propiedad intelectual. En los últimos años, la mayor parte de los estudios sobre la clasificación del capital intelectual se basa en la investigación de este autor.

De igual manera, Edvinsson y Sullivan (1996) definen al capital intelectual como el conocimiento que puede ser convertido en valor. Como resultado de esto, la conversión de conocimiento en valor, es la función principal de las empresas que buscan una ventaja competitiva. Sin embargo, si el conocimiento se convierte en valor, entonces ¿qué valor se obtiene exactamente?

De otro lado, la compañía de seguros sueca Skandia divide cada empresa de valor en capital financiero y capital intelectual, a su vez, al capital intelectual lo divide en capital humano y capital estructural y al capital estructural lo subdivide en: capital tecnológico y capital organizativo; sin embargo, muchos investigadores han definido conceptos específicos de capital intelectual en su propio camino. No hay consenso para los componentes específicos del capital intelectual. Sveiby (1997) propuso por primera vez una clasificación para el capital intelectual en tres dimensiones: capital humano, capital estructural y capital cliente. Esta clasificación se acepta generalmente, sin embargo fue modificada y ampliada por Bontis (1996), quien reemplazó capital cliente por capital relacional.



Por otro lado, Lev (2001) afirma, en cuanto al capital intelectual, que se pueden usar tres conceptos indistintamente, capital intelectual, activos intangibles y activos del conocimiento. Además señala que estos conceptos han sido ampliamente usados en la literatura; en la parte contable se habla de recursos intangibles, mientras que en la economía se emplean los activos del conocimiento, siendo el de mayor interés para el presente estudio el término de capital intelectual.

De igual manera, Bueno (2002), señala que el capital intelectual representa la perspectiva estratégica de la “cuenta y razón” de los intangibles de la organización.

Igualmente, Nevado y López (2002) elaboran una de las definiciones más completa: «El capital intelectual es el conjunto de activos de una empresa que, aunque no están reflejados en los estados contables tradicionales, generan o generarán valor para la misma en un futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y estructural, tales como: la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos, servicios, cultura de innovación y capacidad de comunicación, que permiten a la empresa o institución, que los valora, aprovechar mejor las oportunidades, dando lugar a la generación de beneficios futuros».

También, Molbjerg-Jorgensen (2006), desde una perspectiva filosófica lo definen como el conocimiento sobre el conocimiento, creación de conocimiento y apalancamiento del mismo en un valor social o económico. En otro orden de ideas, Kristandl y Bontis (2007), definen al capital intelectual como recursos estratégicos de la organización que permiten a la misma, crear valor sostenible, pero, no están disponible a un gran número de empresas, generan beneficios potenciales futuros que no pueden ser tomados por otros y que no son imitables por los competidores o sustituibles por otros recursos. No son transferibles debido a su carácter organizativo.

Finalmente Bueno, Jerico, y Salmador (2008) realizan una recopilación y conceptualizan del capital intelectual resaltando los siguientes aspectos:

Expresa un proceso de acumulación, propio del concepto económico de capital; indica, en consecuencia, el valor de la riqueza acumulada derivada del conocimiento o de un conjunto de activos de capital. Explica la naturaleza intangible de activos generados por el conocimiento puesto en acción en la organización. Combina activos de naturaleza intangible, los cuales generan nuevo conocimiento; éste se transforma en competencias empresariales o en la creación de ventaja competitiva. Genera valor a la empresa y representa la nueva riqueza de las organizaciones y de las naciones. Integra diferentes activos intangibles, dinamizados por una estrategia basada en flujos de conocimiento o en actividades intelectuales dentro de la organización. No suele representarse en los estados contables.

En resumen, los autores de la presente investigación definen al capital intelectual como un activo intangible, asociado directamente al conocimiento o material intelectual que está almacenado en los cerebros de las personas; este, le crea valor a las organizaciones y le incrementa las ventajas competitivas. Matemáticamente es la sumatoria de los tres capitales: capital humano, capital estructural y capital relacional. Desde el punto de vista contable, es un capital no financiero, difícil de auditar y de representar sus datos en los estados contables.



ELEMENTOS CAPITAL ESTRUCTURAL: UN RECUESTO HISTÓRICO

En este apartado, se pretende realizar un recuento histórico de diferentes conceptos, sobre el capital estructural y sus elementos, elaboradas por autores diferentes. En primer plano se tiene a Edvinsson y Malone (1997), los cuales afirman que el capital estructural, son aquellos elementos estructurados por la organización, es decir: clientes, procesos (cómo la empresa añade valor a las diferentes actividades que desarrolla) y capacidad de innovación (posibilidad de mantener el éxito de la empresa a largo plazo a través del desarrollo de nuevos productos y servicios).

Según Stewart (1997), el capital estructural, representa la estructura de una organización; está compuesto por metodologías, documentos, patentes, bases de datos, software, redes entre otros. Similarmente Bueno (1998) lo define como una dimensión del capital intelectual, constituido esencialmente por saberes y experiencias, transformado estos en conocimiento explícito, tales como: metodologías, procedimientos, tecnologías de proceso, productos, que son almacenados en la empresa a través de bases de datos entre otros.

De otra manera, Chianamide, Olea Sánchez (2000) afirman que existen recursos intangibles y activos intangibles dentro del capital estructural; los recursos comprenden, las innovaciones y patentes y los activos, la calidad, gastos de innovación y procesos. Asimismo, Pelufo y Catalán (2002) definen al capital estructural como parte del activo que permanece en la empresa. Se divide en dos grupos: (a) formal o conocimiento explícito como la propiedad intelectual de la empresa, patentes, marcas, entre otros; (b) informal o conocimiento no patentado, (compuesto tanto por conocimiento explícito como por conocimiento tácito), por ejemplo el know-how, las metodologías de trabajo, las bases de datos, secretos comerciales, cultura organizacional, el clima o ambiente de trabajo, las competencias organizacionales, entre otros.

Adicionalmente, para Dzinkowski (2000) el capital estructural incluye diversos documentos, sistemas de tecnología de la información, imagen de la empresa, base de datos de patentes, organización conceptual, así como patentes tradicionales, las marcas, derechos de autor y otros proyectos de propiedad intelectual, que pueden aumentar el rendimiento de las ganancias y los beneficios de estas.

En otro orden de ideas, Baena, E; Botero, C; Montoya (2003) afirman que el capital estructural es aquel en donde el conocimiento latente en las personas y grupos es explicitado, sistematizado e internalizado por la organización. Es el conocimiento estructurado por la empresa y recogido en sistemas de información y comunicación, en tecnología disponible, en procesos de trabajo (*rutinas organizativas*), en patentes, en sistemas de gestión, entre otros. Éste es propiedad de la empresa, queda en la organización cuando las personas la abandonan. Está compuesto por: Cultura organizacional, filosofía del negocio, procesos de reflexión estratégica, estructura de la organización, propiedad intelectual, tecnología de proceso, tecnología de producto, procesos de apoyo, procesos de captación y transmisión del conocimiento y tecnologías de la información.

Por otro lado, el Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento CIC (2003), divide al capital estructural en dos: capital organizativo y capital tecnológico el primero está asociado a las actividades organizacionales representadas por las acciones de la empresa; los esfuerzos en investigación y desarrollo que consisten en la realización de trabajos creativos con el fin de aumentar los conocimientos y aplicarlos sobre la realidad; además el capital



tecnológico, basado en la dotación tecnológica, que consiste en el conjunto de conocimientos, métodos, técnicas acumulados en las bases de datos, propiedad intelectual, conocimientos protegidos legalmente y los resultados de innovación que incluyen, las mejoras incorporadas en los productos, procesos y métodos de gestión existentes.

También Weatherly (2003) se refiere al capital estructural cuando dice que es todo aquello que otorga valor a la empresa u organización, más específicamente las patentes, derechos, marcas y relaciones de clientes y proveedores, en ese sentido, según Ordoñez (2004) el capital estructural incluye todos los almacenes no humanos de conocimiento en las organizaciones, los cuales corresponden a bases de datos, diagramas organizacionales, manuales de proceso, estrategias, metodologías entre otros.

En otro contexto, Bontis (2004) denomina al capital estructural como capital de procesos; lo define como los almacenes no humanos de conocimientos que están incorporadas dentro de la empresa u organización, en su tecnología y en los sistemas de información y comunicación, representados por hardware, software, bases de datos, laboratorios y estructuras organizativas que sostienen y externalizar la producción del capital humano

Adicionalmente, Mantilla (2004), afirma que el capital estructural u organizacional es aquel representado por una serie de elementos que pueden verse dimensionados a través de la propiedad intelectual, patentes, derechos de diseño, marcas registradas, marcas de servicio y activos infraestructurales.

En cuanto al capital estructural o capital organizativo, Lynn y otros (2004) y Knight (1999) afirman que la estructura dentro del capital intelectual es una de los factores más importantes a considerar. Esta incluye sistemas informales y formales, que son la base del rendimiento eficiente Lynn (1998). En este mismo orden de ideas, la cultura organizacional, el aprendizaje organizacional, los procesos y sistemas de información son también indicadores importantes del capital estructural (Chen, Zhu, y Xie (2004).

De igual manera, Bueno (2005) define el capital estructural como aquel integrado por aspectos de la cultura organizacional y la tecnología. Identificando la cultura organizacional como el conjunto de valores impulsados por la directiva como modelos de comportamiento en la organización. También incluye la forma de organizar los distintos trabajos que realiza la institución alineando al personal con la estrategia, facilitando la conexión trabajadores-dirección. Además, integra el conocimiento incorporado, internalizado, sistematizado y procesado de cada institución mediante un proceso histórico a través de una sucesión de rutinas organizativas, al comprender las variables relacionadas con la cultura, la estrategia, la estructura organizativa, la propiedad intelectual, las tecnologías, los procesos de apoyo, captación de conocimientos y los procesos de innovación.

En ese sentido, Cabritas y Landeiro (2005), indican que el capital estructural representa las capacidades de la organización para hacer frente a sus desafíos internos y externos. Incluye las infraestructuras, los sistemas de información, rutinas, procedimientos y cultura organizacional. También es el esqueleto y la cola de una organización, ya que proporciona las herramientas (filosofía de gestión, procesos, cultura) para retener, almacenar y movilizar el conocimiento.

Por ser el contexto de la presente investigación, los grupos de investigación y desarrollo (I+D) de universidades públicas de Colombia, similar al del centro de investigaciones sobre la



sociedad del conocimiento (CIC), se decidió tomar los elementos del capital estructural, señalados por este centro, para realizar el trabajo de campo de cuyos resultados se elaboraron los lineamientos estratégicos, objetivo principal de la investigación.

Como resumen de este apartado, se muestra en el cuadro N. 1, las definiciones más relevante de capital estructural y sus elementos, acompañadas estas por sus autores respectivos.

Cuadro 1. Definiciones de capital estructural y elementos que lo componen

Autor, Año	Definición	Elementos
Edvinson y Malone, (1997)	Elementos estructurados por la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Procesos • Capacidad de innovación
Stewart, (1997)	Estructura de una organización	<ul style="list-style-type: none"> • Metodologías • Documentos • Patentes • Bases de datos • Software • Redes
Bueno, (1998)	Saberes y experiencias, transformado en conocimiento explícito	<ul style="list-style-type: none"> • Metodologías • Procedimientos • Tecnología de procesos y productos
Chianamide y Otros, (2000)	Recursos intangibles y activos intangibles que tiene una organización	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación y patentes • Calidad • Gastos de innovación y procesos
Peluso y Catalán, (2002)	Parte del activo que permanece en la empresa y se divide en formal e informal	<ul style="list-style-type: none"> • Patentes, marcas, secretos industriales • Know-how • Metodologías de trabajo • Bases de datos • Cultura organizacional • Competencias organizacionales
Baena, y otros (2003)	Es el conocimiento explícito latente en las personas y grupos, sistematizado e internalizado por la organización; es propiedad de la empresa y permanece en esta cuando las personas se van	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura organizacional • Estructura de la organización • Propiedad intelectual • Procesos de captación y transmisión del conocimiento • Tecnologías de procesos y productos • Tecnologías de información y comunicación
Weatherly, (2003)	Todo aquello que otorga valor a la empresa u organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Patentes, derechos • Marcas
CIC, (2003)	Es la combinación del capital organizativo y tecnológico de una organización	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades organizacionales • Esfuerzos en I+D • Dotación tecnológica • Propiedad intelectual • Resultados de la innovación



Cuadro 1. Continuación...

Ordoñez, (2004)	Almacenes no humanos de conocimientos en las organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos • Diagrama organizacional • Manuales de procesos • Metodologías, rutinas
Bontis, (2004)	Almacenes no humanos de conocimientos que están incorporadas dentro de la empresa u organización, en su tecnología y en los sistemas de información y comunicación, que sostienen e internalizan la producción del capital humano	<ul style="list-style-type: none"> • Hardware, software • Bases de datos • Estructuras organizativas • Laboratorios
Bueno, (2005)	Aspectos de la empresa referidos a la organización y a la tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura organizacional • Rutinas organizativas • Estructura organizacional • Propiedad intelectual • Tecnologías • Procesos de innovación
Cabritas y Otros, (2005)	Es aquel que representa las capacidades de la organización para hacer frente a sus desafíos internos y externos. Es el esqueleto y cola de la organización, ya que proporciona las herramientas para retener, almacenar y movilizar el conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Activos de mercado • Propiedad intelectual • Activos centrados en el individuo • Activos de infraestructura

Fuente: Elaboración propia (2014)

Para el desarrollo de la presente investigación se analizó el capital estructural a través de los indicadores: actividades organizacionales, esfuerzos de investigación y desarrollo, dotación tecnológica, aspectos de la propiedad intelectual y resultados en innovación, obedeciendo a la función de los centros de investigación y desarrollo de universidades públicas de Colombia. Bermúdez (2013).

METODOLOGÍA

Al ser el propósito de la presente investigación, analizar el capital intelectual en grupos de investigación y desarrollo (I+D) de universidades públicas de Colombia, identificando las debilidades potenciales dentro de los elementos del capital estructural que conforman el mismo, se clasificó como una investigación de tipo descriptiva, con un diseño no experimental, transaccional, Hernández y otros (2006), de campo (Tamayo, 2007).

La población de estudio, estuvo constituida por cuatro grupos de investigación y desarrollo (I+D) de las universidades públicas de Colombia: Universidad de la Guajira, Universidad del Magdalena, Universidad Popular del César y Universidad de Antioquia. Se abordó a toda la población referenciada, por tanto, se empleó el censo poblacional, Arias (2006). En este sentido, se trabajó con todos los investigadores de los grupos antes mencionados.

Para ello, se seleccionó la encuesta como técnica de recolección de datos, la que fue autoadministrada. El instrumento utilizado fue el cuestionario, Tamayo (2007), el cual estuvo dirigido fundamentalmente a obtener información específica sobre estados de opinión, características y hechos específicos de acuerdo a los criterios de los entrevistados, y cuya estructura con diez (10) afirmaciones, que exploran cinco (5) indicadores: actividades organizacionales, esfuerzos de investigación y desarrollo dotación tecnológica; propiedad



intelectual y resultados de la innovación. Las opciones de respuesta categorizadas en una escala de medición tipo Likert, así: totalmente de acuerdo (TDA), de acuerdo (DA), indiferente (I), en desacuerdo (ED) y totalmente en desacuerdo (TDE), correspondiendo una valoración que va desde el 5 hasta el 1.

Debido al carácter descriptivo de la investigación, el tratamiento estadístico que se le dio a los datos fue igualmente descriptivo. Se determinaron las distribuciones de frecuencias absolutas y relativas, en conjunto con medidas de tendencia central como lo es la media y la desviación estándar.

Una vez aplicado el cuestionario, se procedió a codificar y tabular la información obtenida a través de hojas de cálculo, siendo la herramienta *Microsoft Office Excel versión 2007 la utilizada*, con el fin de calcular las frecuencias y las medias aritméticas para el análisis de los resultados en relación a las respuestas obtenidas de cada ítem del instrumento aplicado. Se utilizó el siguiente baremo:

Cuadro 2. Baremo para el análisis del promedio del indicador

INTERVALO	CATEGORÍAS NIVEL DE ACEPTACIÓN	DESCRIPCIÓN
3,85 a 4,03	Cualquiera de las categorías	El ítem, indicador y/o dimensión analizada se observa con alta presencia.
3,65 a 3,84	Cualquiera de las categorías	El ítem, indicador y/o dimensión analizada se observa moderada alta presencia.
3,46 a 3,64	Cualquiera de las categorías	El ítem, indicador y/o dimensión analizada se observa con presencia media.
3,27 a 3,45	Cualquiera de las categorías	El ítem, indicador y/o dimensión analizada se observa con poca presencia.
3,06 a 3,26	Cualquiera de las categorías	El ítem, indicador y/o dimensión analizada no se encuentra presente.

Fuente: Elaboración propia (2012)

Finalmente después de analizar los resultados se proponen unos lineamientos orientados a fortalecer el capital intelectual en su componente capital estructural en los centros de investigación y desarrollo en las universidades públicas colombianas

RESULTADOS

A continuación, en la tabla N. 1 se presentan los resultados de los elementos del capital estructural estudiados en los grupos de investigación y desarrollo (I+D) de las Universidades Públicas de Colombia.



Tabla 1. Elementos del Capital Estructural

Dimensión	Indicador	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA										TOTAL		Media
		TED		ED		I		DA		TDA		Fa	%	
		Fa	%	Fa	%	Fa	%	Fa	%	Fa	%			
Elementos del capital estructural	Actividades Organizacionales	1	6,67	4	20,00	4	20,00	7	36,67	3	16,67	20	100	3,37
	Esfuerzos de investigación y desarrollo	1	3,33	1	6,67	2	10,00	12	61,67	4	18,33	20	100	3,85
	Dotación Tecnológica	1	3,33	4	18,33	1	6,67	10	48,33	5	23,33	20	100	3,70
	Aspectos de la propiedad intelectual	2	10,00	8	40,00	2	11,67	6	30,00	2	8,33	20	100	2,87
	Resultados en Innovación	1	3,33	5	23,33	7	33,33	6	30,00	2	10,00	20	100	3,20
PROMEDIO		1	5,33	4	21,67	3	16,33	8	41,33	3	15,33	20	100	3,40

Fuente: Bermúdez, M (2013).

Luego de analizar los resultados señalados en la tabla anterior, los hallazgos detectados en orden de valores arrojados por la media, señalan que no hay presencia en los aspectos de la propiedad intelectual en los centros de investigación y desarrollo debido a la falta de estrategias y procedimientos referentes a la gestión y monitoreo de la productividad académica. En relación con los resultados en innovación, los métodos de gestión existentes no incorporan mejoras que permitan disminuir costos, mejorar tiempos de respuesta de los proyectos de investigación y por lo tanto no se refleja innovación en los productos.

De acuerdo a los resultados, se evidencia poca presencia de las actividades organizacionales, por debilidades en el programa de selección del personal, incentivos relacionados con el desempeño y refuerzo de las habilidades y destrezas de los investigadores mediante adiestramientos especializados.

En cuanto a la dotación tecnológica, se observa una moderada alta presencia, traducida en la utilización de bases de datos, equipos e instrumentos adecuados y la incorporación de tecnologías de información y comunicación que ayuden a la eficiencia y eficacia en los procesos.

En relación con los esfuerzos de investigación y desarrollo, hay una alta presencia que cuenta con presupuestos adecuados para el desarrollo de nuevas aplicaciones, se cuenta con personal altamente calificado para el desarrollo de actividades de investigación y se realizan trabajos creativos que se emprenden de modo sistemático a fin de aumentar el volumen de conocimientos sobre la realidad.

CONCLUSIONES

En general, los lineamientos para fortalecer las debilidades encontradas en los elementos del capital estructural, estudiados en grupos de investigación y desarrollo (I+D) de Universidades Públicas de Colombia, se concentran en un lineamiento primario el cual es generar un mecanismo de Gestión, en cuya creación deben participar los investigadores claves de los grupos de investigación, lo cual permita una adecuada administración del capital



intelectual, a partir de este, se derivan otros lineamientos los cuales se enumeran a continuación:

1. Creación de programas de motivación en los cuales se incluyan premios a los investigadores con posiciones claves dentro de los grupos, para lograr en ellos sentido de pertenencia.

2. Diseño de un sistema de monitoreo que permita un adecuado desarrollo de los procesos y de alguna manera genere costos que se conviertan en una valorización del capital intelectual y no en gastos de ensayo error. Y además garantice la calidad de los datos y la consistencia de la información incluida en las investigaciones. Lo que conlleva a una aplicación oportuna e implementación de los resultados de innovación obtenidos.

3. Elaboración de programas que incentiven la propiedad intelectual y que a su vez contenga mecanismos de control que permitan un monitoreo de la trayectoria del portafolio de propiedad intelectual y

4. Creación de un grupo de tareas de medición del capital intelectual con el objetivo de introducir metodologías de medición de capital intelectual y así lograr una aplicación oportuna en la publicación de los resultados de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. (2006). Conceptos básicos de muestreo. **El Proyecto de Investigación**, Editorial EPISTEME, Caracas, p. 81.

Baena, E; Botero, C; Montoya, O (2003) **Gestión Tecnológica y Competitividad**. Scientia et Technica N° 21 Julio / 2003 / 122

Bermúdez, M (2013). **Capital Intelectual en Centros de Investigación y Desarrollo de Universidades Públicas de Colombia**, p. 68.

Bontis, N., 1996, “**There's a price on your head: Managing intellectual capital strategically,**” **Business Quarterly**, Vol. Summer, pp.40-47.

Bontis, N. (2002). “**National intellectual capital index: Intellectual capital development in the Arab Region**”. Institute for Intellectual Capital research, Ontario, Pp. 3

Bontis, N. (2004) ‘**National intellectual capital index: a United Nations initiative for the Arab region**’, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 1, pp.13–39.

Bontis, N. (2005). **National Intellectual Capital Index**. Journal of Intellectual Capital Vol. 5 No. 1, 2004 pp. 13-39

Bueno, E. (1998): “**El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual**”, Boletín de Estudios Económicos, Vol. LIII, nº 164, pp.207-229.

Bueno, E. (2002): “**Dirección estratégica basada en conocimiento: Teoría y práctica de la nueva perspectiva**”, en Morcillo, P. y Fernández Aguado; J. (2002):Nuevas Claves para la Dirección Estratégica, Ed. Ariel, Barcelona, 91-116.



- Bueno, E. (2005). **“Génesis, evolución y concepto del Capital Intelectual: Enfoques y modelos principales”**, Capital Intelectual, No. 1, pp. 8-19.
- Bueno, E.; Jericó, P. y Salmador, M. P. (2008): **“Experiencias en medición del capital intelectual en España: El Modelo Intellect”** en Bueno, E. y Salmador, M. P. (eds.): Perspectivas sobre Dirección del Conocimiento y Capital Intelectual, I. U., Euroforum Escorial, Madrid.
- Cabrita, M. y Landeiro, J. (2005) **Electronic Journal of Knowledge Management** Volume 4 Issue 1 pp. 11-20.
- Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - CIC (2003). **Modelo Intellectus**. Universidad Autónoma de Madrid: Medición y Gestión del Capital Intelectual, pp. 33-73.
- Chen, J., Zhu, ZH and Xie, HY. (2004). **“Measuring intellectual capital: A new model and empirical study,”** Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 1, pp. 195-212.
- Chianamide, C; Olea, M y Sánchez, P (2000). **Management of intangibles: An attempt to build a theory**. Journal of intellectual capital Vol. 1 N° 4 p. 325
- Dzinkowski, R., (2000). **“The measurement and management of intellectual capital: An Introduction”**, Manejo Contabilidad: Revista para Chartered Manejo Accountants , Vol. 78, No. 2, pp. 32 -36
- Edvinsson, L. y Malone, M. S. (1997). **El Capital Intelectual: Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa**. Madrid: Gestión 2000
- Edvinsson, L. and Sullivan, P., (1996), **“Developing a model for managing intellectual capital,”** European Management Journal, Vol. 14, No. 4, pp. 356-364.
- Feiwel, George R (1975). **The intellectual capital of Michael Kalecki: A Study in Economic Theory and Policy**
- Hernández, S., Fernández, B. y Batista, P. (2006). **“Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa”**. Metodología de la investigación, 4ta. Edición, Editorial McGraw Hill, México, p.102.
- Knight, DJ (1999) **Performance measures for increasing intellectual capital** Strategy & Leadership, Vol. 27, pp. 22-27.
- Kristandl, G. y Bontis, N. (2007): **“Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm”**, Management Decision, vol. 45(9), pp. 1510- 1524
- Lynn, B., (1998), **“Performance evaluation in the new economy: Bringing the measurement and evaluation of intellectual capital into the management planning and control system,”** Revista Internacional de gestión de tecnología, Vol. 16, pp. 171
- Lynn, L., Lim, K. and Dallimore, P., 2004, **“Intellectual capital: Management attitudes in service industries,”** Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 1, pp. 181-194.



- Mantilla, S. (2004) **Capital Intelectual & Contabilidad del Conocimiento**. Ediciones ECOE, Pp. 13-150.
- Lev, B. (2001) **Intangibles. Management, measurement and reporting**, Brookings institution, Washington, pp. 2-10
- Molbjerg-Jorgensen, K. (2006) **Conceptualising Intellectual Capital as a Language Game and Power**, Journal of Intellectual Capital, vol. 7, nº 1, pp. 78-92.
- Nevado, D. y López, V. (2002) **El Capital Intelectual: valoración y medición (modelos, informes, desarrollos y aplicaciones)** 1ª Ed. Madrid, Financial Times-Prentice Hall, Pp. 25.
- Ordoñez de Pablos, P. (2004). **Human resource management systems and their role in the development of strategies resources: empirical evidence**. Journal of European Industrial Training. Vol. 28 No. 6. Pp. 474-489.
- Peluffo, M y Catalán, E. (2002) **Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES** Santiago de Chile, diciembre de 2002.
- Stewart, TA, (1997), **Intellectual Capital: The New Wealth of Nations**, New York: Doubleday Dell Publishing Group Inc.
- Roos, J., Roos, G., Dragonetti, NC and Edvinsson, L., (1998) **Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape**, New York University Press
- Stewart, T. A. (1991). **Brainpower: How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset**. Fortune, 3, 44-60.
- Sveiby, KE, (1997), **"The intangible assets monitor,"** Journal of Human Resource Costing and Accounting , Vol. 2, No. 1, pp. 73-97.
- Tamayo, M. (2007). **"El proyecto de investigación", El proceso de la investigación científica**. 4ta. Edición, Editorial Limusa, México, p. 110.
- Tamayo, M. (2007). **"El proyecto de investigación", El proceso de la investigación científica**. 4ta. Edición, Editorial Limusa, México, p 185.
- Weatherly, L.A. (2003) **Human capital—the elusive asset; measuring and managing human capital: a strategic imperative for HR**. HR Magazin



LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA GUAJIRA COLOMBIANA

Wilmer Torres Bruges
Universidad de La Guajira
wilmerbruges@hotmail.com

Álvaro Sierra Molina
Universidad de La Guajira
alvarosierra8@hotmail.com

RESUMEN

El objeto de la presente ponencia es determinar la importancia de la gestión presupuestaria de las Universidades Públicas de la Guajira Colombiana, teniendo en cuenta que esta, representa un instrumento que debe organizarse y administrarse adecuadamente relacionándola con las funciones básicas del proceso administrativo como son: la planeación, la organización, la dirección y el control financiero, contando además, con los lineamientos organizacionales como son las políticas, objetivos estrategias y acciones. Los aportes teóricos se fundamentaron en Burbano (2005), Chiavenato (2007) Cárdenas y Nápoles (2002), Bateman y Snell (2005), quienes coinciden que la gestión presupuestaria es un elemento esencial para el logro de los objetivos institucionales.

Palabras clave: Gestión presupuestaria, planeación, control financiero

INTRODUCCIÓN

Las Universidades, son grupos sociales que requieren para su funcionamiento de recursos humanos, materiales y financieros estos últimos dada su naturaleza que les asigna la condición de limitados deben ser administrados, bajo un criterio de racionalidad para evitar el despilfarro de los mismos, y de esta manera beneficiar la función que conlleva a la necesidad de controlarlos eficientemente.

De esta manera, los presupuestos, surgen como una herramienta de planeación y control en las actividades desarrolladas por una organización con la finalidad de orientarla en el manejo de sus recursos. Burbano (2005), afirma “que el presupuesto es la expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de una organización, en un periodo determinado, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlo”.

Con base en lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que el presupuesto es una herramienta que debe ser utilizada por las universidades, para dirigir sus operaciones a través de la aplicación acertada de sus estrategias y políticas institucionales, permitiéndoles asignar en forma eficiente los recursos disponibles.

FUNDAMENTO TEÓRICO

En esta ponencia, se muestran conceptos de diversos autores sobre la gestión presupuestaria al respecto se plantearon algunas definiciones: En consideraciones de Cárdenas y Nápoles (2002), se entiende por gestión presupuestaria, la implantación de un sistema eficaz de coordinación, el cual ayudará a determinar las áreas fuertes y débiles de la



organización, a través de un cuadro integral de las operaciones como un todo, constituyéndose en una herramienta fundamental al planear la estructura financiera.

Por otra parte, Burbano (2005), igualmente sostiene que el control presupuestario es una herramienta valiosa en la administración comprobando que los planes trazados por la empresa se realicen tal como fueron programados detectando cualquier desviación que se pueda presentar en estos.

Por consiguiente, las instituciones del sector público, específicamente las universidades estatales u oficiales Para alcanzar las metas propuestas en un periodo determinado, deberán generar planes y acciones que les permitan realizar un manejo adecuado y eficiente de sus recursos.

LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA EN EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN

La planificación es fundamental porque le permite a la organización proyectarse hacia el futuro determinando como puede lograr sus metas, dentro de este orden de ideas, Bateman y Snell (2005, p. 7), expresan que la planificación “consiste en especificar los objetivos que se deben conseguir y en decidir con anticipación las acciones adecuadas que se deben ejecutar para ello”.

Entre las actividades de planificación se encuentran: el análisis de las situaciones actuales, la anticipación al futuro, la determinación de objetivos, la decisión de los tipos de actividades en las que participa la entidad, la elección de las estrategias corporativas y de negocios y por último, la determinación de los recursos necesarios para lograr las metas de la organización.

LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA EN EL PROCESO DE ORGANIZACIÓN

Una adecuada elaboración del presupuesto, puede contribuir a mejorar la toma de decisiones a través de la utilización de un estándar que le permita medir, evaluar y controlar los resultados, a través del establecimiento de un eficaz sistema de comunicación que involucre a todos los niveles organizacionales de la empresa.

Dentro de esta perspectiva Burbano (2005), considera que los presupuestos efectuados por una organización deben ser elaborados con base en la objetividad y calidad que le permita dirigir el recurso humano hacia los planes establecidos por la empresa, por lo tanto, es necesario que tanto la planeación como el control se manejen en forma coordinada para poder alcanzar los objetivos propuestos por la organización.

GESTIÓN PRESUPUESTARIA EN EL PROCESO DE DIRECCIÓN

En la gestión presupuestaria, un papel primordial lo desempeña la dirección general, pues esta es la responsable de dar a conocer a cada área los lineamientos e instrucciones necesarias para que puedan elaborar sus planes, programas y presupuestos, esto es debido a que las directrices determinadas en cada área de responsabilidad y actividad dependan de la planeación estratégica y de las políticas fijadas por la organización a largo plazo.

En este orden de ideas Bateman y Snell (2005), consideran que la dirección consiste en estimular a las personas a desempeñarse bien, al mismo tiempo trata de dirigir y motivar a los empleados, como también de comunicarse con ellos, en forma individual o en grupo, además



comprende el contacto cotidiano y cercano con la gente que contribuye a orientarla e inspirarla hacia el logro de las metas del equipo y de la organización.

LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA Y EL PROCESO DE CONTROL

El control de la gestión presupuestaria se debe realizar en forma paralela con el aspecto financiero, por lo tanto, luego de establecer las desviaciones, se puede aplicar el control de la gestión presupuestaria. Cataldo (2003).

En la presente investigación cabe resaltar, que al aplicar la gestión presupuestaria en las universidades públicas del departamento de la Guajira Colombia, se debe tener en cuenta la relación estrecha que existe entre las estrategias y la estructura de la Institución.

Por esto, la razón la planificación financiera, debe ser concebida como una estrategia a largo plazo teniendo en cuenta que los presupuestos permiten orientar la misión y visión de la institución y la responsabilidad de todas sus áreas para lograr obtener un objetivo final.

METODOLOGIA

Se trató de una investigación descriptiva, con un diseño no experimental de campo transeccional, esta se realizó través de un cuestionario dirigido a todos los Directores y jefes del área administrativa y financiera de las instituciones de educación superior Universidad de la Guajira y Universidad Abierta y a Distancia (UNAD). A continuación se muestra el cuadro de la Distribución del Universo y Unidades informantes

Cuadro 1. Universo y las unidades informantes

UNIVERSO	Nº UDS. INFORMANTES
UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA	Jefe del área administrativa y Financiera Jefe de planeación Jefe de presupuesto Tesorero Jefe Oficina Control interno
LA UNA (UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA)	Jefe del área administrativa y financiera Jefe de planeación Jefe de presupuesto Tesorero Jefe oficina control interno Jefe Oficina contabilidad General
TOTAL	11 Unidades informantes

Fuente: elaboración propia (2014)

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación se evidencia que las universidades públicas tienen un buen nivel de apropiación y uso de los instrumentos de la planificación aplicada a los procesos de la gestión presupuestaria, donde se considera como un elemento esencial para el logro de los objetivos institucionales coincidiendo con lo expresado por Burbano (2005), quien manifiesta que las políticas son las series de principios y líneas de acción que guían a la organización hacia la



consecución de sus resultados futuros.

En cuanto a la dimensión de la Organización de la gestión presupuestaria, los resultados demuestran un promedio desfavorable en cuanto a la estructura organizativa en las universidades públicas de la Guajira Colombiana, señalando que éstas no cuentan con estructuras organizativas claramente definidas que permitan identificar los roles de coordinación y líneas dentro del organigrama funcional en la gestión presupuestaria.

Contradiendo lo expuesto por Cárdena y Nápoles (2002), quienes sostienen que para la determinación de la estructura organizacional será necesario primero efectuar un estudio minucioso de la organización y sus líneas de autoridad y responsabilidad para luego elaborar un organigrama.

Para Chiavenato (2005), después de la planeación y la organización de la acción empresarial, el siguiente paso es la función de la Dirección. Las personas deben ser admitidas, asignadas a cargos, instruidas y motivadas para alcanzar los resultados que de ellas se esperan.

En este orden de ideas y con respecto a la identificación de la autoridad ejercida en el manejo presupuestario, se pudo evidenciar en primer lugar y de acuerdo a los resultados arrojados un promedio negativo sobre las estructuras organizativas con las que cuentan las instituciones, pues éstas no les permite ejercer la autoridad en forma eficiente, debido a que carecen de lineamientos y procedimientos que conlleven a una adecuada delegación en la gestión presupuestaria.

Asimismo, en el indicador comunicación se pudo evidenciar un bajo promedio en las Universidades públicas de la Guajira Colombiana, dado que no cuentan con sistemas de comunicación que permita alcanzar una mayor eficiencia y eficacia en la gestión presupuesta,

Por otro lado, se determinó también a través del indicador motivación un promedio bajo en las universidades públicas, debido a la carencia de sistemas de incentivos que logren una mayor motivación y sentido de pertenencia de los funcionarios hacia la Institución.

En lo referente al proceso de control presupuestario fundamentado en los conceptos de Gómez (2004), quién reconoce que el control presupuestario realiza un seguimiento sistemático de los resultados obtenidos en comparación con los que se han presupuestado, realizando los correctivos pertinentes de acuerdo con las discrepancias observadas.

A través de esta investigación se pudo constatar que las universidades públicas no cuentan con sistemas de control que oriente eficientemente la gestión presupuestaria.

Igualmente, el indicador propósitos de control presenta un promedio desfavorable, determinándose que la información requerida por el departamento de presupuesto para elaborar el presupuesto anual de funcionamiento no es suministrada ni coordinada en forma oportuna con las demás dependencias, pues esta información está asignada específicamente al equipo financiero y éste carece de autonomía para tomar las decisiones en cuanto al manejo presupuestario, debido a que estas son de tipo formal, ajustada a los reglamentos, y normas internas así, como a las directrices formuladas por el Gobierno Nacional y los entes departamentales en materia presupuestal.



Por último, para responder al objetivo general de esta investigación, que es analizar la gestión presupuestaria de las universidades públicas de la Guajira Colombianas, se evidenció un promedio bajo, según los resultados emitidos por parte de las unidades informantes, en donde se demuestra que los planteamientos formulados respecto a la gestión presupuestaria presentan deficiencias, debido a que solo el 49% de la población objeto de estudio contestó si con relación a estos, lo que pone en evidencia la no presencia de atributos en muchos de los indicadores utilizados para medir la variable de estudio.

Esto significa que las universidades públicas de la Guajira colombiana deben mejorar aspectos fundamentales que les permitan desarrollar una mayor eficiencia en la gestión presupuestaria y por ende en el logro de sus resultados, utilizando para ello el presupuesto como herramienta básica en dicha gestión. En concordancia con lo formulado por Cárdenas y Nápoles (2005), quienes expresan que el presupuesto es un instrumento de gestión, para obtener el máximo beneficio de los recursos empleados, ayudando a determinar de igual forma las áreas fuertes y débiles de la organización, a través de la coordinación interna de sus esfuerzos para planear y controlar las operaciones.

CONCLUSIONES

Con esta investigación se pudo determinar que las decisiones presupuestarias en las universidades públicas de la Guajira Colombiana obedecen a un proceso de planificación previa con fundamento del direccionamiento estratégico utilizando para ellos los presupuestos como instrumentos de planificación, mediante la formulación de una serie de acciones que van a permitir lograr las metas trazadas. Para fortalecer lo anterior, se han formulado políticas que permitan lograr los objetivos trazados, las cuales vienen a representar guías de acción para la toma de decisiones.

Seguidamente, se concluye que los presupuestos no promueven la eficiencia en la asignación de los recursos y tampoco son diseñados de acuerdo con las necesidades reales de las Instituciones, por lo cual esto puede ser una de las causas de los déficit presupuestales que presentan las universidades públicas de la Guajira Colombiana.

En cuanto al diseño organizacional, de la Gestión presupuestaria, se concluye que las universidades públicas de la Guajira Colombiana no cuentan con estructuras organizativas que permiten ejercer eficientemente la delegación de la autoridad en la gestión presupuestaria. Igualmente se pudo determinar que a pesar de que cuentan con manuales de funciones con perfiles claramente definidos, al momento de vincular personal al área de presupuesto no los tienen en cuenta. Además el personal asignado al área de presupuesto no cumple con estos.

La dirección de la gestión presupuestaria, no es de carácter participativo, y el equipo financiero carece de autonomía para tomar decisiones con relación al manejo presupuestario, pues este depende de reglamentos, normas y directrices establecidas tanto a nivel del Gobierno Nacional como de los entes departamentales de donde proviene el mayor porcentaje de sus ingresos.

Igualmente, se determinó que las estructuras organizativas de las universidades públicas de la guajira colombiana, carecen de lineamientos y procedimientos que permita ejercer adecuadamente la delegación de la autoridad en la gestión presupuestaria. Del mismo modo, se pudo comprobar que la comunicación empleada en el proceso presupuestario, no es clara ni



concisa, lo cual no permite la transmisión de información oportuna y veraz entre las personas adscriptas al área de presupuesto, por lo tanto, esto repercute en el logro de las metas del equipo y de la organización.

Asimismo, se pudo conocer que las instituciones cuentan con un bajo nivel de motivación, debido a que no existen incentivos que recompense o reconozca el esfuerzo por el trabajo realizado, lo cual genera desmotivación en el personal, y no propicia la participación activa de estos, mediante un compromiso que permita realizar nuevos aportes e ideas al trabajo presupuestario.

Por último, se pudo concluir que las universidades públicas de la Guajira Colombiana no cuentan con sistemas de control que orienten eficientemente la gestión presupuestaria en cuanto al manejo de sus recursos, se evidenció que el seguimiento que realizan se basa en enfoques tradicionales a través de diagnósticos y auditorias aplicadas periódicamente, careciendo de herramientas Modernas que permitan medir la eficiencia en la gestión presupuestaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balestrini M (2002), **como se elabora el proyecto de investigación**, 2da edición Editorial BL consultores y asociados, Colombia
- Barrera, M. (2006) **Cómo elaborar proyectos urgentes**. Bogotá: Ediciones Quirón, Ciaea-Sypal.
- Bateman, T. Snell S. (2005), **Administración: una ventaja competitiva**. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw hill México
- Burbano, J. (2005) **Presupuestos: Enfoque de Gestión, Planeación y Control de los Recursos**. 3ra Edición. Editorial Mc Graw hill. Colombia
- Cardenas Y Napoles (2002), **Presupuesto Teoría y Practica**, Editorial Mc. Graw Hill, 1ra edición, México
- Cataldo, J. (2003) **Gestión del Presupuesto ABC**. Editorial Alfa omega Grupo Editor. México
- Chiavenato, I (2005), **Administración proceso Productivo**. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill. Bogota Colombia
- Congreso de la República de Colombia (1994) **Código de Comercio de Colombia**. Segunda Edición. Editorial Yanel Blanco Luna Santa Fé de Bogotá.
- Congreso de la República de Colombia (1994) **Ley General de la Educación**. Estatuto Tributario (2004). Undécima edición .Editorial Legis Colombia.
- Congreso de la República de Venezuela (1995) **Código de Comercio de Venezuela**. Gaceta Oficial 475. Editorial Panapo. Caracas – Venezuela
- Diccionario de Administrador y Finanzas (2000) Barcelona, España. Edición Original John Wiley & Sons. Inc.



- Diccionario de Contabilidad y Finanzas. Edición (1999). Madrid, España. Printed Imprime Brosmar
- Fundes Venezuela, Un Apoyo para las PYMES. Los obstáculos a su Desarrollo. Editado por Fundes Venezuela 2003
- García, P. (17/10/2006). **Finanzas**. Disponible en: <http://www.una.edu>.
- Gimbert, X. (2003) **El Enfoque Estratégico de la Empresa**. Impresión DEUSTO. España
- Gomez, R. (2000) **El Presupuesto de la Empresa Industrial**. Ediciones Frigor
- Gómez, V. (2004) **La Organización en 100 Palabras**. Impresión Alga Impresiones, C.A. Venezuela
- Hernandez, R., Fernandez, C. y Baptista, P (2006) **Metodología de la Investigación**. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw hill. México
- Jordan, C. (2001) **El Presupuesto**. Impresión DEUSTO. España
- Lezama, C. (10/11/2006) **El Control como Fase del Proceso Administrativo**. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com>
- Lozano, A. (2006) **Gestión Presupuestaria**. Editorial Gestión Siglo XXI. Colombia
- Maitland, M. (2006) **El dominio de las estrategias** Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Mantilla, B. Samuel Alberto (2005). **Control Interno**, Informe COSO. Colombia. Cuarta Edición.
- Meyer, J (2000), **Gestión presupuestaria**. Tercera Edición. Impresión DEUSTO. España
- ONAPRE (17/08/2007) **Conceptos y principios presupuestarios**. Disponible en: <http://www.onapre.gob.ve>
- Ortiz, A. (2001) **Gerencia Financiera y Diagnostico Estratégico** 2ª Edición. Editorial Mc Graw hill. Colombia
- Parra, J. (2003) **Guía de Muestreo**. Editorial Faces. Venezuela
- Planeacion Nacional (10/08/2007) **Manejo presupuestario de las universidades públicas Colombianas**. Disponible en: <http://www.planeacion.edu.co>
- Sabino, C. (2000) **Como Hacer una Tesis**. Editorial Panapo, C.A. Venezuela
- Sabino, C. (2002) **El Proceso de Investigación**. Segunda Edición. Editorial Panapo, C.A. Venezuela
- Sweeny, L (2000), **Contabilidad de costos. Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales**. Editorial Mc Graw Hill. Latinoamericana. Colombia



Tamayo y Tamayo (2007), **El Proceso de Investigación Científica**. Editorial Limusa, S.A. México

Universidad Nacional de Colombia (18/10/2007) **situación presupuestaria en las universidades publicas Colombianas**. Disponible en: <http://www.unal.edu.co>

Villegas, J. (1999) **Administración de Personal**. Ediciones Los Heraldos Negros. Venezuela

Welsch, G., Milton, R. y Gordon, P. (2005) **Presupuesto, Planificación y Control de Utilidades**. Editorial Prentice Hall

Zambrano, A. (2006) **Planificación Estratégica, Presupuesto y Control de la Gestión Pública**. 1ra Edición. Editorial TEXTO, C.A. Caracas - Venezuela.



LAS COMPETENCIAS FUNDAMENTALES COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA LA CREACIÓN DE VALOR

Díaz Ortega Nubia Isabel
Universidad de Pamplona Colombia
ndiaz712@hotmail.com

Pineda Eduardo Ramón
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
epinedara@yahoo.com

RESUMEN

Esta investigación de carácter reflexiva se centra en el análisis de las competencias fundamentales como herramienta estratégica para permitir generar valor en las organizaciones, en virtud de que representa una alternativa efectiva que proyecta una gestión financiera sólida y efectiva. La adopción de una mentalidad estratégica en el sistema de creación de valor va ligada directamente con los resultados financieros de la organización. La identificación de las competencias fundamentales en la planeación estrategia, a partir de los clientes, del mercado, producto, servicio, capacidad de producción, tecnología, entre otros, permite mejorar los inductores de valor e identificar la ventaja competitiva de la empresa sobre las demás. La metodología utilizada fue la revisión descriptiva y análisis documental dándoles seguimiento a las principales teorías de gerencia de valor siguiendo autores como Jaramillo (2012), Milla (2010), García (2009), Rabajo (2010), Hernández (2010), Alles (2008) entre otros. Este estudio arrojó como resultado que para lograr una implementación eficiente del sistema de creación de valor es necesario distinguir las competencias fundamentales de la empresa para a partir de allí obtener buenos resultados en rentabilidad, flujo de caja libre y generación de valor.

Palabras clave: Competencias Fundamentales, Gerencia de Valor, Planeación Estratégica.

INTRODUCCIÓN

Las competencias fundamentales son consideradas la fuente de ventaja competitiva para la organización, es allí donde radica su gran relevancia. De la manera como las defina la empresa dependen gran parte su desempeño económico. Por esta razón, la teoría de generación de valor dentro de la planeación estratégica le da una singular importancia a este tema relacionándolo directamente con el resultado en creación o destrucción de valor.

La presente investigación presenta un análisis de las competencias fundamentales como herramienta estratégica para la creación de valor desde un punto de vista teórico, reflexivo, a través del análisis documental de los principales exponentes del tema, en donde se pudo concluir que para lograr una implementación eficiente del sistema de creación de valor es necesario distinguir las competencias fundamentales de la empresa para a partir de allí obtener buenos resultados en rentabilidad, flujo de caja libre y generación de valor.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA



Competencia como capacidad individual

Primeramente, la definición de competencias, de acuerdo con Rabajo (2010) existen numerosas definiciones de esta, las cuales presentan diferentes matices o interpretaciones, pero generalmente se basan en un fundamento común, entre estos, la definición de Boyatzis (1982), en la cual las competencias son características subyacentes en una persona, causalmente relacionadas con una actuación exitosa en un puesto de trabajo. Estas características subyacentes son de distinta naturaleza, e incluyen cinco tipos de componentes: Rasgos, autoconcepto, motivos, conocimientos y destrezas.

El primer componente, los rasgos: son aspectos típicos del comportamiento de una persona, características físicas y naturales de carácter constante que permiten un mayor o menor grado de ejecución de una acción. Principalmente son rasgos físicos y de personalidad.

El segundo componente, autoconcepto: las actitudes, valores, y autoimagen que intervienen como una propensión mental hacia la ejecución de una acción. En otras palabras, es el conocimiento que una persona tiene de sí misma como ser físico, social y psicológico.

El tercer componente, motivos: son intensos deseos que promueven la acción hacia unas conductas y la alejan de otras. En este mismo sentido, el motivo como una disposición latente para alcanzar determinados objetivos o estado-meta.

El cuarto componente, conocimientos: la información que una persona tiene de un área particular, así como la formación e información utilizable sobre algo, que es susceptible de ser aplicada al comportamiento, aunque no sea obligado hacerlo.

El quinto componente, destrezas: son habilidades para realizar tareas específicas, es decir, la capacidad que tiene una persona para desarrollar un trabajo específico. Principalmente son destrezas físicas y mentales.

De acuerdo con lo anterior, las competencias incluyen nuestra autoimagen, valores, motivos, rasgos personales, actitudes, cualidades, experiencias y conocimientos, los cuales promueven comportamientos que se realizan de forma usual en una posición profesional dando lugar a resultados concretos.

Asimismo, Tobio (1998) citado por Hernández (2010) hace referencia a la definición del término competencia, como conocimientos y cualidades que una persona aporta a su trabajo, que le permiten desempeñarlo correctamente. Este mismo autor Hernández, también cita a Casado (2001) con una definición parecida a la anterior: son aquellos conocimientos adquiridos a lo largo de la vida, experiencia, tanto vital como profesional, y las habilidades, adquiridas o innatas. Los tres componentes mencionados, juntos e indisolubles, conforman las competencias profesionales del individuo.

Por otra parte, el proyecto de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), (2003) denominado definición y selección de competencias (DeSeCo), define competencia como: la capacidad de responder a requerimientos complejos y realizar actividades diversas en forma adecuada. Implica una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones, así como otros componentes sociales y de comportamiento que para lograr alcanzar una acción eficaz se mueven



simultáneamente. Es decir, son conjuntos complejos de conocimientos, habilidades, actitudes, valores, emociones y motivación individual o que cada grupo pone en acción para hacer frente a las exigencias específicas del caso.

En la misma forma, Spencer y Spencer (1993), citado por Alles (2008), competencia es una característica subyacente en el individuo que esta causalmente relacionada con un tipo de efectividad y/o con un performance (traducido como rendimiento) superior en un trabajo o situación. Característica subyacente, significa que la competencia es una parte profunda de la personalidad y puede predecir el comportamiento de una amplia diversidad de situaciones y desafíos laborales; causalmente relacionada, significa que la competencia origina o anticipa el comportamiento, así como el desempeño; normal de efectividad, significa que la competencia realmente predice quien hace algo bien o medianamente, medido con respecto a un criterio general o normal.

En función de la teoría estudiada, los autores del presente trabajo se identifican con la definición de competencias como características subyacentes de distinta naturaleza, causalmente relacionadas con una actuación exitosa de una persona tanto en la vida diaria como en un puesto de trabajo. Asimismo con la definición de DeSeCo, como la capacidad de responder a demandas complejas y realizar actividades diferentes.

Basado en los planteamientos de los autores Rabajo (2010), Hernández (2010), OCDE (2003), Alles (2008), competencia, es la capacidad de responder a demandas complejas, así como para realizar actividades diversas en forma apropiada. Comprende una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones, otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan juntos para conseguir una acción eficaz.

Competencias fundamentales en la empresa

Inicialmente, la principal fuente de ventaja competitiva de la empresa es llamada competencia fundamental o core competencia que puede ser desarrollada a través de varias alternativas. Hacer las cosas con mayor calidad que los competidores, tener productos valiosos, raros o ser difíciles de copiar. Las competencias fundamentales se definen según Hamel y Prahalaf citado por García (2009) como un conjunto integrado de habilidades y tecnologías que permite proveer beneficio particular a los clientes y que como producto de la acumulación de conocimiento propicia el éxito competitivo de la empresa.

Según Pérez (2007), aquellas competencias imprescindibles que necesitan todos los seres humanos para hacer frente a las exigencias de los diferentes contextos de su vida como ciudadanos, se consideran competencias fundamentales. Dichas competencias o “Key competencias”, son aquellas que son importantes para muchas áreas de la vida, que ayudan a una vida satisfactoria, así como al correcto funcionamiento de la comunidad social. Esta definición, como habilidad para afrontar requerimientos externos o desarrollar actividades o proyectos de forma satisfactoria en contextos complejos implica conocimientos, habilidades cognitivas, prácticas, actitudes, valores y emociones.

Del mismo modo Pérez, Soto, Fernández y Servan (2009) plantean varios rasgos diferenciales de las competencias o capacidades humanas fundamentales como los siguientes: constituyen un saber hacer complejo y adaptativo, esto es un saber aplicado de forma mecánica



no mecánica, sino reflexiva, capaz de adaptarse a una variedad de contextos, con carácter integrador, conteniendo conocimientos, habilidades, emociones, valores y actitudes. En otras palabras, toda competencia incluye un “saber”, un “saber hacer” y un “querer hacer” en contextos y situaciones concretas, así como conseguir el objetivo deseado.

Los autores mencionados antes, hacen saber que no se refieren a destrezas, o habilidades específicas, las cuales como conocimientos concretos son considerados instrumentos necesarios pero no suficientes y en todo caso transitorio y cambiante. Sino de competencias o capacidades humanas fundamentales, que forman la estructura básica, los modelos mentales esenciales que utilizan los seres humanos para comprender e intervenir en la vida personal, social y profesional.

Los autores Pérez, Soto, Fernández y Servan (2009), plantean que la clave consiste en la identificación de las competencias o capacidades humanas fundamentales, que permiten a los sujetos afrontar las exigencias sociales y profesionales en contextos sociales complejos e inseguros, en vez de preparación de extensos listados de micro competencias o destrezas.

Características principales de las competencias básicas

Gimeno (2008) citando a Gómez (2007), menciona que este autor apoyado en el documento DeSeCo y otros desarrollos críticos; también cita a Hipkins (2006), para resaltar las características principales que conforman el concepto de competencias fundamentales:

La primera característica, el carácter holístico e integrado de las competencias. Las competencias fundamentales son modelos mentales de interpretación de la realidad y de intervención razonada usadas en la vida cotidiana y práctica profesional; y no una suma mecánica de habilidades específicas y simples. En este sentido, poseen carácter holístico, al integrar demandas internas, atributos individuales y peculiaridades de los contextos o escenarios próximos y distantes de actuación.

La segunda característica, al igual que el conocimiento o la información, las competencias de interpretación e intervención de cada sujeto no residen solo en cada individuo sino en la riqueza cultural, así como profesional que existe en cada contexto. Por eso resalta la importancia del entorno donde cada individuo vive, adquiere conocimiento y trabaja.

La tercera característica, es la importancia de las disposiciones o actitudes. Relacionada fuertemente con las intenciones, las emociones y los valores, es necesario destacar la necesidad del deseo de los individuos por aprender, donde encuentren sentido y gusto por el conocimiento, descubrir nuevos horizontes, así como proyectarse en la acción. El progreso emocional de los seres humanos se implica directamente en la construcción de competencias, y viceversa. Asimismo, toda competencia es consecuencia de un querer hacer.

La cuarta característica, toda proyección implica un componente ético, donde una situación humana específica supone elegir y priorizar entre distintos principios morales generalmente en conflicto. El sentido de lo que se hace implica opciones morales y, ciertamente favorece la eficacia de la comprensión y de la acción al momento que favorece y fortalece el deseo de aprender. (El que encuentra sentido a su trabajo, cómodamente se enamora del mismo, busca y aplica el conocimiento de manera más eficaz.)



La quinta característica, carácter reflexivo de toda competencia, a la transferibilidad creativa, no mecánica, de las mismas a diferentes contextos, situaciones y problemas. Capacidad de transferir competencias aprendidas a nuevos escenarios debe entenderse como un proceso de adaptación, que requiere comprensión, indagación y nueva aplicación de conocimientos y habilidades.

Para los autores de este trabajo, las características destacadas por Gimeno (2008) facilitan la comprensión del amplio alcance del concepto de competencias fundamentales, así como su importancia y pertinencia, tanto para el desempeño en la vida cotidiana como en el área profesional.

En este sentido, las nuevas situaciones y los nuevos contextos, revelan un nivel de indeterminación, de apertura, de singularidad irreductible, y de sorpresa. La competencia por tanto, ha de ser reconocida como un sistema de reflexión y aplicación abierta, de investigación y acción. En un mundo complejo, cambiante e incierto donde el reflejo es la fuente injustificable de todo comportamiento competente. Finalmente, es útil resaltar el carácter progresivo de las competencias fundamentales: se perfeccionan y amplían, o se deterioran, o se limitan en el transcurso de la vida.

Pérez (2007) toma en consideración los trabajos centrales que sustentan el documento de DeSeCo, y sus desarrollos críticos posteriores, para resaltar las características principales que conforman el concepto de competencias fundamentales, resume las características principales de las competencias básicas de la siguiente manera: Carácter holístico e integrado, carácter contextual, dimensión ética, carácter creativo de la transferencia, carácter reflexivo, carácter evolutivo.

Carácter holístico e integrado. Conocimientos, capacidades, actitudes valores y emociones no pueden entenderse de manera separada.

Carácter contextual. Las competencias se concretan y desarrollan vinculadas a los diferentes contextos de acción.

Dimensión ética. Las competencias se nutren de las actitudes, valores y compromisos que los sujetos van adoptando a la largo de la vida.

Carácter creativo de la transferencia. La transferencia debe entenderse como un proceso de adaptación creativa en cada contexto

Carácter reflexivo. Las competencias básicas suponen un proceso permanente de reflexión para armonizar las intenciones con las posibilidades de cada contexto.

Carácter evolutivo. Se desarrollan, perfeccionan, amplían, o se deterioran y restringen a lo largo de la vida, como complejos sistemas de acción y reflexión se van actualizando de acuerdo a nuevos contextos habituales o problemas.

Igualmente, Kay citado por García (2003) extiende el concepto de competencia al desarrollo empresarial al señalar que las competencias fundamentales se derivan de tres fuentes: arquitectura, reputación e innovación. Por arquitectura se toma el sistema de relaciones de la empresa con sus grupos de interés, clientes, proveedores, empleados, socios, inversionistas, gremios, entre otros. Genera competencias medulares porque incrementa el valor de la



empresa con activos intangibles como el capital intelectual, la ética cooperativa y las rutinas organizacionales.

Además, se encuentra la reputación de la empresa como semilla de competencia esencial al estar presente en la respuesta de los mercados a la calidad de los productos ofrecidos por la empresa cuando no son verificados directamente por los clientes. Es fuente de valor porque se considera una manera de incursionar en nuevos productos o servicios, el tener una buena reputación en un producto se puede extender fácilmente a otros similares.

También la innovación origina competencias fundamentales puesto que la innovación en los procesos de diseño, creación, producción y entrega de bienes y servicios es considerada una fuente de origen de ventajas competitivas. La innovación está relacionada directamente con la arquitectura porque a través de ella se canaliza la innovación.

En resumen, García (2009) conceptúa que las competencias fundamentales se basan en situaciones como hacer las cosas muy bien hechas, hacer las cosas mejor que los demás, hacer cosas valiosas, hacer cosas raras y hacer cosas difíciles de copiar. Todas ellas buscan brindarle a la empresa una ventaja competitiva que le permita ser más rentable.

De acuerdo con los planteamientos de los autores Gimeno (2008); Pérez (2007), García (2009), en general estos coinciden en su mayor parte en cuanto a las características consideradas para las competencias básicas, ya que se sustentan principalmente en el proyecto de DeSeCo y desarrollos críticos posteriores. A este respecto, son claves, el carácter holístico e integrado, carácter contextual, dimensión ética, carácter creativo de la transferencia, carácter reflexivo, carácter evolutivo, ya que en conjunto conforman el concepto de competencias fundamentales.

La generación de valor como enfoque empresarial

Para empezar, los orígenes del valor económico agregado están en el concepto de ingreso o beneficio residual que es la diferencia entre la utilidad operacional y los costos de capital. Esta postura la introdujo en Estados Unidos Church en 1917 después fue perfeccionada por Scovell en 1924, aplicada en la práctica durante este lapso por General Electric utilizando el ingreso residual como indicador de desempeño, a partir de allí la gerencia de valor ha evolucionado al convertirse años más tarde en una herramienta básica para una administración eficiente.

Al respecto, Jaramillo (2010) plantea que la razón por la cual toda empresa debería concentrar su atención en la creación de valor es la obtención de información más completa sobre los alcances del negocio. La gerencia de valor tiene como propósitos básicos el crear soluciones para satisfacer las necesidades del cliente, usar óptimamente los recursos de la empresa y generar un retorno superior al del capital invertido.

Ahora, en nuestros días, para las organizaciones es importante lograr el objetivo básico financiero, así desde principios de los años 80 se empezó a acoger el término valor agregado, que surgió primero como una preocupación del área de producción de las empresas para lograr productos con máxima calidad y mínimos costos, llegando al consumidor en el momento oportuno, esta premisa es la manifestación asociada al valor respecto al cliente. Este mejoramiento continuo se asocia al sistema justo a tiempo con la cultura de la calidad, luego se



extendió al área de mercadeo con el servicio al cliente, pasando finalmente al departamento financiero teniendo como premisa principal como incrementar el patrimonio a los propietarios.

Cabe decir, más recientemente en el devenir del siglo XXI algunos tratadistas contemporáneos profundizan sus planteamientos sobre gerencia de valor describiendo los alcances que debe tener el administrador financiero en una organización, de acuerdo a García (2009), no debe ser solo una persona dedicada al desarrollo de las funciones propias del área financiera, tales como tesorería, presupuestos, análisis de costos y de proyectos, no obstante, cuando se habla de administrador financiero se debe entender como aquel funcionario de la empresa que toma decisiones afectando de una u otra forma, directa o indirectamente, a corto o a largo plazo, su situación financiera.

La generación de valor se define según García (2009), como la serie de procesos que conducen al alineamiento de todos los funcionarios con el direccionamiento estratégico de la empresa de forma que cuando tomen decisiones ellas propendan por el permanente aumento de valor. Este es un enfoque poco utilizado en las empresas porque muchas desconocen su existencia pero al ser aplicado arroja resultados importantes para el éxito de la gestión financiera en las organizaciones.

En igual forma, Amat (2002) considera que cualquier empresa con ánimo de lucro trata de encontrar dentro de sus objetivos económicos el elevar el valor de la empresa y por tanto el de las acciones que integran el capital social la empresa puede convertirse en un generador de valor o riqueza para sus accionistas, para medir esta generación de valor se utiliza como herramienta el valor económico añadido con el cual se permite calcular la riqueza generada por la empresa, teniendo en cuenta el nivel de riesgo en sus operaciones, sobre esta base, la gerencia de valor considera los objetivos principales de la empresa, toma en cuenta a los inversores, accionistas, entidades de créditos y otras personas interesadas en la empresa.

Al respecto, Milla (2008) se refiere a la gerencia de valor como un orientador de la gestión estratégica de la compañía, al mostrar las variaciones o cambios presentados en la dinámica de los resultados empresariales, tiene en cuenta el valor económico agregado como una medida de creación de valor, ya que logra medir la maximización de la riqueza de los accionistas.

De la misma manera, el punto de partida de la generación de valor para una organización es el conocimiento a partir de esta aseveración se deduce que es importante porque este concepto se encuentra asociado al concepto de información, que según Mejía (2011) existen seis tipos de información necesaria para la generación de valor en la empresa, sobre su evolución, productividad de los recursos, competencias, innovaciones, la distribución y asignación de recursos escasos para la toma de decisiones estratégicas.

En este orden de ideas, lograr el objetivo básico financiero de una organización involucra tomarse en cuenta su estrategia, pues se relaciona con aspectos como el modelo, definición del negocio, misión, visión, principios y valores, determinando finalmente las funciones financieras. Estos temas están íntimamente relacionados con las competencias fundamentales que son las que representan la ventaja competitiva para la empresa y propician el éxito de la organización. Son la fuente generadora de valor, según García (2009) la posesión de una competencia fundamental hace que la empresa pueda cobrar más por sus productos o servicios, o por el contrario, que sus costos sean menores que el de la competencia.



Dentro de la gerencia de valor es importante conocer las competencias fundamentales de la empresa ya que responden las preguntas en referencia a los productos, clientes, segmentos de mercado y áreas geográficas en los cuales la empresa debe concentrarse. Estas respuestas permiten determinar la fuerza impulsora del valor de la organización, que según García (2003) es el factor principal que afecta todas las decisiones importantes que afectan el futuro de la empresa.

Por tanto, para cumplir la estrategia es fundamental que los gerentes tengan en cuenta la cultura de la organización, es decir valores, normas, creencias y presunciones compartidas por sus miembros. Asimismo, al realizar la planeación estratégica, se deben identificar las competencias fundamentales como el aspecto relacionado con la operación de la empresa que permita explicar porque aumenta o disminuye su valor. Dentro de estos aspectos el tipo de cliente o usuario, categoría del mercado, tipo de producto o servicio, capacidad de producción, método de ventas o mercadeo, método de distribución, tamaño, crecimiento, rentabilidad, entre otros.

METODOLOGÍA

Esta investigación está enmarcada como descriptiva, abordará su objeto de estudio basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación documental, es decir, las teorías expuestas por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas.

CONSIDERACIONES FINALES

Las competencias se definen como virtudes para responder a demandas complejas, así como para realizar actividades diversas en forma adecuada. Comprende una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones, otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan conjuntamente para lograr una acción eficaz.

Dentro del concepto de competencias fundamentales se resumen sus características principales de la siguiente manera: Carácter holístico e integrado, carácter contextual, dimensión ética, carácter creativo de la transferencia, carácter reflexivo, carácter evolutivo. Estas facilitan la comprensión del amplio alcance del concepto de competencias fundamentales, así como su importancia y pertinencia, tanto para el desempeño en la vida cotidiana como en el área profesional.

La generación de valor se define como la serie de procesos que conducen al alineamiento de todos los funcionarios con el direccionamiento estratégico de la empresa de forma que cuando tomen decisiones ellas propendan por el permanente aumento de valor. Al realizar la planificación estratégica se define el negocio por tanto deben integrarse las competencias fundamentales para lograr la ventaja competitiva de la organización.

En el momento de incorporar las competencias fundamentales en la organización se debe tener en cuenta la fuerza impulsora de valor que puede ser respecto a los productos, clientes, segmentos de mercado y áreas geográficas, la empresa debe seleccionar en cuál de ellos trabajar.

Para lograr una implementación eficiente del sistema de creación de valor es necesario distinguir las competencias fundamentales de la empresa para a partir de allí obtener buenos resultados en rentabilidad, flujo de caja libre y generación de valor.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. (2008). **Dirección estratégica de recursos humanos. Gestión por competencias.** Ediciones Granica. Buenos Aires.
- Amat, O. (2002). **Valor Económico Agregado.** Ediciones Gestión 2000. Barcelona.
- Casado, J. (2001). **El directivo del siglo XXI.** Gestión 2000. Barcelona. España.
- García, O. (2009). **Administración Financiera. Fundamentos y Aplicaciones.** Prensa Moderna Impresores S.A. Cali.
- García, O. (2003) **Valoración de empresas. Gerencia de Valor y EVA.** Editorial Digital Express. Medellín
- Jimeno, S. (2008). **Educación por competencias, ¿Qué hay de nuevo?** Ediciones Morata. Madrid. España.
- Hernández, A. (2010). **Competencias actuales del liderazgo.** Consultado 28/07/2014. Disponible en: <http://www.pmfarma.com.mx/articulos/200-competencias-actuales-de-liderazgo.html>
- Jaramillo, F. (2010) **Valoración de empresas.** Editorial Ecoe Ediciones. Bogotá.
- Mejía, C. (2012). **La información para la generación de valor agregado.** Consultado el 23 de agosto de 2012. Disponible en: www.planning.com.co
- Milla, A. (2008). **Creación de valor para el accionista.** Ecoe Ediciones. Bogotá.
- Pérez, A.; Soto, E.; Fernández, M. y Servan, J. (2009). **Aprender en la Universidad. El sentido del cambio.** Ediciones Akal, S. A. Madrid España.
- Pérez, A. (2007). **La naturaleza de las competencias básicas y sus aplicaciones pedagógicas.** Cuadernos de educación de Cantabria. España
- Rabajo, E. (2010). **Gestión por competencias. Un enfoque para mejorar el rendimiento personal empresarial.** Producción editorial: Gesbiblio, S.L. España.
- Tobio, M. (1998). **Enciclopedia práctica del management: Hacia un concepto universal.** Deusto.



MARCO LEGAL REFERENCIAL COMO BASE DE LA INTEGRACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ECONOMÍA INTERNACIONAL

Arocha, Jesús Alfonso

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
jesus_434345@hotmail.com

RESUMEN

El presente artículo tiene como propósito resaltar la importancia del marco referencial como base de la integración del comercio electrónico en la economía internacional. Se sustentó en postulados teóricos de autores como Amaya (2010), Bello (2004), Castells (2004), Keat y Young (2004), Bradley (2003), Chou y Chou (2000) y Murray (2000). La metodología utilizada se enfocó en una revisión documental bibliográfica en cinco áreas: antecedentes históricos de la banca, la banca y la integración, integración de la banca electrónica, marco legal referencial del comercio electrónico, estrategia de integración del comercio electrónico. Donde es importante destacar el papel que representa la banca en general dentro de la integración financiera del comercio y negocio electrónico, sus procesos de transformación y derivación de las operaciones tradicionales a un canal electrónico desde la perspectiva de un sistema de información y tecnología de comunicación. Entre las conclusiones relevantes, hay que destacar la imperante necesidad de determinar la capacidad de aceptación de la banca con respecto a la tecnología y los constantes procesos que se han venido modificando, además, la forma como el sistema económico y financiero internacional viene enfrentando la resistencia al cambio en estos tiempos de intenso dinamismo, presentando una clara tendencia innovadora en el comercio y comercio electrónico como estrategia de crecimiento.

Palabras clave: Marco legal, comercio electrónico, economía internacional.

INTRODUCCIÓN

El entorno financiero viene experimentando cambios producto de la irrupción de nuevas entidades con tipologías propias de cada territorio, por tanto, han tenido que adaptarse a las transformaciones provenientes de las necesidades empresariales que demandan un servicio de calidad. Es importante destacar que el principal ingreso de Venezuela proviene de la renta petrolera, por eso su particularidad social y política para conservar su equilibrio económico. Así pues, para optimizar los procesos, aumentar la eficiencia, reducir los costes y facilitar el mejoramiento continuo se hace necesario la búsqueda de otros mecanismos de ingresos o el fortalecimiento de los ya existentes.

Con referencia a lo anterior, en América Latina las instituciones financieras se han innovado con el objeto de contribuir con el incremento de sectores privados en los activos bancarios. En tal sentido, ocasionó la internacionalización de la banca y la incorporación de los bancos extranjeros en los activos financieros de los sistemas financieros de estos países latinoamericanos.

Señala Bello (2004), que otros factores han acompañado al proceso de transformación de la banca, como lo es el caso de la liberalización de las tasas de interés, sistema donde los costos de transformación obligan a pagar rendimientos inferiores para así mantener su margen de rentabilidad y solvencia, en consecuencia, el público tiene la necesidad de buscar otras fuentes



de beneficios para sus recursos del país. En consecuencia, el Estado procura los fondos para cubrir el déficit fiscal, por tanto la banca opta en prestar a este último a menores costos y menores riesgos, disminuyendo uno de los más importantes objetivos de la intermediación financiera.

Asimismo, en los actuales escenarios de incertidumbre producto de los constantes cambios de la globalización, el sector financiero no está exento a transformaciones estructurales para dar paso a la optimización de los procesos, aumento de la eficiencia y reducción de los costes. En ese sentido, el sistema financiero venezolano dentro de la economía global ha aprovechado las oportunidades que trae consigo el negocio electrónico internacional, por ser un factor propulsor de crecimiento y rentabilidad del valor e integración de las instituciones bancarias.

Significa entonces, que el comercio electrónico no escapa de la incertidumbre anteriormente referida porque está bien definido. Un ejemplo de ello es el Internet, donde existe cierto desconocimiento en sus funcionalidades para su desarrollo futuro en los negocios. Por consiguiente, esta investigación plantea un conjunto de precisiones conceptuales de los componentes relacionados a las operaciones virtuales, para transformar la manera de vincular actualmente a las organizaciones.

Se observa claramente que la innovación de la información en los negocios tradicionales, así como la aparición del Internet como medio para realizar operaciones comerciales a escala mundial, se han desarrollado rápidamente, en consecuencia las organizaciones, el gobierno y los consumidores están cambiando la manera de relacionarse. Así pues, su aparición trae consigo ciertos desarreglos por el alcance de su aplicación y por las competencias de los individuos para capitalizarlos.

En el ámbito de la integración internacional, los cambios que ocurren en la economía mundial han transformado el enfoque tradicional de las ciencias gerenciales, es entendida como un cuerpo de métodos, técnicas y modelos aplicado por el gerente para resolver problemas de forma planificada según criterios de funcionamiento. Según, Crozier (1997) las organizaciones pasan de un ciclo de producción en masa por otro con altas tecnologías, siendo uno de los grandes retos de la gerencia actual el desarrollo de ideas novedosas, comunicación asertiva, iniciativas empresariales y sólida cooperación entre los socios. Así pues, se introduce la cultura de la cooperación para el manejo de la complejidad en la gerencia empresarial.

En ese orden de ideas, el desarrollo experimentado por las tecnologías de información, tarjetas de crédito, negocio electrónico y el uso del internet, han transformado la manera como se relacionan las organizaciones con los consumidores, en cuanto a lo económico, político y social. Al respecto, Senge (1992) considera necesario operar en gran escala con costes bajos para la creación de negocios innovadores que cambien la realidad existen. Por consiguiente, en la República Bolivariana de Venezuela las operaciones que realizan las compañías emisoras de tarjetas de crédito están bajo la regulación de la SUDEBAN, disposiciones reglamentarias dictadas por el Ejecutivo Nacional y normas del Banco Central de Venezuela (BCV), de conformidad con lo pautado en el Artículo 2 de la Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras.

De acuerdo con Senge (1992), el nuevo relacionamiento de las organizaciones con el entorno, como un impacto en las estructuras de las instituciones, es una idea fabricada o construida que se trasforma con la intervención de la innovación, lo mismo ocurre con las



comunicaciones que se han convertido en la clave para su desarrollo en el siglo XXI. Por su parte, Couce (1999) plantea la correlación de varias tecnologías referidas con la informática empresarial, mencionando que las comunicaciones globales demandan una mayor información y nuevos canales de comercialización. Mientras, Swift (2002) expresa que las empresas con un cliente adecuado y producto correcto logran retenerlos para obtener una elevada rentabilidad dentro de la organización.

En efecto, existen tecnologías que han inducido cambios estratégicos en la forma de enfrentar esas relaciones, que modifican su manera de funcionar dentro de las organizaciones, producto de las transacciones electrónicas e Internet como un soporte tecnológico. Por su parte, Castells (2004) señala un antes y después no es tan sólo una transformación de la manera para hacer negocios, también de la forma como es percibida la comunicación dentro del entorno comercial.

Según Gaitan y Pruvost (2001), los negocios electrónicos abarcan todos los aspectos desarrollados por medios tecnológicos que incluyen de forma directa al consumidor, están relacionados con las ventas, programas de lealtad, órdenes de compra y relaciones con los clientes. Por su parte Keat y Young (2004), coinciden que el empleo de tecnologías nuevas para el intercambio, se realizan transacciones y forma parte de la cadena de valor de una empresa. Mientras, Amaya (2010) lo describe como la creación de retos importantes en las organizaciones, por tanto, están relacionados con la tecnología y administración de las empresas, la digitalización de firmas emergentes y la administración.

Partiendo de ese criterio, se considera entonces que los grandes cambios producto del soporte tecnológico, demanda el dinamismo y competitividad de las organizaciones, fomentando una nueva visión del fenómeno de innovación social y comercial para generar una mejor cultura informática, con el aporte de información sobre el impacto del Internet en los negocios y los aspectos sistémicos de la relación entre los clientes.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA BANCA

Mucho antes que apareciera la moneda se efectuaban actividades consideradas como el inicio de las funciones bancarias. Una de ellas, más importante para la época y quizá la primera en relación con la banca fue el trueque, utilizado como un auxilio al comercio durante mucho tiempo y aunque no es considerada propiamente un movimiento bancario, sirvió de apoyo para dar paso a nuevas formas de negociar.

Sobre este particular, Kindleberger (1984) señaló que el poder social de estaban en manos de monarcas y sacerdotes; ellos ostentaban palacios y templos sólidos con escoltas armados para su seguridad, además acudía el pueblo a sus templos para la guarda y protección de sus cosechas, la cuales daban como depósito como anticipo por el pago de dicho resguardo, para evitar los robos y saqueos de la época en sus cabañas. Mientras que para Murray (2002), en el inicio del primer prototipo de banco para comerciantes en la antigüedad se hacían préstamos de granos a los negociantes y agricultores, que eran transportados entre Fenicia, Asiria y Babilonia 2000 a.C. Así mismo, también existen evidencias de préstamos, cambios de dinero y depósitos en Grecia, Roma, India y la antigua China.

El primer intento de constitución de un banco de comercio con capital nacional en Venezuela fue en 1825, recibió el nombre de Banco de Venezuela, aunque esta propuesta no



se concretó pero un año después se avanza en el Proyecto Revenga, como un banco nacional para la Gran Colombia, con la participación de Colombia, Ecuador, Panamá y Venezuela, cuya sede estaría ubicada en Bogotá y se abrirían cuatro sedes inicialmente en Caracas, Cartagena, Guayaquil y Ciudad de Panamá pero tampoco se concretó el proyecto, según documento 1033 del borrador O.C.B. carta del Libertador Simón Bolívar a Jose Rafael Revenga, fechada en Magdalena el 11 de febrero de 1826, sobre los preparativos del Congreso Anfictionico de Panamá.

Para Bello (2004), otra fecha importante fue 1839 cuando William Ackers funda el primer Banco en Venezuela con capital extranjero, el Banco Colonial Británico dirigido por Leandro de Miranda, hijo de Francisco de Miranda aunque cesa operaciones en 1848. Ackers funda junto con otros inversionistas y el estado venezolano el banco nacional de Venezuela, con función de recaudación aduanera y cancelación del presupuesto nacional, además, de facilitar descuentos y depósitos, pero en 1850 corre la misma suerte que el Colonial Británico y cierra. Tomado del Diccionario de Historia de Venezuela de la Fundación Polar

En el Diccionario de Historia de Venezuela de la Fundación Polar, mencionado anteriormente, se señala que en 1861 se logra se instituir una entidad con el nombre de Banco de Venezuela, que no guarda relación con el actual, solo se mantuvo un año de servicios pero fracasó en las políticas que se habían trazado. Posteriormente, con el nombre de Banco Caracas se pretendía constituir en cuatro oportunidades bancos comerciales en el país, el primero nace en 1862 pero fue liquidado en 1863, otros intentos con ese mismo nombre pero sin éxito se realizaron en los periodos de 1876-1877, 1877-1879 y 1879-1883.

En ese mismo orden de ideas, González (2001) manifiesta que el 20 de julio de 1882 se establece el Banco de Maracaibo como una de las primeras instituciones modernas, como emisor de billetes, después de éste le siguió el Banco de Venezuela el 2 de septiembre de 1890, pero comenzó a funcionar el 18 de agosto de 1890. Por su parte, el 23 de agosto de 1890, se funda el Banco Caracas fusionado hoy con el Banco de Venezuela, comenzando a operar el 1 de diciembre del mismo año con la función principal de servir al sector privado.

Continúa González (2001) señalando, que después de un receso de más de dos décadas una cuarta entidad se funda, Banco Comercial de Maracaibo en 1916, más tarde arriban instituciones bancarias extranjeras como The National City Bank of New York, The Royal Bank of Canadá y una entidad holandesa con el nombre de Banco Continental hasta su fusión con el Provincial. Para los años de 1925 y 1926, se constituyen el Venezolano de Crédito, el Mercantil y Agrícola, actualmente es el Mercantil, los cuales, emitían billetes ante la falta de un Banco Central, actividad que compartía con otros cuatros como el Venezuela, Caracas, Maracaibo y Comercial de Maracaibo.

Mientras tanto, el Estado en 1928 comienza a participar con dos entidades propias en la dictadura del Presidente Juan Vicente Gómez, para impulsar la construcción de viviendas populares y el sector agrícola, con el Banco Obrero y el Banco Agrícola y Pecuario, ambos con sede en Maracay traslada posteriormente a Caracas. Así mismo, durante el año de 1937 se funda por ley el Banco Industrial de Venezuela para financiar e impulsar el desarrollo industrial del país. Por su parte, aunque Antonio Guzmán Blanco sienta las bases legales para el establecimiento de Bancos en Venezuela, fue Eleazar López Contreras el responsable de la modernización de la banca, se crea el Banco Central de Venezuela, Consejo Bancario Nacional y la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN).



En este mismo orden de ideas, el proceso de globalización actualmente marca la pauta de la celeridad con que los mercados avanzan, lo que conlleva a un inminente cambio en la estructura de los mercados financieros, así como en las instituciones bancarias que operan en el ámbito nacional e internacional: La banca como se conoce hoy en día se ha transfigurado con la adaptación de diversas actividades en el campo de los negocios, servicio e intermediación financiera digital.

LA BANCA Y LA INTEGRACIÓN

Estos cambios en la banca suponen a los países un logro en materia de integración financiera lo que genera procesos estructurados que apalancan el desarrollo de los países, tomando en cuenta la captación de capital mundial lo que incrementa las inversiones tanto privadas como públicas, así como también propicia crecimiento del consumo, de la inversión y fortalece el mercado financiero del país.

Para Beruman (2006), los bancos cumplen tres funciones principales en el impulso del crecimiento económico de los países, debido a que constituye un sistema de pagos que facilita la realización de transacciones y el intercambio de los bienes y servicios; así mismo, los bancos captan una parte significativa de los recursos de la población y son promotores del ahorro de las familias. Además, es la principal fuente de financiación de las actividades productivas; canalizan el ahorro de las personas hacia proyectos de inversión que permiten generar inercias de crecimiento económico.

Anteriormente la detección de las crisis financieras no se detectaban con facilidad o en el peor de los casos no existían herramientas para anticiparse a ellas, por otra parte el endeudamiento de los factores privados eran exorbitante trayendo consigo crisis, trasladando sus efectos de forma irreversibles al PIB de los países y causando efectos colaterales de desestabilización que colocaron en riesgo el orden económico internacional.

INTEGRACIÓN DE LA BANCA ELECTRÓNICA

El desarrollo de las tecnologías web, ha propiciado la proliferación de nuevos modelos de negocio y canales de distribución complementaria a los esquemas tradicionales, siendo la banca uno de los sectores que más rápidamente se incorpora a la innovación. Por tanto, la banca electrónica se presenta como uno de los segmentos más dinámicos y en plena expansión en el mundo. Señalan Bradley y Steward (2003), que el mayor desarrollo de la banca electrónica se ha debido al avance en la accesibilidad de las tecnologías de la comunicación y la información. Por eso, no ha existido un servicio económico más innovador en la automatización del sector, como es el uso de las tarjetas de débito y crédito para realizar compras en los comercios, así como la implantación de los cajeros automáticos.

En este mismo orden de ideas, Power (2000) y Weitzman (2000) coinciden en que la banca electrónica incluye varios tipos de tecnologías como la banca por teléfono, a través de línea fija o telefonía móvil, transferencias electrónicas de fondos y banca online o por Internet. Mientras, Chou y Chou (2000) reseña la estandarización de los servicios ofrecidos, posibilitando las operaciones para la visualización del saldo de las cuentas, transacciones históricas, pagar facturas, realizar transferencias de fondos entre cuentas, solicitar tarjetas de crédito y ordenar cheques, entre otros.



Asimismo, autores como Ratnasingham (1998), Márquez (2000) y Rexha, John y Shang (2003), consideran que mostrar una imagen más innovadora del mercado, no siempre logra alcanzar los objetivos organizacionales porque se sigue considerando el negocio electrónico, como una herramienta secundaria donde no se invierte de forma adecuada, dada la desconfianza de un gran número de clientes hacia este sistema.

MARCO LEGAL REFERENCIAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En el año 1998 la Organización de las Naciones Unidas (ONU), sobre la base del informe de la sexta comisión (A/51/628) y la aprobación de la comisión de las naciones unidas para el derecho mercantil internacional, publica la ley modelo sobre el Comercio Electrónico con la firme convicción de fomentar la armonización y la unificación progresiva de legislaciones , teniendo presente el interés de todos los países en especial los que están en vía de desarrollo, en el progreso amplio del comercio internacional. Parte de la iniciativa se debe al creciente número de transacciones comerciales internacionales que se realizan a través de este intercambio electrónico de datos y por otros medios de comunicación habitualmente conocido.

Por tanto, el marco legal busca que los gobiernos y organizaciones internacionales, adopten una serie de recomendaciones de la comisión a fin de garantizar, la seguridad jurídica en el desarrollo del procesamiento automático de datos en el comercio internacional. Facilitando esto, el uso del comercio electrónico y la adaptabilidad para los estados que tengan sistemas jurídicos, sociales y económicos diferentes para lograr el establecimiento de relaciones económicas internacionales armoniosas. El texto normativo responde a su vez al cambio fundamental para operar en las comunicaciones entre las partes, habitualmente se denomina socios comerciales por apelar a las modernas técnicas informáticas o de otras índoles para sus relaciones de negocios.

En el contexto regional latinoamericano existe un consenso entre el Parlamento Latinoamericano (Parlatino) y los gobiernos de sus países miembros en legislar sobre el tema del comercio electrónico para generar una norma marco supranacional sobre este tema, siempre bajo la referencia de la ley modelo de las naciones unidas. Parte de los objetivos del proyecto se centran en la armonización del marco legal que facilitara, mejorara y aumentara las relaciones comerciales entre los países abriendo a su vez una puerta al sistema de integración. Por otra parte procura fomentar el desarrollo económico y social de la comunidad latinoamericana y buscar los mecanismos idóneos para la plena integración económica, política, social y cultural de sus pueblos.

Por consiguiente, la República Bolivariana de Venezuela no está exenta del proceso de integración y de globalización producto del comercio electrónico es por ello que en el año 2000 se emite el decreto N° 825 mediante se declaró el acceso y uso de internet como política prioritaria para el desarrollo cultural , económico, social y político del país, reconociendo como interés público la ciencia y tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones a los fines de lograr el desarrollo económico del país. Por otra parte en el año 2001 se dicta el decreto con fuerza de ley N° 1.204 de mensajes y firmas electrónicas entregando y reconociendo eficacia y valor jurídico a la firma electrónica.



ESTRATEGIA DE INTEGRACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Autores como O'Connor y McDermott, (1998), consideran que el pensamiento sistémico contempla el todo y las partes interconectadas entre sí, es enfocado como una propuesta seria de análisis sobre el fenómeno provocado por el Internet en la forma de realizar negocios, cambiando la relación entre los agentes. Es importante destacar, las ventas en línea, catálogos de productos por internet, así como su distribución, almacenamiento y las respectivas formas de pago, son vitales para obtener una mayor integración en la globalización para sobresalir en el mundo del ciber mercado.

Por su parte, Tugores (2005) señala que la integración es la acción y el efecto de construir un todo con las partes que faltaban, se relaciona a los procesos donde los países eliminan esas particularidades diferenciales, en la búsqueda de una economía globalizada integrada. En este caso, el negocio electrónico procura integrarse a un sitio o página web para lograr obtener una clientela importante a través de internet, a fin de hacer crecer en todos los sentidos a las organizaciones.

Un ejemplo de lo expuesto anteriormente es el PayPal®, que se ha convertido en el mayor sistema de pago a nivel mundial, con una fuerte política por la encriptación y protección de los datos. A través de este, se pueden hacer pagos y cobros con las principales tarjetas internacionales o por los reconocidos medios de pagos como Amazon® y Ebay®, comprenden la clave del éxito en una buena estrategia del internet y su rentabilidad, además de adaptarse a todos los mercados. De manera tal, la web sigue siendo una fuente infinita de utilidad para la Pymes, convirtiéndose en uno de los retos del negocio electrónico para potenciar la comunidad virtual, facilitar intercambios comerciales, a través de una amplia gama de productos altamente competitivos.

En efecto, la clave para anticipar sorpresas desagradables ante los grandes saltos como muy bien plantea Nueno (1998), es lograr un mayor dominio de las redes para generar innovaciones abiertas e integrar centros de diseño e investigaciones. De modo que la base interna en la organización aporte avances en etapas tempranas de desarrollo, por consiguiente, para reaccionar rápidamente ante estos descubrimientos como lo señala el autor, se debe poner especial atención en su comercialización. De allí, la importancia de manejar bien estos procesos, no es suficiente desarrollar un buen producto debe colocarse en el mercado en el momento adecuado para anticiparse a la acción de la competencia.

Por esta razón, ante la complejidad de los sistemas es necesario contar con el enfoque situacional, se evitaría las generalidades inadecuadas y no existen fórmulas mágicas para desarrollar la transformación requerida. En consecuencia, tanto la industria como la competencia y el mercado harán su propia secuencia, por ello se sigue escribiendo las reglas del Internet por la revolución hacia el comercio, y con el uso dinámico de la autopista de la información para el intercambio de productos y servicios da origen al comercio electrónico.

CONSIDERACIONES FINALES

Antes de hacer un recorrido por los aportes extraídos en este artículo, en primer lugar, es importante mencionar que el negocio electrónico ha transformado la mejor manera de atender a los clientes, donde las computadoras y las operaciones virtuales muestran la versión futurista de



hacer negocios. Es una gran realidad lograr realizar operaciones de compra a través de la red, indistintamente del lugar del mundo donde se encuentren estos productos.

En ese orden de ideas, parte de los retos que deben superar los Países para modernizar el comercio, están relacionados con las barreras de inseguridad de la tecnología, por la falsa creencia en asociarlos con altos costos, en esta globalización poder contar con un buen catálogo de productos y un sitio de red, resulta mucho más económico contar con un local en un centro comercial exclusivo, con los costos generados por el pago de nómina, alquiler, impuestos y servicios públicos.

Actualmente, las organizaciones tienen un mayor conocimiento y participación del entorno social, económico y político donde se desarrollan, por tanto, las barreras que restringían esa relación cayeron. En consecuencia, las relaciones virtuales de los entes involucrados, tienen un creciente impacto en las industrias, comercios, sistemas económicos y financieros internacionales.

El cambio del entorno competitivo donde se mueven la banca, caracterizado por el incremento de la competencia financiera y la mayor contestabilidad de los mercados, reorienta las estrategias de cara a enfrentarse al nuevo entorno. Los avances tecnológicos están configurando un modelo donde una oficina tradicional no está involucrada y comienza a jugar un papel importante la interconexión, comunicación sin límites, banco en casa, gracias al éxito creciente de la informática doméstica y al acceso a la información. A la vez, comienza a configurarse un tipo de entidad con el don de la ubicuidad, sin límites de horarios, más dado a las operaciones virtuales, las cuales, traspasen fronteras para perfeccionar la integración bancaria dentro de los procesos del negocio electrónico, es decir, un banco 24 horas.

Finalmente, la mundialización de la actividad financiera es producto en gran medida del progreso tecnológico y a las legislaciones nacionales e internacional en materia de integración y de finanzas, que han incentivado la competencia interna y externa en los mercados financieros, dotándola de procesos que aunado a la internacionalización de los riesgos financieros potencian cada vez más esta actividad consolidándola en la periferia internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bello, R. G. (2004). **Operaciones Bancarias en Venezuela**. Teoría y Práctica Publicaciones Universidad Católica de Andrés Bello (UCAB). Editorial Texto. Caracas. Venezuela.
- Beruman, S. A. (2006). **Introducción a la Economía Internacional**. Esic Editorial. Pozuelo de Alarcon. Madrid. España
- Bradley, L. y Steward, K. (2003). **The diffusion of online banking, Journal of Marketing Management**, Vol. 19, Pp. 1087-1109.
- Castells, M. (2004). **La era de la información** Volumen 1. La sociedad red. Siglo XXI Editores. Asturias. España.
- Chou, D. y Chou, A. Y. (2000). **A guide to the internet revolution in banking, Information Systems Management**, Vol. 25, N°. 4, Pp. 352-60.



- Couce, L. (1999). **El Management en el Siglo XXI. Herramientas para los desafíos empresariales de la próxima década.** Ediciones Granica. Buenos Aires
- Crozier, M. 1997. **La transición del paradigma burocrático a una cultura de gestión pública** en Reforma y Democracia No.7: pp.9-18.
- Diccionario de Historia de Venezuela de la Fundación Polar. Consultado 24/08/2014: <http://www.fundacionempresaspolarg.org/books/diccionario-de-historia-de-venezuela>
- Gaitan, J. J. y Pruvost, A.G. (2001). **El comercio electrónico al alcance de su empresa.** Centro de publicación, Secretaria de extensión Universidad Nacional Litoral. Santa Fe. Argentina.
- González D. M. (2001). **Negocios y política en tiempos de Guzmán Blanco. 2da Edición. Consejo de desarrollo y humanístico - UCV.** Colección galería de arte nacional. Caracas. Venezuela.
- Keat, P.G. y Young, P. G. (2004). **Economía de Empresa.** Cuarta Edición. Pearson Educación. México.
- Kindleberger, Ch. P. (1984). **Historia Financiera de Europa.** Crítica. Barcelona
- Márquez, A. (2000). **Internet y la actividad bancaria,** Papeles de Economía Española, Vol. 84-85, pp. 330-339.
- Murray, N. R. (2002). **A History of Money and Banking in the United States.** The Colonial Era to World War II. Ludwig von Mises Institute. Alabama.
- Nueno, P. (1998). **Competiendo en el siglo XXI. Como Innovar con Éxito.** Ediciones Gestión 2000. Barcelona, España.
- O'Connor, J. y McDermott, L. (1998). **Introducción al Pensamiento Sistémico,** Ediciones Urano. Barcelona, España.
- Power, C. (2000): **Finnish bank brings digital certificates to mobile phones,** American Banker, Vol. 1665, Nº. 10, Pp.20.
- Ratnasingham, P. (1998). **The importance of trust in electronic commerce,** Electronic Networking Applications and Policy, Vol. 8, Nº 4 Pp. 313-321.
- Rexha, N.; John, R. P. y Shang, A. S. (2003). **The impact of the relational plan of adoption of electric backing,** *Journal of Services Marketing*, Vol.17, Nº. 1, Pp. 53-67.
- Senge, P., 1992. **La quinta disciplina,** Barcelona, Ediciones Juan Granica,
- Swift, R. (2002). **CRM Cómo mejorar la relación con los clientes.** Prentice Hall. México.
- Tugores, J. (2005). **Economía Internacional.** Mc Graw Hill. Barcelona, España.
- Weitzman, J. (2000). **Cendant unit helps banks offer internet access,** American Banker, Vol. 165, Nº 2, Pp. 11.



CRECIMIENTO ORGÁNICO: UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA DE INVERSIÓN EN LA BANCA UNIVERSAL

Arocha, Jesús Alfonso

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
jesus_434345@hotmail.com

RESUMEN

El presente artículo tiene como propósito resaltar la importancia del Crecimiento Organizo: Una Perspectiva Estratégica de Inversión en la Banca Universal. Se sustentó en postulados teóricos de autores como García (2008), Katelhohn (2008) Nogueira (2007), Gaughan (2006), Bretones (2005), Gitman (2003), Horne (2003) y Zabala (2003). La metodología utilizada se enfocó en una revisión documental bibliográfica en cuatro áreas: estrategia de crecimiento orgánico, reseña histórica de las fusiones y adquisiciones, comportamiento económico financiero y evolución del patrimonio de la banca universal venezolana ante el proceso de fusiones y adquisiciones. Donde es importante destacar la visión estratégica de las inversiones utilizadas por la Banca siendo una de ellas el crecimiento orgánico por ser un factor propulsor preferido por el sistema financiero, en efecto, las fusiones y adquisiciones brindan a los empresarios o a la banca, desarrollo económico, patrimonio, rentabilidad para darle continuidad a las organizaciones. Entre las conclusiones relevantes, hay que destacar la imperante necesidad de determinar si una entidad bancaria es débil o sólida, a pesar de los tiempos intensos de dinamismo que vive el sistema financiero, presentando una clara tendencia de las fusiones bancarias como estrategia de inversión.

Palabras clave: Crecimiento orgánico, estrategia, Inversión, banca universal

INTRODUCCIÓN

Toda empresa, sea pequeña, de creación reciente o una gran multinacional, debe enfrentarse al desafío de cómo seguir creciendo, siendo esto en muchos casos, difícil de mantener de manera continua y que toda organización espera conseguir, otras son adversas al riesgo, optando por mejoras en el servicio o por el aumento incremental más seguros de los productos que comercializan, en vez de lanzarse a proyectos de inversión que puedan compensar más, que sean de gran impacto y envergadura.

El sistema financiero venezolano dentro de la economía global, no ha escapado a las oportunidades que trae consigo el crecimiento orgánico, por ser un factor propulsor importante del valor de las Instituciones Bancarias. Estas estrategias pueden darse a través de un crecimiento interno, también llamado orgánico o un crecimiento externo, siendo esta una de las opciones de inversión preferidas, por relacionarse con la compra de otras instituciones o por la adquisición de participaciones financieras importantes de las mismas. En efecto, las fusiones y adquisiciones brindan a los empresarios nacionales y extranjeros, o a la banca que es el motivo de este estudio, el desarrollo, patrimonio, rentabilidad y continuación de sus entidades.



ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO ORGÁNICO

Para la permanencia de una organización en el mercado dependerá siempre del tiempo, además el margen de contribución que le deja la venta de sus productos debe ser suficiente para cubrir sus costos fijos, fundamentalmente de administración así como los financieros, además de ello, que le pueda generar una utilidad a los accionistas que relacionada con la rentabilidad sobre el patrimonio, se pueda obtener invirtiendo el dinero en cualquier negocio.

Cabe destacar, que cuando una empresa quiere crecer en tamaño puede optar estratégicamente por uno de los dos mecanismos de inversión que se viene hablando mucho en los medios empresariales y en publicaciones, relacionado al crecimiento orgánico que consiste en las inversiones dentro de la misma empresa, lo que permite que sea adquirida la tecnología más avanzada, incrementar la publicidad de los productos o servicio, aumentar la productividad, también se trata de un crecimiento más armónico o calmado, en virtud que la empresa y sus recursos crecen poco a poco.

Significa entonces, que el crecimiento orgánico es un elemento utilizado por algunas empresas, siendo las fusiones uno de los caminos que llevan hacia el crecimiento, existen pocas asociaciones que son justificadas por temas de costos dado a que los compradores deben lograr hacer crecer orgánicamente las adquisiciones. Por otra parte, algunas organizaciones pueden resistirse cuando sus modelos de negocio y los mercados en el que se desenvuelven son maduros, salvo que haya presiones para producir beneficios a corto plazo. A continuación se presentan las siguientes definiciones:

Crecimiento Interno:

Consiste en la inversión de una empresa en sí misma, esta opción estratégica se basa en la evidencia empírica a través del incremento rentable de una empresa, de allí que los Gerentes lo implementen para optimizar tanto el rendimiento estratégico como el financiero, para el caso de las instituciones financieras cuando crecen internamente, lo hacen para mejorar el índice de ventas. Información aportada por Sainz (2012).

Por consiguiente para diversificar los productos de los clientes y aumentar su lealtad, abarca en general procesos de negocios, operativos, dimensionamiento de estructura, entre otros aspectos, permitiendo el diseño de modelos de negocios orientados a vender más y servir mejor, no cabe duda, que acompañado de la implementación de la segmentación de clientes, puede impulsar el modelo hacia la especialización de la fuerza de ventas y el retorno de mejores resultados económicos para las organizaciones.

Crecimiento externo:

Se refiere a las estrategias que apuntan hacia afuera de las empresas, basándose en convenios, pactos o asociaciones con otras organizaciones o entidades financieras, también se logra a través de la compra, adquisición y fusión, no se genera nueva inversión, por tanto integra dentro de su estructura las capacidades o recursos a fin de controlar la dirección de su desarrollo, según el criterio de Carrión (2007). Son operaciones que crecen con cargo al mercado mediante diferentes operaciones, alianzas, absorciones adquisiciones y fusiones. Estas estrategias son tomadas para acceder a nuevos mercados y crear una empresa más grande, fuerte y competitiva.



Por su parte, Gaughan (2006) en su libro *Fusiones y Adquisiciones* presenta las siguientes definiciones:

Adquisiciones:

Cuando una empresa compra otra, la empresa adquirida no desaparece por lo que la operación puede ser reversible y solo se consolidará si obtiene una cantidad mayor al 50% de las acciones, de lo contrario aparecerá en el activo de la empresa adquiriente como activo financiero.

Absorciones:

Alguna organización absorbe a una o más sociedades comprando sus patrimonios, pasando sus activos al absorbente, que deberá ampliar su capital con la cifra con que se haya valorado el patrimonio adquirido, con el fin de entregar acciones nuevas a los antiguos propietarios.

Fusión pura:

Es cuando dos empresas se unen para crear una nueva empresa, canjean acciones de las empresas fusionadas con la nueva empresa creada.

Fusión por absorción:

Desde el punto de vista legal es igual que una absorción, la diferencia es que aquí el control se hace de manera conjunta.

Fusión por aportación parcial de capital:

Cuando se une una parte de una empresa con parte de otra o con su totalidad, se realiza principalmente en fusiones con filiales internacionales.

En consecuencia, el modelo de negocios de crecimiento es utilizado por la Banca Universal, siendo una de las nuevas perspectiva para hacer negocios, permitiendo con esto que las organizaciones generen su sustento e ingresos mediante su posicionamiento en la cadena de valor, para llegar a este objetivo se hace necesario mejorar el índice de ventas cruzadas, aumentar el porcentaje de retención de clientes, es decir, disminuir el índice de deserción e incrementar la lealtad del cliente que es productos de las dos anteriores.

Además, existen cuatro pasos para el eficaz funcionamiento del modelo de crecimiento orgánico, uno de ellos es crecer con los clientes actuales potenciando la venta junto con un servicio proactivo, otro es aplicar tratamientos diferenciados según el tipo de clientes, así mismo, aprovechar cada interacción con el cliente para generar una nueva oportunidad de venta y por último hacer un seguimiento continuo de la gestión comercial a todo nivel dentro de la red y el área de ambos bancos.

COMPORTAMIENTO ECONÓMICO FINANCIERO

El autor Regalón (2007), señala que el análisis económico financiero es aquel que suministra elementos que ayudan a través de las cifras que muestran lo estados financieros, formar una opinión general de la empresa. Con un análisis económico financiero bien



disciplinado se pueden observar las posibles dificultades que en algunos suelen pasar inadvertidos y/o la dirección de la empresa no les ha concedido la importancia necesaria. Así mismo, Díaz (2005), expresa que el estudio del comportamiento económico por parte de los psicólogos, principalmente sociales, o la incorporación de variables de orden psicológico por parte de los economistas ha sido cada vez más frecuente.

De modo que no se trata de incorporar la superioridad de un área de conocimiento sobre la otra, tampoco es el de economizar la Psicología ni psicologizar la Economía, es el de incorporar conceptos y modelos de una u otra, de allí es que estos investigadores optaron por el concepto de comportamiento económico. Significa entonces que el autor Regalón, define de manera completa el comportamiento económico financiero, destacándose que se cuenta con una data histórica importante para comparar el indicador del patrimonio, tomando en cuenta los promedios de la Banca Universal Venezolana.

EVALUACIÓN DEL PATRIMONIO DE LA BANCA UNIVERSAL VENEZOLANA, ANTE EL PROCESO DE FUSIONES Y ADQUISICIONES

Resulta oportuno hacer mención que la población fue conformada por los cuatro bancos universales del sistema bancario venezolano, con mejores posiciones por captaciones al público al 2009, estos son Banesco Banco Universal, C.A., el Mercantil, C.A. Banco Universal, Provincial, C.A. Banco Universal y el Occidental de Descuento, Banco Universal, porque han estado inmersos en los procesos de fusiones y/o adquisiciones más relevantes en el País. Por su parte, Arocha y Naveda (2012), analizaron la información trimestral del período 2000 – 2009, de los indicadores financieros emitidos por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN), y datos obtenidos a través del Sistema Automatizado de Información Financiera (S.A.I.F.).

Cuadro 1. Evaluación patrimonial, banca universal venezolana (%)

INDICADORES PARA LA EVALUACION DEL PATRIMONIO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	MEDIA	DESVIACION ESTANDAR
(Patrimonio + Gestión Operativa) / Activo Total	13,25	15,81	16,87	16,27	14,93	13,98	12,67	9,76	14,25	9,62	13,52	2,50
Otros Activo / (Patrimonio + Gestión Operativa)	25,19	45,66	38,98	32,07	20,30	18,21	19,12	18,85	38,52	31,27	27,31	9,94
Activo Improductivo / (Patrimonio + Gestión Operativa)	185,62	215,93	190,73	170,47	164,91	170,55	220,85	288,37	153,12	325,10	202,55	56,64

Fuente: Arocha y Naveda (2012)



Gráfico No. 01

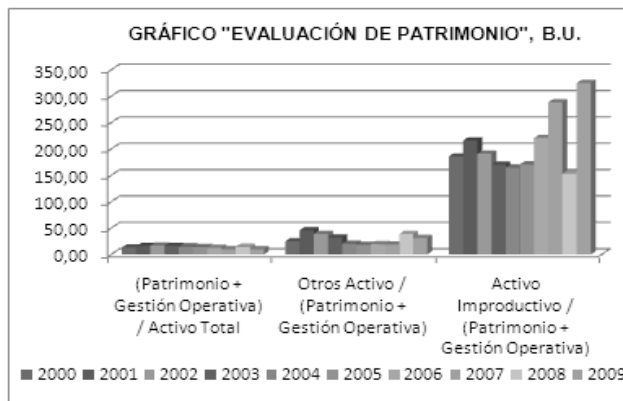
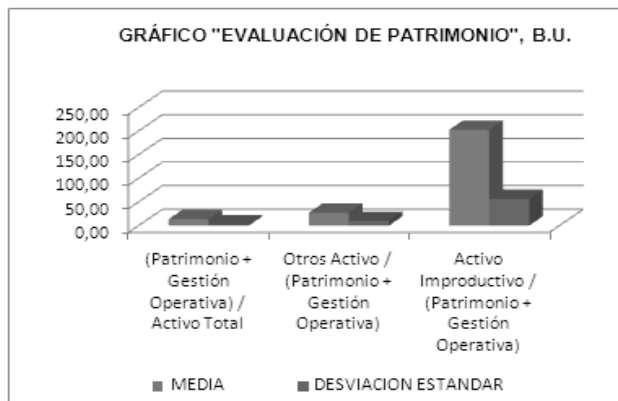


Gráfico No. 02



Fuente: Arocha y Naveda (2012)

Cuadro 2. Evaluación patrimonial, banca universal fusionada (%)

INDICADORES PARA LA EVALUACION DEL PATRIMONIO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	MEDIA	DESVIACION ESTANDAR
(Patrimonio + Gestión Operativa) / Activo Total	9,33	9,66	13,38	15,36	13,65	11,34	10,00	9,03	9,17	9,41	10,83	2,28
Otros Activo / (Patrimonio + Gestión Operativa)	30,87	36,89	30,74	37,58	24,36	22,30	21,14	19,63	54,65	53,65	31,17	12,70
Activo Improductivo / (Patrimonio + Gestión Operativa)	170,24	177,86	130,60	161,99	177,98	188,01	262,79	314,35	163,02	368,41	200,74	77,24

Fuente: Arocha y Naveda (2012)

Gráfico No. 04

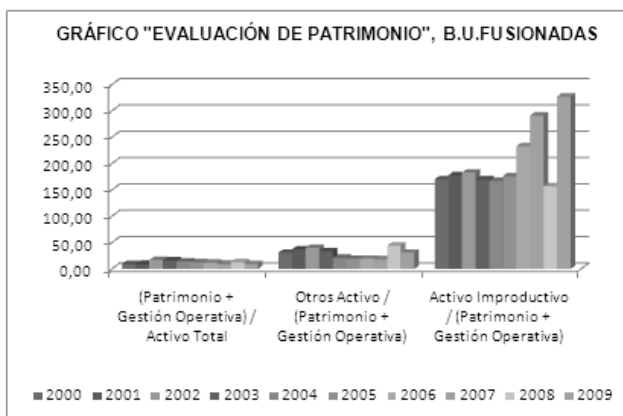
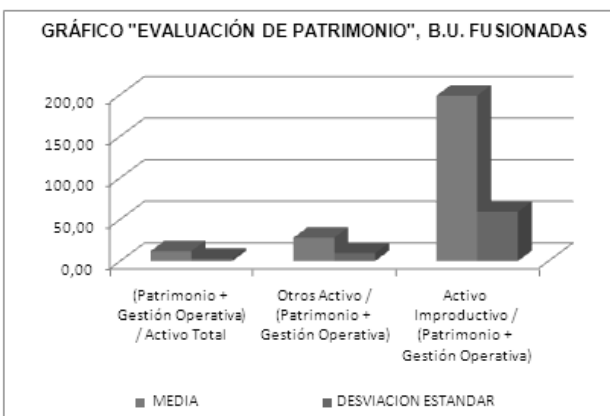


Gráfico No. 03



Fuente: Arocha y Naveda (2012)

Indicador: (Patrimonio + Gestión Operativa) / Activo Total: Mide cuanto es la participación de los accionistas, adicionándole la gestión operativa, es decir, el resultado neto del ejercicio económico.



Cuadro 03. Patrimonio + Gestión operativa

BANCA	INDICADORES PARA LA EVALUACION DEL PATRIMONIO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	MEDIA	DESVIACION ESTANDAR
Universal	(Patrimonio + Gestión Operativa) / Activo Total	13,25	15,81	16,87	16,27	14,93	13,98	12,67	9,76	14,25	9,62	13,52	2,50
Universal Fusionadas		9,33	9,66	16,98	16,13	14,42	12,99	11,85	9,68	12,71	9,46	12,04	2,84

Fuente: Arocha y Naveda (2012)

Gráfico No. 05

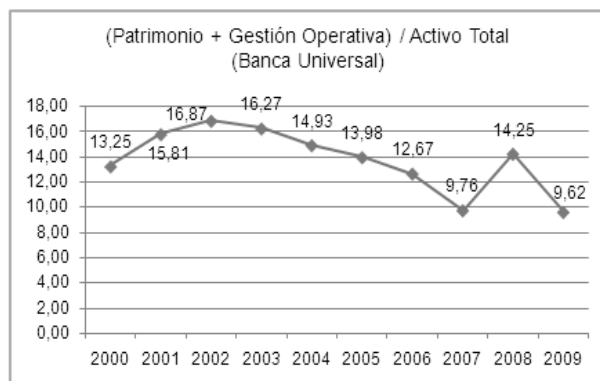
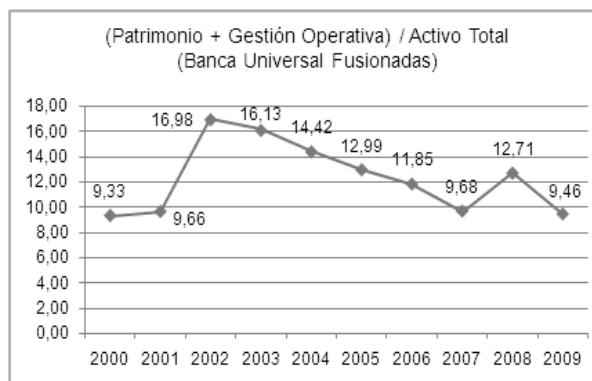


Gráfico No. 06



Fuente: Arocha y Naveda (2012)

En el año 2000, el valor se ubica en 13,25% para el subsistema Banca Universal, se observa crecimiento en los años 2001, 2002, 2003 y 2004, del 15,81%, 16,87%, 16,27% y 14,93%, respectivamente, en el año 2005 se ubica en 13,98%, decrece en el 2006 hasta el 12,67%, continúa su baja a 9,76% en el año 2007, se incrementa en 14,25% en el 2008, y baja a 9,62% en el 2009.

Con respecto a la Banca Universal Fusionadas (ver Gráfico No. 06), se observa el siguiente comportamiento: 2000 (9,33%), 2001 (9,66%), 2002 (16,98%), 2003 (16,13%), 2004 (14,42%), 2005 (12,99%), 2006 (11,85%), 2007 (9,68%), 2008 (12,71%) y 2009 (9,46%). La media se ubicó en 13,52%, y 12,04%; respectivamente, que es un indicativo que por cada bolívar de activo, 0,865 céntimos y 0,880, respectivamente son financiados por los accionistas.

Al mismo tiempo, la desviación estándar fue de 2,50% para el subsistema Banca Universal y 2,84% para el de Banca Universal Fusionadas, en efecto refleja que los puntajes a lo largo de los años evaluados no han fluctuado en forma significativa, revelando un comportamiento estable, pues los índices analizados se ubican con una mínima dispersión del parámetro, no obstante, se incumple con lo establecido por SUDEBAN, que regulan a las entidades bancarias a tener un índice patrimonial mínimo del 8%.

No obstante, García, G. (2008), expresa que el Gobierno aumentó el nivel de riesgo del Sistema Bancario al disminuir en el 2006, el índice de capitalización del 12% a 8%, situando a



Venezuela por debajo de los estándares internacionales. Por otra parte, después de haberlo bajado la SUDEBAN descartó los títulos de deuda pública como parte del activo, en el cálculo de ese índice, que implicó un índice de capitalización más bajo o de facto.

Sobre las bases de las consideraciones anteriores, se observa que en el subsistema Banca Universal los mejores valores se ubicaron en los años 2007, al alcanzar puntaje de 9,76% con una diferencia de 1,76% con respecto a la regulación del índice patrimonial del 8%, y en el 2009, fue de 9,62% (1,62); mientras tanto, la Banca Universal Fusionadas fue más estable al presentar valores cercanos a la regulación del 8% en los años 2000 (9,33%), 2001 (9,66%), 2007 (9,68%) y 2009 (9,46%).

Indicador: Otros Activo / (Patrimonio + Gestión Operativa): Este indicador expresa el grado de compromiso del patrimonio más la gestión operativa de los activos que registran menos productividad, donde se considera que el rubro otros activos son aquellos que poseen una capacidad contraída para producir ingresos, siendo importante conocer el valor de su financiamiento por parte del rubro patrimonio.

Cuadro 04. Otros activos / (Patrimonio + Gestión Operativa)

BANCA	INDICADORES PARA LA EVALUACION DEL PATRIMONIO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	MEDIA	DESVIACION ESTANDAR
Universal	Otros Activo / (Patrimonio + Gestión Operativa)	25,19	45,66	38,98	32,07	20,30	18,21	19,12	18,85	38,52	31,27	27,31	9,94
Universal Fusionadas		30,87	36,89	39,75	33,83	21,07	19,31	19,49	18,58	44,13	30,59	28,08	9,37

Fuente: Arocha y Naveda (2012)

Gráfico No. 07

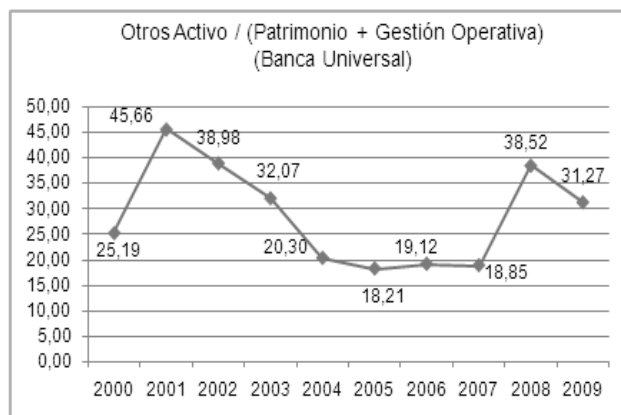
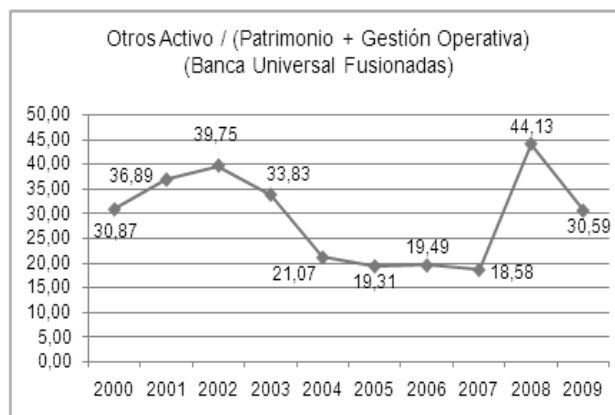


Gráfico No. 08



Fuente: Arocha y Naveda (2012)

El comportamiento del subsistema Banca Universal fue el siguiente: en el año 2000, su valor fue de 25,19%, se observa un crecimiento del 45,66% para el año 2001, experimenta una baja en el 2002, hasta 38,98%, continúa su baja en los años 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007, al



alcanzar los valores de 32,07%, 20,30%, 18,21%, 19,12% y 18,85%, respectivamente, presenta un leve incremento del 38,52% en el 2008, y baja a 31,27% para el año 2009. En cuanto a la Banca Universal Fusionadas los resultados observados por años son muy similares: 2000 (30,87%), 2001 (36,89%), 2002 (39,75%), 2003 (33,83%), 2004 (21,07%), 2005 (19,31%), 2006 (19,49%), 2007 (18,58%), 2008 (44,13%) y 2009 (30,59%).

De los valores promediados en el período estudiado, se visualizó un incremento en el subsistema Banca Universal de 20,47 puntos entre el año 2001, con respecto al 2000 (45,66% – 25,19%), mientras que en la Banca Universal Fusionadas fue de 6,02 puntos (36,89% - 30,87%), esto se debe a que el patrimonio y la gestión operativa estaban bastante comprometidos ese año, el sistema financiero venezolano se desarrolló en un entorno caracterizado por la desaceleración de la actividad económica interna, las expectativas desfavorables sobre la evolución del mercado petrolero internacional, la tendencia creciente de las tasas de interés activas reales, así como la inestabilidad de la demanda de dinero.

Por otra parte, se reflejó un incremento importante en el 2008, de 38,52% para el subsistema Banca Universal y de 44,13% para la Banca Universal Fusionadas, en todo caso se origina por la resolución expedida por SUDEBAN, que obligó a las entidades a incrementar los requerimientos mínimos de capital, para fortalecer el patrimonio consolidado del sistema.

Al mismo tiempo, el índice se reduce para el 2009, en el subsistema Banca Universal en 7,25 puntos con respecto al año 2008, (31,27% - 38,52%), mientras que en la Banca Universal Fusionadas disminuyó a 13,54 puntos (30,59% - 44,13%), lo cual refleja la tendencia natural a mantenerse dentro del promedio de la Banca Universal exigido por SUDEBAN (de acuerdo a Gaceta Oficial No. 32.726 de fecha 02/08/1999), evidenciándose una revisión positiva de la participación de otros activos en el valor patrimonial por parte de la Banca Universal, por otro lado se considera que los promedios interanuales del sector financiero venezolano son menores, y se debe al mayor valor patrimonial propiedad de la Banca Universal.

Indicador: Activo Improductivo / (Patrimonio + Gestión Operativa): Cociente que muestra el valor en que el patrimonio sumado a la gestión necesariamente operativa, se encuentran comprometidos en el financiamiento de los activos que no generan ingresos por concepto de comisiones e intereses o los que están fuera de la normativa legal vigente.

Cuadro 05. Activo Improductivo / (Patrimonio + Gestión Operativa)

BANCA	INDICADORES PARA LA EVALUACION DEL PATRIMONIO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	MEDIA	DESVIACION ESTANDAR
Universal	Activo Improductivo / (Patrimonio + Gestión Operativa)	185,62	215,93	190,73	170,47	164,91	170,55	220,85	288,37	153,12	325,10	202,55	56,64
Universal Fusionadas		170,24	177,86	182,74	169,95	167,20	175,93	232,89	291,13	156,87	327,44	198,78	59,11

Fuente: Arocha y Naveda (2012)



Gráfico No. 09

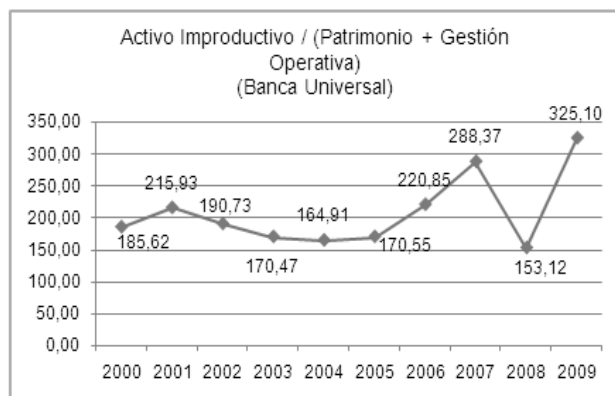
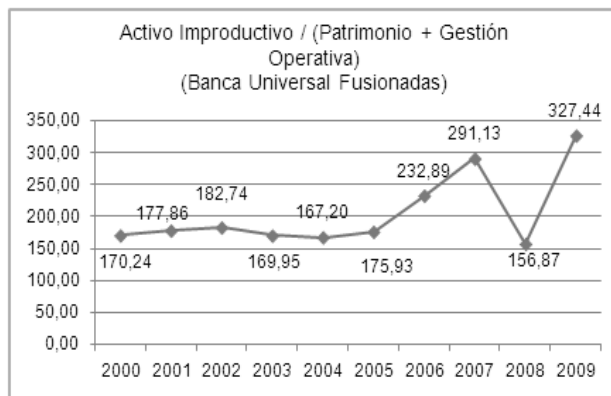


Gráfico No. 10



Fuente: Arocha y Naveda (2012)

Se visualiza un comportamiento no lineal con este indicador, para el año 2000, el valor se ubica en 185,62% para el subsistema Banca Universal, reflejándose un ligero incremento en el 2001, al alcanzar 215,93%, en el 2002, disminuyó en 190,73%, en el 2003 en 170,47%, se mantiene la baja para el 2004, al llegar a 164,91% y de 170,55% en el 2005, se recupera de manera importante en 220,85% para el año 2006, y en 288,37% en el 2007.

Así mismo, experimenta abruptamente un decrecimiento significativo al llegar a 153,12% en el 2008, y se aprecia para el año 2009, un incremento de 325,10%. Situación similar se observó en la Banca Universal Fusionadas (Gráfico No. 10) con los resultados siguientes: 2000 (170,24%), 2001 (177,86%), 2002 (182,74%), 2003 (169,95%), 2004 (167,20%), 2005 (175,93%), 2006 (232,89%), 2007 (291,13%), 2008 (156,87%) y 2009 (327,44%).

Estos pequeños incrementos, se manifestó como reflejo de la contracción de la actividad económica en esos años, en términos generales al mantenerse el decrecimiento, es un indicativo de la mejora de los valores patrimoniales con respecto a los activos improductivos de la Banca Universal; y al enfrentarlos con los valores promedios del sector financiero, resultaron menores, lo cual permite inferir que la tendencia de este indicador es altamente positiva porque demuestra la efectividad en el subsistema Banca Universal.

A manera de resumen final, al aplicar la definición de que la tendencia puede ser determinada mediante una comparación de cifras y razones en la misma época del año, de acuerdo a Van Horne (2003), se necesitan pocas en números para determinar las condiciones y desempeño financieros de una compañía, a Gitman (2003), de que existen algunas razones o indicadores financieros que se afectan como resultado de las fusiones o adquisiciones.

Por su parte, Gaughan, P. (2006) manifiesta que las dos razones más habituales son el crecimiento y la sinergia, siendo está una de las vías a través de la cual una compañía puede crecer a un ritmo acelerado, por ende resumiendo los resultados obtenidos una vez analizado los indicadores para la evaluación del patrimonio, se observa que la Banca Universal es la que ha presentado mayor número de fusiones y adquisiciones.

El resultado obtenido en torno a determinar el Comportamiento Económico Financiero de la Banca Universal Venezolana, a través de las fusiones y adquisiciones, como estrategia de



crecimiento orgánico, incrementa en forma consistente su patrimonio, siendo una alternativa de negocios atractiva para sus accionistas. En consecuencia, las gestiones ejecutadas en los últimos años, contribuyó a optimizar el capital de las instituciones bancarias y el valor que las mismas tienen para sus accionistas, al traducirse en un conjunto de bienes y dinero que sirven para activar el negocio financiero y apoyan el funcionamiento de las instituciones bancarias.

En consecuencia se recomienda, mantener los adecuados índices evidenciados, en cuanto a la recuperación del patrimonio por parte de la Banca Universal, procurando una administración más depurada de las acciones que en esta materia se ejecutan, de manera tal, que se mantenga la contribución de las fusiones y adquisiciones como perspectiva estratégica de negocios en la Banca Universal Venezolana.

CONSIDERACIONES FINALES

Las crisis financieras se encuentran en la conjugación de factores económicos, de allí la imperante necesidad de determinar si un sistema financiero es débil o sólido, el mundo del sistema financiero vive tiempos de intenso dinamismo, para el bien de las sociedades modernas, y pueden existir sin la intermediación financiera. En este mundo se está presenciando la tendencia de las fusiones bancarias, estrategia que se supone redundará en el logro de una mayor eficiencia del sistema.

En este contexto, desde el punto de vista teórico, realizar estudios que conlleven al análisis de las repercusiones de las fusiones o adquisiciones, sobre los indicadores económicos financieros de la Banca Universal Venezolana, representan un aporte para el desarrollo de la administración financiera, en tanto que estos aportan datos teóricos los cuales sirven como base para el diseño de nuevas estrategias de análisis e intervención tan necesarias en esta área; de igual manera, sirven de consulta para nuevas investigaciones y ayudan a incrementar el crecimiento del conocimiento de un sector tan importante para la economía, como lo es el sector financiero.

Desde el punto de vista práctico, es relevante que se realicen investigaciones de estrategias de crecimiento orgánico, a objeto de analizar las variables vinculantes en forma directa con el éxito o el fracaso de la gestión de las instituciones financieras fusionadas, muy especialmente en lo inherente a la Banca Universal Venezolana, debido al papel preponderante en el efecto multiplicador atado al logro y mantenimiento de la estabilidad financiera de la nación (empleos directos e indirecto, actividades conexas, promoción, participación del capital nacional y otros).

Dada la importancia del sistema bancario, se hace necesario e imperante que se evalúe el comportamiento económico – financiero en las operaciones de la banca universal venezolana, ante las estrategias de fusiones y adquisiciones, lo cual proporcionaría resultados que servirán de base en la toma de decisiones y aplicación de correctivos en el ámbito de la situación financiera de la Banca Universal Venezolana.

Por último, desde el punto de vista metodológico, la presente investigación representa un modelo para futuros estudios en esta área, ya que está dirigida a prestar un apoyo documental de los indicadores económicos financieros más importantes para el estudio de la situación del sector bancario nacional. Con ellos, se puede diagnosticar el estado real de una empresa, teniendo en cuenta la comparación realizada con los estándares y los promedios de la industria a la cual pertenece.



Tomando como referencia los boletines emitidos por SUDEBAN, se puede examinar la evaluación del patrimonio y otros indicadores financieros, debido a la disponibilidad de estudios que consoliden esta técnica como una herramienta útil para el análisis de las fusiones y adquisiciones bancarias, por la cual, el presente estudio sirve de ejemplo para futuras investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central de Venezuela (Período 2000 - 2009). **Informes Económicos**. Venezuela.
- Carrión, M.J. (2007). **Estrategia de la Visión a la Acción**. 2da Edición. Madrid. España. Esis Editorial.
- García, G. (2008). **Análisis de AO: Baca Venezolana en riesgo por baja capitalización**. Noticias 24 del 03/10/2008. Profesor del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA).
- Gaughan, P. (2006). **Fusiones y Adquisiciones**. Las Claves para prevenir errores. Madrid España: Ediciones Deusto.
- Gitman, L. G. (2003). **Principio de Administración Financiera**. D.F. México: Editorial Pearson Educación. Decima Edición.
- Horne, J. V. (2003). **Fundamentos de Administración Financiera**. D.F. México: Editorial Pearson Educación. Undécima Edición.
- Presidencia de la República (2010) **Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras**. Documento en línea. Disponible en: <http://www.bcv.org.ve/c3/leybancos.pdf>
Consulta: 01/10/2014
- Naveda, J. A. (Período 2000 - 2009). **Comportamiento Económico Financiero de la Banca Universal Venezolana, ante el proceso de Fusiones y Adquisiciones**. Maracaibo Venezuela: Universidad del Zulia (LUZ).
- Regalón, Y. (2007). Publicación de Trabajo: **Aspectos fundamentales del análisis económico financiero**. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos47/analisis-economico/analisis-economico.shtml> Consulta: 01/10/2014.
- Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (Período 2000 - 2009). **Boletín Trimestral e Informe Anual**. Caracas - Venezuela.
- Sainz, J.M (2012). **El Plan Estratégico en la Práctica**. 3ra Edición. Madrid. España. Esic Editorial.



PERFIL DEMOGRÁFICO, PSICORGÁNICO Y CONDUCTUAL DE LOS CLIENTES Y/O ASOCIADOS DE LAS COOPERATIVAS DEL DISTRITO DE SANTA MARTA

José Luis

Universidad Cooperativa de Colombia
jose.rosenstiehl@campusucc.edu.co

Rosenstiehl Martínez

Universidad Cooperativa de Colombia
jrosensm57@gmail.com

RESUMEN

En este trabajo se define el perfil demográfico, psicográfico y conductual de los clientes y/o asociados de las cooperativas del Distrito de Santa Marta con el propósito de considerar los motivos personales y las estrategias de mercadeo, debido a que el comportamiento de compra del consumidor ha sufrido constantes cambios en las últimas décadas. Se desarrolló un estudio de tipo descriptivo, con diseño no experimental y transeccional descriptivo. La población, estuvo conformada por los 8.283 clientes y/o asociados de las cooperativas que funcionan en la ciudad de Santa Marta, vigiladas y que reportan a la Superintendencia de Economía Solidaria (SUPERSOLIDARIA), determinándose una muestra de 389 asociados. La técnica de recolección de datos fue la observación mediante encuesta, elaborando un cuestionario mixto y escala tipo Likert. Se concluye, que de acuerdo a los clientes y/o asociados de estas cooperativas, estas entidades están atendiendo una población, la cual comenta tener necesidades insatisfechas, por esto deben reconsiderar los procesos que actualmente se llevan a cabo, con estrategias que logren llenar las expectativas de sus clientes, brindando soluciones y servicio de calidad, instruyendo hacia el crecimiento, contribuyendo a una vida de calidad.

Palabras Clave: Perfil del consumidor, Comportamiento de compra del consumidor, Cooperativa.

INTRODUCCIÓN

Las empresas sin ánimo de lucro, deben desarrollar acciones tendientes a fortalecer la promoción de sus productos y servicios, que conlleven al posicionamiento de los mismos en la mente de sus asociados y/o clientes, permitiendo disminuir los costos en la consecución de nuevos prospectos y aumentar la fidelidad de los ya existentes. Tal es el caso de las cooperativas del Distrito de Santa Marta.

Lo anterior debido a que en los momentos actuales, los consumidores están más informados sobre los productos, lo cual los conlleva a ser selectivos y exigentes, de tal manera que son más difíciles de complacer, su nivel de selectividad y exigencia cada vez aumenta, además el rápido y fácil acceso a información les permite elegir entre las distintas marcas que les ofrece el mercado, este proceso de elección depende en gran medida de la reacción emocional ante el producto, (2014). Tal es el caso de los clientes y/o asociados de las cooperativas del Distrito de Santa Marta, quienes cada día demandan de nuevos servicios de estas entidades con el objeto de satisfacer sus necesidades y mejorar sus condiciones de vida.



Por lo tanto, estas deben examinar los factores de tipo demográfico, psicográfico y conductual de sus clientes asociados, de tal manera que le permita definir el perfil no sólo de sus asociados actuales, sino los potenciales, para lo cual debe considerar los motivos personales y las estrategias de mercadeo, debido a que el comportamiento de compra del consumidor ha sufrido constantes cambios en las últimas décadas. Cambios que conllevan a que la gestión de los clientes y/o asociados en las cooperativas del Distrito de Santa Marta, suponen importantes oportunidades para el desarrollo de estrategias encaminadas a el fortalecimiento de la lealtad de estos y el desarrollo de nuevos productos y servicios para satisfacer sus necesidades.

La teoría de marketing estipula que la conducta de los individuos en sus decisiones de compra está expuesta a múltiples influencias internas <demográficas, socioeconómicas, psicológicas> y externas <entorno, sociales, estrategias de marketing> que moldean los significados específicos en las decisiones de compra Duarte et al. (2013), Han y Hansen (2012), O'Donnell 2009.

Para identificar el Perfil de los consumidores (clientes y/o asociados) para el caso del presente estudio), se plantean algunas pautas que permitan establecer su perfil; tales como las variables demográficas, psicográficas y conductuales que conllevan a que el consumidor tenga diferentes comportamientos al momento de adquirir un producto.

Lo anterior conlleva a la realización de esta ponencia, la cual tiene como propósito determinar el perfil demográfico, psicográfico y conductual de los clientes y/o asociados de las Cooperativas del Distrito de Santa Marta, tendientes a la formulación de estrategias de mercadeo, para la generación de productos y servicios acordes con los perfiles de estos, y el cual es el resultado del Proyecto de Investigación Marketing Social como Estrategia para la Promoción de los Productos y Servicios de las Cooperativas del Distrito de Santa Marta.

Para llevar a cabo el estudio se determinó una población de 8.283 clientes y/o asociados de las cooperativas que funcionan en la ciudad de Santa Marta, vigiladas y que reportan a la Superintendencia de Economía Solidaria (SUPERSOLIDARIA), determinándose una muestra de acuerdo a las características de la población conformada por 389 asociados utilizando la técnica de muestreo probabilístico.

Así mismo, para la recolección de la información se acudió a fuentes de información primaria y secundaria. Para la primaria se aplicó un cuestionario mixto con 29 preguntas de selección y 25 ítems tipo escala Likert para los clientes y/o asociados encaminados a la medición de las variables Perfil demográfico para las primeras 29 preguntas y perfil psicográfico y conductual para los 25 ítems restantes. Este permitió identificar como está conformado el sector cooperativo, cual es el perfil de los clientes y asociados de estas entidades y cuales las necesidades que estos tienen, lo cual deben tener en cuenta estas Cooperativas de la ciudad de Santa Marta para lograr la implementación de una Filosofía de Gestión tendiente a cumplir con su misión y brindar productos y servicios de calidad a sus asociados.

De igual manera el estudio revela características que describen a clientes y/o asociados reales y potenciales de los productos y servicios ofertados por las Cooperativas del Distrito de Santa Marta. El análisis descriptivo de los factores demográfico, psicográfico y conductual por motivos personales permitieron identificarlas variables determinantes y el perfil de los asociados de estas entidades.



PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS

En este estudio, se exploran los fundamentos teóricos del perfil demográfico, psicográfico y conductual de consumidores a través de los diferentes aportes de autores que han contribuido a la conceptualización de esta variable centrada en el consumidor y encaminada al fortalecimiento de la lealtad de estos hacia la empresa.

De igual manera, el estudio contribuye a la teoría del *marketing* al identificar el perfil del consumidor como aquella parte del Comportamiento de las personas y las decisiones que ello implica, cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades. Kotler (2003).

En este sentido, el consumidor se puede visualizar como un sistema de procesamiento de información, de tal forma que en su comportamiento de decisión de compra influyen tanto características demográficas e individuales <motivos, valores, percepciones, estilo de vida, experiencias u otros>, socioeconómicas <escolaridad, ingresos, ocupación> así como los atributos y comunicaciones de las empresas, los cuales son evaluados por el consumidor con base en sus criterios personales para decidir dónde realizar la compra (Barrows et al., 2003).

Es así como Schiffman y Kanuk (2005) establecen que los perfiles psicográficos y demográficos son enfoques eminentemente complementarios y producen mejores resultados cuando se usan juntos, Al combinar los conocimientos obtenidos de estudios tanto demográficos como psicográficos, los mercadólogos obtienen información muy valiosa sobre sus mercados objetivos.

De tal forma que la Demografía como variable revela las tendencias continuas que ayudan hacia, nuevas oportunidades de negocio por lo tanto las mercadólogos la tienen en cuenta, para decidir sobre los mercados, es así como para Leudon y De la Bitta (2004) la demografía es el estudio de los estadísticos referentes a la población humana; por ejemplo, talla, edad, sexo, raza, ubicación, ocupación, ingresos y otras características.

Esta se utiliza para describir a una población en términos de su tamaño, estructura y distribución. El tamaño significa el número de habitantes, mientras que la estructura describe a la población en términos de edad, ingresos, educación y ocupación. Hawkins y otros (2005).

Así mismo, para Schiffman y Kanuk (2005), la demografía se ocupa de las estadísticas vitales y susceptibles de medirse de una población y ayuda a localizar un mercado meta, ya que las características demográficas como edad, sexo, estado marital, ocupación y educación son las que se emplean más a menudo como base para la segmentación de mercados.

Edad, Sexo y Estado Civil, estas tres variables, que determinan el perfil del consumidor y desde luego inciden en el comportamiento del consumidor. De acuerdo a Hawkins y otros (2005), la edad de una persona afecta sus intereses, gustos, habilidad de compra, preferencias políticas y conducta de inversión. Se ha descubierto que la edad afecta el consumo de productos que van desde la cerveza y el bourbon hasta el papel higiénico.

Por otra parte Schiffman y Kanuk (2005), sostienen que las necesidades e intereses en relación con los productos a menudo varían con la edad del consumidor y que la mejor manera de alcanzar a un consumidor con un mensaje publicitario también puede ser en función de la



edad. De acuerdo a los autores, los demográficos han establecido una distinción importante entre los efectos de la edad (que se producen a causa de la edad cronológica) y los efectos de experiencias y vivencias del consumidor (que se presentan por el hecho de crecer en un periodo específico).

De igual manera Stanton y otros (2001) señalan que durante muchos años, el sexo ha sido base común de segmentación para muchos productos. A menudo, el factor principal que aplica las diferencias en los patrones del consumo entre dos personas de la misma edad y sexo es que se encuentra en diferentes etapas del ciclo de vida.

Este último concepto también determina el perfil del consumidor y desde luego su comportamiento a la hora de adquirir, de tal manera que estos mismos autores expresan que el concepto de ciclo de vida de la familia implica que existen varias etapas bien marcadas en la vida de una familia normal. La posición del ciclo de vida es un factor determinante importante del comportamiento del comprador.

Por otra parte Schiffman y Kanuk (2005), sostienen que con mucha frecuencia el género es una variable de segmentación distintiva, sin embargo parece que los roles sexuales tienden a desvanecerse y que el género ya no es un medio eficaz para distinguir los consumidores de algunos productos.

Así mismo estos autores señalan que los mercadólogos han descubierto ventajas de elegir como blanco agrupaciones específicas de acuerdo con el estado marital, es decir: solteros, individuos divorciados, padres solteros y matrimonios. Este estado del individuo es de gran importancia porque la persona o grupo de persona de acuerdo a su estado marital toma decisiones de compra.

Otra variable que les interesa a los profesionales del Marketing es el Ingreso, pues a ellos según Loudon y De la Bitta (2004) debe interesarle mucho conocer de cuanto dispone la gente para gastar, por eso hay que entender lo que significa este término. Este tiene varias acepciones. Ingreso Personal, percepciones anuales por concepto de sueldos, salarios, dividendos, alquiler, intereses, negocios y profesiones, seguro social y actividades agrícolas.

De igual manera los autores señalan que el Ingreso Personal Disponible, es la cantidad anual de dinero de que se dispone, una vez deducidos los impuestos, para los gastos relacionados con el consumo personal y para el ahorro y que el Ingreso Discrecional, es el ingreso anual disponible para gastos después de deducir el costo en que se incurre al satisfacer las necesidades o los gastos fijos como alimento, ropa, transporte, vivienda y servicios públicos.

Schiffman y Kanuk (2005), señalan igualmente que por mucho tiempo el ingreso ha sido una variable importante para distinguir entre los diferentes segmentos de mercado, porque los mercadólogos segmentan los mercados con base en los ingresos porque consideran que estos son un indicador muy significativo de la capacidad (o incapacidad) para pagar el precio de un artículo o modelo específico del artículo.

La segmentación demográfica comprende la división del mercado de acuerdo a variables como edad, sexo y estado civil Burkard (2003), las cuales influyen en el comportamiento de compra de los consumidores, ya que los tipos de productos o servicios que las personas



adquieren cambian durante el transcurso de su existencia O'Donnell, (2009). Los criterios socioeconómicos para segmentar el mercado incluyen las variables de ingresos, nivel de estudios, ocupación y estatus social, mismas que afectan el comportamiento de compra relacionadas con las necesidades de productos y servicios de las personas y las aspiraciones para un cierto estilo de vida Burkard (2003).

Por otra parte para Hawkins y otros (2005) entre las clases ocupacionales se encontrado diferencias en el consumo, ya que la ocupación puede situar al individuo en una determinada clase social, lo que conlleva a diferentes comportamientos de acuerdo al estatus social del individuo; pues según Schiffman y Kanuk (2005) las investigaciones sobre el consumidor han descubierto pruebas evidentes de que dentro de cada una de las clase sociales existe una constelación de factores en términos de estilo de vida (creencias, actitudes, actividades y comportamientos compartidos) que tienden a distinguir a los miembros de cada clase.

Referente a al concepto de Estilo de Vida para Hawkins y otros (2005), su estilo de vida significa como vive. Incluye los productos que usted compra, como los utiliza, lo que piensa de ellos y como se siente con respecto a ellos. Es la manifestación de su concepto sobre sí mismo, la imagen total que tiene usted mismo como resultado de la cultura en la que vive y de las situaciones y experiencias individuales que conforman su existencia diaria. Es la suma de sus decisiones anteriores y de sus planes futuros.

La expresión “estilo de vida” no es nueva, pero su aplicación al marketing es bastante reciente. El psicólogo Alfred Alder acuñó la designación “Estilo de Vida” hace más de 50 años para referirse a la meta que una persona se fija a sí misma y a los medios de que se vale para alcanzarla. En nuestra perspectiva, podemos concebir el estilo de vida como un patrón individual de vida que influye en el comportamiento del consumidor y que se refleje en él. Loudon y De la Bitta (2004).

Referente a la variable demográfica, el autor está de acuerdo con los planteamientos expuestos, ya que las características de la población como edad, sexo, estado marital, educación y ocupación, pueden medirse estadísticamente y suministran información básica a las organizaciones y a los investigadores para tomar decisiones acerca de los mercados objetivos y desde luego establecer estrategias que le permitan obtener nuevos clientes y desde luego retener y fidelizar a los actuales.

Con respecto a la variable Psicográfica, como consumidores, el comportamiento de compra y los estilos de vida reciben gran influencia de fuerzas sociológicas y psicológicas. Entre las primeras se cuenta la cultura, clase social y grupos de referencia, mientras que las características psicológicas incluyen las experiencias de aprendizaje, personalidad, actitudes y creencias.

Según Schiffman y Kanuk (2005) la investigación psicográfica está estrechamente emparentada con la investigación psicológica es particular con la medición de la personalidad y las actitudes y de igual forma Loudon y De la Bitta (2004), señalan que el concepto de personalidad establece que los individuos poseen cualidades bastantes estables y duraderas, las cuales influyen en ellos para que respondan en ciertas formas bien diferenciados.

De igual forma, Hawkins y otros (2005) sostienen que las características de la personalidad existen en las personas que conocemos y también pueden utilizarse para ayudar a estimular las



estrategias de marketing. Las teorías de la personalidad pueden categorizarse como teorías individuales o de aprendizaje social. La comprensión de ambos enfoques generales de la personalidad proporcionará una apreciación de los usos potenciales de la personalidad en las decisiones de marketing.

Por otra parte las organizaciones están interesadas en enseñar a los consumidores y a otros grupos, la naturaleza de sus productos y servicios. Al aprendizaje es esencial para el proceso de consumo. De hecho, el comportamiento del consumidor es, en gran parte, un comportamiento aprendido.

Según Hawkins y otros (2005), a través del aprendizaje adquirimos la mayoría de nuestras actitudes, valores, gustos, conductas, preferencias, significados, símbolos y sentimientos; en este sentido Chaves (2012) señala que muestra cultura y nuestra clase social, a través de instituciones como las escuelas y las organizaciones religiosas, así como nuestra familia y amigos, proporciona experiencias de aprendizaje que influyen de manera considerable en el estilo de vida que buscamos y en los productos que consumimos.

De igual manera estos autores consideran que una actitud es una organización permanente de procesos motivacionales, emocionales, de percepción y cognoscitivos en relación con algún aspecto de nuestro entorno. Una actitud es la evaluación de los sentimientos y tendencias de comportamiento permanente hacia un objeto o idea por parte de un individuo. Montenegro (2012).

Actitud también es una organización duradera del proceso motivacional, emocional, perceptivo y cognoscitivo en relación con ciertos aspectos del mundo del individuo. Esta definición señala que las actitudes constan de tres componentes. El cognoscitivo o conocimiento, el componente afectivo o emocional y el componente conativo o impulso conductual. Loudon y De la Bitta (2004).

Por otra parte, para conocer con certeza por qué un consumidor compra un producto o servicio y no otro, es necesario conocer lo que motiva su decisión de compra (Han y Hansen, 2012). La segmentación conductual se basa en segmentar el mercado sobre la base del comportamiento actual, es decir, los motivos y preferencias que tienen los consumidores para decidir comprar algo en específico Roseman (2008). En este tipo de segmentación se toman en cuenta beneficios buscados por los consumidores, tal como pueden ser situaciones específicas que satisfagan sus necesidades, y también comprende sus reacciones a factores de marketing (Burkard, 2003; Harrington et al., 2011; Romero y Barrios, 2008), de tal forma que la segmentación conductual ayuda a identificar los atributos de un restaurante que hacen que el cliente regrese (Ramani, et al., 2009).

Así mismo Kotler (2001) sostiene que la variable conductual divide a los compradores en grupos con base en sus conocimientos, actitudes, usos o respuesta a un producto. Muchos mercadólogos piensan que las variables conductuales son el mejor punto de partida para formar segmentos de mercados.

Las variables conductuales no solamente son relevantes en el análisis del incentivo, donde es evidente el papel del determinante que ejercen, sino incluso en la génesis del estado de necesidad, es decir, como instigadores a la ejecución de una determinada conducta con mayor o menor intensidad García (2003).



METODOLOGÍA

La investigación fue de tipo descriptivo, dado que la misma describe, mide y especifica las propiedades y los resultados en función de las variables. El tipo de investigación, obedece al estado del conocimiento del tema a investigar y el enfoque que se pretende dar al estudio. El diseño utilizado para la investigación se ubicó como no experimental, debido a que no se manipularon deliberadamente las variables. Así mismo, transeccional o transversal descriptivo, porque se recolectaron los datos en un solo espacio temporal.

La población estuvo conformada por los 8.283 clientes y/o asociados de las Cooperativas del Distrito de Santa Marta, vigilada por la Superintendencia de Economía Solidaria, SUPERSOLIDARIA. De acuerdo a las características y complejidad de esta, y tomando en consideración tiempo y costos por parte del investigador se determinó un diseño muestral estratificado, que se calculó a partir de los clientes activos de las cooperativas. Una vez realizado los cálculos se determinó una muestra de 389 asociados.

Para el caso del presente estudio la técnica de recolección de datos utilizada fue la observación mediante encuesta. De igual manera que para obtener la información necesaria para el logro de los objetivos formulados se seleccionó el cuestionario como instrumento para la recolección de datos. Para lo cual, se diseñó un cuestionario mixto con 29 preguntas de selección y 25 ítems tipo Likert; dirigido a los asociados de las empresas objetos de estudio encaminado a la medición de la variable perfil psicográfico y conductual. Los valores numéricos para codificar las alternativas de respuesta de las afirmaciones tipo Likert en el cuestionario aplicado asociados de las Cooperativas se efectuaron teniendo en cuenta la siguiente atribución: Siempre (5), Casi Siempre (4), Algunas Veces (3), Casi Nunca (2) y Nunca (1).

Inicialmente se elaboró una versión preliminar del instrumento, el cual fue sometido a la consideración de expertos en el área para determinar su confiabilidad, de tal manera que de acuerdo a sus consideraciones se diseñó el instrumento definitivo.

Para llevar a cabo la construcción del cuestionario, en primera instancia se realizó una revisión del marco teórico de las variables objeto de estudio, para seguidamente operiacionalizarla, descomponiéndolas en dimensiones e indicadores, generando los diferentes ítems que conformaran el cuestionario.

Para determinar la validez de los instrumentos a aplicar a los asociados, se realizó una prueba piloto a (20) personas, con características similares, pero no conformaban parte de las mismas, tendientes a verificar que se entiendan cada uno de los ítems por parte de estas personas.

Con respecto al análisis de los datos, para el caso del presente estudio, este se fundamentó en la estadística descriptiva, la cual permitió la tabulación de los datos y organizar los resultados obtenidos. De igual manera a través de la estadística descriptiva se procedió a analizar y procesar los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

RESULTADOS

Este estudio se realizó en las Cooperativas del Distrito de Santa Marta y el mismo arrojó como resultado, que referente al perfil demográfico, de los clientes y asociados de las



cooperativas del Distrito de Santa Marta, se destaca que con relación a la edad de los asociados de estas entidades se presentan porcentajes iguales que abarcan las edades entre 21 a 50 años, seguidos de los que señalaron tener edades entre 51 y 60 años. Referente al indicador sexo, se presenta una leve participación superior de representación femenina del total de la muestra encuestada. Por otra parte se observa que el mayor porcentaje de la muestra encuestada son solteros, seguidos de los que casados y con respecto a la escolaridad los asociados vinculados a estas entidades tienen estudios profesionales a nivel pregrado y tecnología.

En cuanto al ingreso de los asociados encuestados de las cooperativas objeto de estudio, la mayoría posee ingresos entre 2 y 5 S.M.L.V., seguidos de aquellos que señalaron tener ingresos entre 1 y 3 S.M.L.V. Con relación a la ocupación de los clientes, los resultados muestran que del total de la muestra un porcentaje significativo son empleados y trabajadores independientes.

Referente al perfil psicográfico, de los clientes y/o asociados de las cooperativas del Distrito de Santa Marta, cabe destacar que en lo que respecta a la clase social la mayoría considera que su vehículo es un medio de estatus, que una cabaña en un lago tranquilo es un buen lugar para las vacaciones y que le gusta viajar alrededor del mundo.

Concerniente al estilo de vida, la mayoría de los clientes de las entidades cooperativas del Distrito de Santa Marta, siempre participan en programas o actividades de ejercicio físico bajo supervisión, se sienten felices y contentos y trabajan con apoyo de metas a largo plazo en su vida.

Para el perfil personalidad, los resultados arrojan que las unidades de información objeto de estudio, manifestaron que siempre mantienen relaciones interpersonales que le dan satisfacción, pasan tiempo con amigos cercanos y creen que están creciendo y cambiando personalmente en forma positiva.

En cuanto al perfil conductual, los resultados muestran que con relación al indicador ocasiones de compra, para la población encuestada en las cooperativas de transporte de Santa Marta nunca la entidad cubre las necesidades cuando estos la necesitan, la entidad se enfoca en ellos como asociados.

Referente a los beneficios esperados, se obtuvo que para los asociados de las cooperativas de Santa Marta, nunca y casi nunca el tiempo en que se dan los acuerdos entre estos y las cooperativas es ideal. En menor proporción los clientes manifestaron que casi nunca utiliza los servicios ofrecidos por la entidad cooperativa, por qué les ofrecen créditos para la compra de vehículos.

Para el indicador tasa de uso, los asociados consideran que casi nunca entidad adecua los horarios de atención a las necesidades de ellos como cliente, y que casi siempre acuden a utilizar los servicios de la cooperativa por la forma y facilidad con que son atendidos.

Relativo al indicador conocimiento de marca, los asociados arrojan que nunca identifica a la entidad como una marca, que los servicios y productos están claramente establecidos y que como cliente identifica la imagen corporativa de la entidad cooperativa. Un menor porcentaje señaló que siempre.



DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de este estudio, se logra detectar que al analizar los perfiles de los clientes y/o asociados se pudo obtener información, tendientes a satisfacer sus necesidades y cumplir con las condiciones que se pactaron inicialmente, con base a los productos y servicios ofrecidos.

Una frase que siempre se debe recordar es que “el cliente es la razón de ser del negocio”, por eso todas las decisiones que se tomen deben ser consecuentes con el beneficio de los asociados. De allí surge que para lograr el éxito en las empresas, y en especial las cooperativas, lo principal es realizar estudios encaminados a identificar el perfil y del comportamiento de los clientes y/o asociados de estas entidades, su hábito de compra, frecuencia.

Cada día que pasa el mercado es más competitivo, y los consumidores son exigentes para determinadas características de productos y/o servicio. Para poder mantenerse en este mercado se hace necesario tener satisfacer sus necesidades. De tal manera que se debe concientizar a los directivos de estas entidades cooperativas que para alcanzar ciertas metas internas, es necesario plantear estrategias de mejoramiento del servicio de atención al público, darle eficiencia y eficacia, también minimizar los requisitos en documentos.

Por otro lado, las encuestas arrojaron en el rango de Edades, muestra detalladamente que los asociados de Las Cooperativas del Distrito de Santa Marta, se encuentran en edades entre 21 y 50 años, tuvo participación del 61% aproximadamente.

Además, que se estudió el indicador Sexo, se determinó que las damas tienen gran participación entre los asociados de las cooperativas encuestadas. Sin embargo, según lo trabajado en el indicador de Estado Civil la mayoría de los asociados es soltero y segundo nivel se encuentran los clientes que están Casado y en última instancia el personal encuestado que afirmo vivir en unión libre.

En este orden, se relaciona el estudio del Nivel de Escolaridad, la mayoría presenta estudios universitarios culminados o por lo menos iniciado, seguido por los asociados que señalaron que solo llegaron a terminar el Bachillerato, además de los que afirmaron tener estudios técnicos y/o tecnólogos. Otro de los indicadores es el de los Ingresos, su contribución fue alta en un 78.2% los asociados que dicen tener un salario entre 3 y 5 S.M.L.V y en segunda medida están los que devengan entre 1 y 3 S.M.L.V.

Como síntesis, es importante mejorar el asesoramiento que les brindan los empleados a los asociados en cuanto al acceso de créditos de vehículos o para viviendas que formulando estrategias, planes de acción, es posible que los clientes sean fieles a esa cooperativa, porque si se garantiza una tasa asequible con un trato amable y sin tanto tramite, sin dejar de lado el estudio del perfil de cada uno, así se tendrá un paso adelante para prosperar en cuanto a la colocación de créditos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barrows, C., Powers, T. y Reynolds, D. (2003). **Introduction to management in the hospitality industry**. Tenth edition. USA: John Wiley and Sons.



- Burkard, N. (2003). **Market segmentation and branding in the hotel industry with special references to Hilton Cooperation.** Seminar paper. USA: Grin. Publish & Find Knowledge, Pp. 1-46.
- Chaves, J. (2012). **Comportamiento del Consumidor.** Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. <http://comp-marcopalma.blogspot.com/2012/05/aprendizaje-y-memoria-del-consumidor.html>
- Duarte, A., O'Neill, M., Liu, Y. y O'shea, M. (2013) **Factors driving consumer restaurant choice: An exploratory study from the southeastern United States.** Journal of Hospitality Marketing & Management, 22(5), Pp. 547-567.
- Duque. P., Castaño, J. y Chica, J. (2014). **Análisis Perfil del Consumidor. Administración, Gestión de la innovación y Desarrollo Sostenible.** Universidad Autónoma de Baja California y Academia de Ciencias Administrativas ACACIA. I.S.B.N. 978-0-9911261-6-3.
- García, M. (2003). **Groupware y Gestión de Documentos en la Empresa.** Revista General de Información y Documentación. Vol. 8 No. 2. Universidad Complutense de Madrid.
- Han, Y. y Hansen, H. (2012). **Determinants of sustainable food consumption: a meta-analysis using a traditional and a structural equation modeling approach.** International Journal of Psychological Studies, 4(1), Pp. 22-45.
- Hawkins, I, Best, R. y Coney, K. (2005). **Comportamiento del Consumidor. Repercusiones en la Estrategia de Marketing.** México. Séptima Edición. McGraw Hill.
- Kotler (2003). **Fundamentos de Marketing.** Octava Edición. Mc – Graw Hill. México.
- Loudon, D. y De la Bitta, A. (2003): **Comportamiento del Consumidor. Concepto y Aplicaciones.** Octava Edición. Mc – Graw Hill. México.
- Montenegro, A. (2012). **Comportamiento del consumidor de los servicios educativos prestados por las universidades públicas autónomas en el municipio Maracaibo del Estado Zulia.** Ad- Gnosis. Vol. 1 No. 1. Coruniamericana Barranquilla-Medellín, Colombia. Enero-Dic. 2012. ISSN: 2344-7516.
- O`Donnell, C. D. (2009). **Restaurant customers.** Prepared Foods, 177(1), 9.
- Ramani, A., Bishnoi, A. y Saigal, S. (2009). **Customer segments in the restaurant business globally.** Dr. Babasaheb Ambedkar Marthwada University, Aurangabad. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/150832002/Customer-Segments-in-the-Restaurant-Business-Globally>
- Roseman, M. G. (2008). **Changing times: consumer's choice of ethnic foods when eating at restaurants.** Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 14(4), 5-32.
- Stanton, W.J., Etzel, M. J. y Walker, B. J. (2001): **Fundamentos de Marketing.** México. Undécima Edición. Mc – Graw Hill.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FUNDAMENTO DE VALORES COMPARTIDOS EN EMPRESAS DE SERVICIO PÚBLICO

Marlon López De Castro
Aguas del Cesar S.A ESP
marlonlopezdecastro@yahoo.es

RESUMEN

El propósito de la investigación es analizar la Responsabilidad Social Empresarial como fundamento de Valores Compartidos en Empresas de servicio Público. Los referentes teóricos se fundamentan principalmente bajo los conceptos de Correa, M., S. Flynn y A. Amit. 2004, El Banco Mundial (2006), Guédez (2006), Socorro (2009), Soto y Cárdenas (2007), Pelekais y Aguirre (2008), Reverter, Vallbona, García y Vizúete (2013), entre otros que hacen importantes aportes al estudio, bajo un paradigma postpositivista, siguiendo una metodología cualitativa, enfoque simbólico interpretativo, método o tradición fenomenología, diseño flexible y emergente construido por el investigador. El Universo está conformado por seis empresas encargadas de la prestación de servicios públicos en el Departamento del Cesar - Colombia. La Población fueron todas las observaciones sobre las variables "Responsabilidad Social Empresarial y Valores Compartidos". La recolección de datos se hará a partir de entrevistas a los 6 Gerentes de estas empresas. Como propósitos específicos la investigación plantea identificar los programas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas de servicio público, determinar la participación comunitaria en el desarrollo de programas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas de servicio público, identificar las clases de valores en empresas de servicio público, caracterizar los tipos de valores compartidos en empresas de servicio público y por último formular una teoría sustantiva estableciendo la responsabilidad social empresarial como fundamento de valores compartidos en empresas de servicio público.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Valores, Valores Compartidos.

INTRODUCCIÓN

La Organización de Naciones Unidas (2000), proclamó los Objetivos de Desarrollo del Milenio, también conocidos como Objetivos del Milenio (ODM), los cuales corresponden a ocho propósitos de desarrollo humano, que los 189 países miembros de las Naciones Unidas acordaron conseguir para el año 2015. Estos objetivos tratan problemas de la vida cotidiana que se consideran graves y/o radicales.

En este contexto el objetivo número 7 corresponde a garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, pero lo cual se diseñaron unos propósitos consistentes en: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recursos del medio ambiente, reducir y ralentizar considerablemente la pérdida de diversidad biológica en 2010, reducir a la mitad, para 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento, haber mejorado considerablemente, en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.

Lo anteriormente expuesto implica una gran responsabilidad social, es por esto que las organizaciones deben adquirir el compromiso social que demandan sus usuarios y



consumidores, de manera responsable, direccionado a un ambiente sostenible con oportunidades de desarrollo. A pesar de haber nacido como estrategia de comunicación en grandes multinacionales, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado como un verdadero elemento de planificación para la gestión empresarial, además se adapta de forma muy adecuada a la dimensión de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).

En el mismo orden de ideas el Banco Mundial (2006), analiza la Responsabilidad Social Empresarial como el compromiso de las empresas para comportarse éticamente, contribuyendo al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los stakeholders (grupos de interés) relevantes con la intención de mejorar sus vidas en maneras que sean buenas para la empresa, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad en general. En este sentido, para el Banco Interamericano de Desarrollo citado por Rubio (2013), la Responsabilidad Social empresarial es analizada como una visión sobre la empresa que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, comunidades y al medio ambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido, que por consiguiente, mejora la situación competitiva de la empresa.

Consecuente con lo anterior resulta preponderante en la concepción de la RSE en las organizaciones, fundamentar sus estrategias teniendo en cuenta los valores, que según algunos autores resulta ventajoso al momento de evaluar el alcance de los objetivos proyectados por la organización, teniendo en cuenta que estos resultados no se supeditan a conductas éticas, si no que impactan de manera positiva el logro de las metas de la organización en cuanto la competitividad y la sostenibilidad.

Según Socorro (2009), para abordar el tema es necesario aclarar, en primer lugar, que las organizaciones no surgen como consecuencia de la generación espontánea, son creadas con una finalidad y un propósito, que al instituirse, las empresas son responsables de establecer sus códigos, valores, así como de seleccionar al personal que más se ajuste a los mismos. No es al revés.

Continua Socorro, estableciendo, se cree firmemente que las personas pueden alterar la ética existente en las empresas y por ende la percepción de la misma, pero, en realidad, son las personas quienes deben ajustarse a los códigos de ética predominante de la organización que los contrata y los cuales no les han de ser ajenos porque, es obvio, que se han de sentir identificadas con ella si mostraron interés por ingresar en esa organización en particular.

En ese sentido, parafraseando a Socorro los clientes internos de la organización tienen su propia visión del entorno, expectativas y valores, pero estos factores han de tender a coincidir con los que posee el ambiente laboral si se desea trabajar en armonía y por un bien común, por tanto, no puede imaginarse que serán los colaboradores quienes marcarán la pauta con relación a las expresiones éticas de la empresa, pues es ésta la que debe establecer la línea a seguir y procurar que se siga a cabalidad.

De acuerdo con el diagnóstico determinado en el Plan de Desarrollo “Prosperidad a Salvo” (2012), el Departamento del Cesar – Colombia, muestra avances en políticas y desarrollo del sector de Agua Potable y Saneamiento Básico, sin embargo la cobertura en la prestación de estos servicios públicos domiciliarios, revela deficiencias en las cabeceras municipales, superiores al 15%. Es preocupante el rezago que existe entre las zonas rural y urbana, en cuanto a la prestación de estos servicios fundamentales para la vida, y en general, para el desarrollo económico y social de toda comunidad.



El citado diagnóstico también establece que mientras la cobertura del servicio de acueducto, en la zona rural sólo alcanza un 47.80% y el alcantarillado un 15.70%; en la zona urbana (exceptuando la capital Valledupar) estos servicios presentan una cobertura del 84.54% y 64.01% respectivamente. El 76% de las cabeceras municipales no recibe agua apta para el consumo humano, y el 100% del área rural se encuentra en las mismas condiciones. El indicador de continuidad, en términos generales, es deficiente, debido a la ausencia y debilidad operacional de los sistemas de acueducto así como a la falta de control de pérdidas y al uso irracional del recurso hídrico.

Siguiendo con el análisis del diagnóstico presentado por el Plan de Desarrollo Prosperidad a Salvo, pudiera pensarse que la operación de esta infraestructura afronta dificultades por la gran debilidad institucional que presentan las Empresas de Servicios Públicos locales, atribuible a la inviabilidad financiera, altos pasivos Prestacionales y deudas por servicio de energía, lo que limita el suministro de insumos y reactivos para el tratamiento del agua y, en general, la prestación de un óptimo servicio.

Según el Plan citado, la capacidad hídrica de las cuencas abastecedoras de los sistemas de acueducto, muestran un índice de escasez del 57%, lo cual presume que se traduce en deficiencias para atender la demanda de agua para los diferentes usos: doméstico, pecuario, ganadero, agrícola, caudal ecológico, entre otros.

De igual forma, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Prosperidad a Salvo 2012-2015, la infraestructura para el tratamiento de aguas residuales es otra gran deficiencia en los municipios del Cesar. El 69% de los sistemas de tratamiento ubicados en las cabeceras municipales que hacen parte del PDA (Plan Departamental de Agua), afrontan carencias en cuanto a la remoción de cargas orgánicas, sólidos suspendidos y microorganismos patógenos. De los 25 municipios, tres no cuentan con este tipo de instalaciones y los 22 restantes, son ineficientes. Otro de los servicios vitales, tal vez el de más grave deficiencia, es el de recolección, transporte y barrido de residuos sólidos domiciliarios, que no alcanza a superar un 5% de cobertura en los 20 municipios que hacen parte del PDA.

En las subregiones noroccidental y central del departamento, se agrava la situación, teniendo en cuenta que no existe un sitio con licencia ambiental para la disposición final de los residuos sólidos. Las deficiencias en los servicios se extienden a la operación de las empresas municipales. El diagnóstico las muestra con baja capacidad de gestión empresarial, y por tanto, ineficientes en sus procesos financieros, administrativos y técnicos. A la lista de dificultades se suman, la falta de cultura de pago y de gestión de cobro, lo cual hace que la prestación de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo sea deficiente, bajo el esquema de la operación actual.

De otro lado, la calidad del agua que consumen los Cesarenses, genera altas tasas de morbilidad por EDA (Enfermedad Diarreica Aguda) en menores de cinco años, la cual fue de 189 x 1.000, mientras que en mayores de cinco años fueron notificados 3.345 casos para una morbilidad de 39 x 1.000. Los municipios de muy alto riesgo son: Bosconia, La Jagua de Ibirico, Chiriguana, Valledupar, San Alberto, La Gloria y Codazzi.

Pudiera pensarse que esta problemática estaría relacionada por la falta de RSE fundada en valores corporativos, teniendo en cuenta que los gobiernos regionales y locales han mostrado grandes inversiones en el sector pero finalmente los beneficios parecieran no estar presentes



según las manifestaciones públicas de la comunidad receptora, que según estas versiones lo gerentes no parecieran mostrar el compromiso que implica la prestación de los servicios públicos considerados como vitales para el bienestar social de los usuarios. Esta situación referida, se convierte en elemento preponderante para desarrollar el siguiente planteamiento.

La presente investigación analiza los aspectos de la Responsabilidad Social empresarial como fundamento de Valores Compartidos en empresas de servicio público, bajo la presunción de que la ineficiencia de su gestión en el territorio donde se delimita su alcance, pudiera estar definida por falta de una plataforma de valores compartidos donde se enmarca la concepción de la RSE.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Desde la perspectiva teórica, dada la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en el desarrollo sostenible de las comunidades, es necesario ampliar los estudios y conocimientos actuales que permitan analizar la RSE como fundamento de valores compartidos en las organizaciones, como elemento determinante para la prestación digna de los servicios de agua potable y saneamiento básico.

En tanto los Programas de Responsabilidad Social como fundamento de valores compartidos en las empresas puedan llegar a las comunidades y su impacto sea relevante, seguramente la relación con estos grupos estará determinada por buenos espacios de entendimiento y mejores resultados en la contraprestación de los servicios, lo que garantiza la sostenibilidad de estas organizaciones.

La investigación involucra un análisis que resulta de la aplicación de instrumentos metodológicos (Entrevistas, Observaciones) que conlleven a determinar una estructura de investigación para analizar la Responsabilidad Social Empresarial como fundamento de valores compartidos, para establecer el impacto de las empresas sobre la prestación de los servicios públicos.

Teniendo en cuenta la práctica, una verdadera sincronización de estos programas con las reales situaciones sociales de estas comunidades y que se fundamente en valores compartidos, podría ser determinante para garantizar una optimización de las inversiones propuestas por cada una de las empresas en materia de Responsabilidad Social e infraestructura de calidad.

En este sentido la Responsabilidad Social Empresarial con fundamento de valores compartidos, permite contrarrestar de alguna manera los problemas desintegradores del tejido social, afianza el compromiso adquirido por las empresas de retribuir las utilidades con su entorno socio ambiental y redundando en mejores prácticas en la prestación de los servicios, de tal manera que pueda beneficiar su posicionamiento con sus grupos de interés.

BASE EPISTÉMICA: MARCO REFERENCIAL

La investigación aborda el análisis de cada una de las variables, teniendo en cuenta su origen epistémico, además de los componentes y los conceptos más importantes de su clasificación y tipología, empezando por la Responsabilidad Social Empresarial y los Valores definidos por autores como individuales y compartidos desde el punto de vista organizacional.



ORIGEN Y NATURALEZA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Para el Instituto Ciencia e Ingeniería Económica y Social de España, CIES (2008), La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés: clientela, proveedores, inversores, personal, etc.

Por su parte Guédez (2006), afirma que el origen de la Responsabilidad social Empresarial no tendría necesariamente que asumirse con una historia marcada conceptualmente por algún autor en particular, sino más bien un tema que avanza con la evolución de las empresas y las necesidades presentes en sus grupos de interés. Para poder conceptualizar acerca del origen y naturaleza de la Responsabilidad Social empresarial es preciso conocer los fundamentos teóricos que la determinan.

FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Según Guédez (2006), para poder conceptualizar sobre los fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial es necesario conocer por qué y los para qué de las posiciones. El porqué está determinado por el compromiso que las empresas tienen de retribuir de alguna manera las condiciones y posibilidades que la sociedad les ha aportado. El para qué está ligado con los cuatro elementos del propósito de la Responsabilidad Social Empresarial, identidad, imagen, reputación y posicionamiento.

De acuerdo con Guédez (2006), la identidad tiene que ver con la historia de la empresa, lo que hace, la forma como lo hace, lo que es, lo que dice que hace y el espacio que ocupa. La imagen por su parte tiene que ocupar un gran espacio en la preocupación de la empresa por satisfacer a sus clientes, de ella depende incluso el nivel de aceptación de sus productos que en muchos casos se acepta en el mercado solo por el buen nombre de la empresa.

La reputación por su parte resulta de la comparación con las otras organizaciones y está estrechamente ligada con el posicionamiento pero entre una y otra la gente es quien ejerce el papel preponderante, para el caso del posicionamiento la gente prefiere y selecciona mientras que para la reputación la gente valora y aprecia.

Los conceptos anteriores sugieren una importancia relativa del papel de las empresas en la sociedad, partiendo de la premisa que su naturaleza es enteramente social, de ahí la importancia que asiste en definir claramente el papel de estas en la relación con sus grupos de interés.

De todo lo anterior se concluye que según Guédez (2006), los fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial, están determinados por la necesidad de retribuir, contribuir o compensar el aporte de la sociedad en el desarrollo de las empresas, con el propósito de obtener unos resultados que atesoren su posicionamiento y reputación a través del fortalecimiento del capital social, la conciencia social y la humanización de su accionar.

Precisamente el propósito de la investigación planteada es analizar la Responsabilidad Social Empresarial de empresas que por su actividad y dimensión, demandan un compromiso



social mayor con la comunidad y la naturaleza. Pero para poder continuar con el análisis es necesario abordar los conceptos fundamentales del tema de investigación.

Puede comenzarse con el concepto de Empresa que finalmente es la unidad sobre la cual se basa la investigación. En forma general y *según el criterio del autor citado* se puede definir como el organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas. Para cumplir con este objetivo la empresa combina naturaleza y capital.

Por su parte Guédez (2006), la define como un sistema de relaciones interesadas o de intereses relacionados, los cuales deben ser armonizados y compartidos con sus grupos de interés, dentro y fuera de las organización porque precisamente, la Responsabilidad social empresarial tiene que ver con una relación transparente que permita redimensionar y fomentar una concepción más estable de la empresa.

Si se analizan los dos conceptos planteados, en ambos casos se menciona la integración con sus grupos de interés de tal forma que es necesario conocer de qué forma están orientadas las políticas organizacionales para conseguir esta integración. En esta investigación se analiza la Responsabilidad Social Empresarial, para poder ampliar los elementos de juicio que las empresas tienen en cuenta en el diseño de sus programas de Responsabilidad Social, con el propósito de que puedan verdaderamente impactar positivamente su entorno social.

Responsabilidad que puede definirse como la capacidad de responder por lo que se hace o se deje de hacer y por las consecuencias resultantes de lo anterior. Definitivamente este es un concepto elemental pero que puede dar una idea de la necesidad de que las empresas asuman la responsabilidad derivada de su accionar, frente a sus grupos de interés.

De acuerdo con Guédez (2006), el origen de la responsabilidad puede estar marcada por cuatro fuentes básicas, la primera proviene de carácter legal, es decir con el acatamiento de una norma impuesta, la segunda de los compromisos asumidos en el marco de un pacto social, la tercera de los objetivos del negocio y la cuarta de la convicción voluntaria que responde a la decisión de una conciencia ética.

Se puede afirmar entonces que la responsabilidad está ligada principalmente a la voluntad, es decir que cada individuo o empresa está en capacidad de asumir compromisos derivados de su actuar en la medida en que pueda comprender que los resultados obtenidos así sean de beneficio propio, pueden también beneficiar o perjudicar a terceros.

Ahora bien, luego de definir la responsabilidad es necesario mencionar la importancia de la ética, debido a que esta se encuentra implícita en la definición de Responsabilidad Social Empresarial. Guédez (2006), señala que “La exigencia ética amplía en gran medida los desafíos individuales y empresariales del ser humano contemporáneo. El peso aumenta cuando se comprueba que la ética es costosa, pero que la no ética es costosísima. Siempre, al final, el ser humano es el principal beneficiario o la primera víctima de sus propios actos” (pp.90-91).

Así mismo, Guédez (2006), deja una reflexión importante para establecer diferencias en estos conceptos, planteando que toda acción ética es en esencia buena mientras que no toda



acción de apoyo a la sociedad lo es en la misma proporción. De esto se deduce que no es suficiente la buena intención de las empresas por desempeñarse con responsabilidad; es necesario conjuntamente tener en cuenta las estrategias y soportarlas en estudios y diagnósticos previos con el propósito de direccionar en forma correcta las intenciones éticas y los compromisos sociales.

Además de los integrantes de la propia Organización, es al Entorno Social al que primeramente hay que transmitir confianza e informar del compromiso social adquirido. El Entorno Social recibe los impactos de la actividad de la Organización fundamentalmente a través de la publicidad, de sus actuaciones medioambientales y de sus acciones solidarias.

VALORES COMPARTIDOS

Según lo mencionan Soto y Cárdenas (2007), sin perder de vista lo económico, el término valor puede definirse como el conjunto de aquello que conforma la axiología, que se ha considerado como el fundamento de lo que debe ser el hombre. La axiología se ocupa justamente de aquello que por su alto valor y valer es susceptible de mantenerse y enaltecerse, además se considera como el fundamento de algo que no necesita ser demostrado por ser evidente y reconocido por todos.

Aseguran estos autores que los valores son cambiantes debido a que han surgido en diferentes edades históricas a que la perspectiva distinta que en cada momento histórico se tiene en cuanto a la concepción del mundo y porque dependen de la cultura en general, de los componentes religiosos, la raza y otros factores que cambian con el tiempo. Es decir en palabras de los anteriores autores, el valor es un grado de utilidad o aptitud de las cosas para satisfacer necesidades o proporcionar bienes y deleites. Se pueden considerar entre otros, los siguientes valores como fundamentales en nuestra cultura y que afectan la vida cotidiana:

- Valores éticos (morales), donde la contraposición es entre lo bueno y lo malo, lo deseable es la consecución del bien.
- Valores morales (éticos), cuyos polos van de lo justo a lo injusto con búsqueda de la equidad y de la justicia.
- Valores vitales, donde se contraponen la vida y la muerte, además se pone en juego la concepción de la inmortalidad como supervivencia.
- Valores bioéticos, en donde la polaridad es el bienestar- malestar humano y lo deseable es el fenómeno de la calidad de vida del hombre.
- Valores religiosos, donde se confronta lo sagrado con lo profano en la búsqueda de la santidad.
- Valores espirituales, que van de la inmanencia a la trascendencia, con la búsqueda de esta última, como en la eternidad en el más alto sentido.
- La libertad es un valor cuya polaridad va desde la sumisión al poder, con la búsqueda de un tenue equilibrio comprometido entre ambas polaridades.
- La paz es un valor cuyos alcances va desde la serenidad a la violencia.



- Valores de calidad humana, entre lo que cuentan la dignidad, la decencia, la fidelidad, la lealtad y la honestidad, con sus opuestos en los disvalores indignidad, corrupción, infidelidad, deslealtad y ruindad.

- Valores ambientales, referidos a los aspectos ecológicos de la calidad de vida y a impulsos vitales biofilos; corresponden a una ecofilia y oscilan entre la convivencia con el entorno y la destrucción del mismo, lo que lleva al disvalor del aniquilamiento del frágil equilibrio telúrico.

Reflexionan Soto y Cárdenas (2007), acerca de que las empresas deberían instituir por propósito responsable dirigidos a la consecución de valores éticos para con la comunidad y los empleados, teniendo en cuenta que las actividades de las organizaciones afectan a sus grupos de interés (stakeholders) como lo son los proveedores, accionistas, clientes, consumidores, competencia, comunidad general, entre otros.

Por otra parte Risson de Diez (2008, mencionado por Pelekais y Aguirre, 2008), asegura que el término valor apareció de manera general desde la era de Platón como la forma de los llamados juicios de valor, producidos por el razonamiento humano cuando se confrontaba la bondad de los seres materiales con las ideas consideradas estas últimas como los seres reales y perfectos.

Así mismo Rokeach (1973, referido en Pelekais y Aguirre 2008), afirma que los valores son una convicción o creencia estable en el tiempo, donde un determinado modo de conducta o una finalidad existencial son personal o socialmente preferible a su modo opuesto de conducta o finalidad existencial contraria, es decir que puede encontrarse en un mismo escenario la concepción de valores diferentes para cada individuo o sociedad.

En otro sentido Rivera (2006, citados en Pelekais y Aguirre 2008), sostiene que los valores son los cimientos de cualquier cultura organizacional, que definen el éxito en términos concretos para los empleados y establecen normas para la organización. Como esencia de la filosofía que la empresa tenga para alcanzar el éxito, los valores proporcionan un sentido de dirección común para todos los empleados y establecen directrices para su compromiso diario.

CLASIFICACIÓN DE LOS VALORES

Según el criterio de Pelekais y Aguirre (2008), cada cultura concibe su propio sistema de valores, además elabora su impronta conforme a sus criterios, caracterizada por la concepción de la conciencia individual. Como los valores no reconocen más autoridad que la razón y su definición, depende de cada individuo, se puede contar con disposición de replantearlos o modificar su nivel de importancia, de acuerdo con la visión que se tenga en el instante.

En el mismo orden de ideas, hablar del tema significa mantener la disipación de discernir sobre estos preceptos, con la capacidad de cambiar los criterios de concepción de los mismos, en la medida en que otros argumentos contrarios debidamente sustentados, demuestren el incurrir en posiciones erróneas que pudieran convertirse en el origen de disvalores o que pueden afectar la convivencia de la sociedad o la conducta de los miembros de una organización.

Al respecto Rokeach (1973, citado por Pelekais y Aguirre et al), clasifica los valores como instrumentales o relacionados con los modos de conducta -valores morales- y valores



terminales o referidos a estados deseables de existencia. Esta posición es contrastada por García y Dolan (2000, referido por Pelekais y Aguirre et al), quienes consideran en términos globales la concepción de valores individuales constituidos en la infancia y la adolescencia, a partir de los modelos sociales que han sido fomentados por los padres, maestros, amigos entre otros relacionados.

En el mismo orden de ideas, estos autores clasifican a los valores como finales e instrumentales, a su vez los valores finales los subdividen en valores personales y ético sociales. Resaltan también que entre los personales, se consideran los de realización personal, amistad y trabajo; además como valores ético- sociales se consideran la generosidad, la justicia social y la solidaridad.

García y Dolan, también afirman que los valores instrumentales, se subdividen en ético-morales y de competencia, encontrándose dentro de los ético-morales la honestidad, la responsabilidad y el respeto; en los de competencia se resaltan la inteligencia, la flexibilidad y la capacidad de trabajo en equipo. Por su parte los valores finales pueden ser instrumentales cuando son vividos como valores existenciales, caso contrario sucede cuando a un valor meramente instrumental se le atribuye un valor extraordinario, pasa a ser percibido como final para su poseedor.

VALORES PERSONALES

Pelekais y Aguirre (2008), en su libro *Hacia una Cultura de Responsabilidad Social*, definen los valores personales como aquellos que cada persona considera imprescindible y sobre los cuales construye su vida y sus relaciones con los demás, es decir que se adquieren con el libre desarrollo del individuo además de ser la base del comportamiento en su entorno.

Por su parte García del Junco, Ganaza y Baena (2001, citados en Pelekais y Aguirre 2008), son del pensamiento que estos valores personales, normalmente suele ser una combinación de valores familiares socio – culturales, además de los que cada uno va aportándose así mismo según sus vivencias personales, en encuentro con otra persona, culturales entre otras.

VALORES ÉTICO – SOCIALES

Los Valores éticos – sociales constituyen aspiraciones o propósitos que benefician a toda la sociedad, tales como el respeto medioambiental o el respeto a los derechos humanos, García y Dolan (2000) y Davenport (2006). Entre estos encontramos: La Generosidad que de acuerdo a Vázquez (2000, mencionado por Pelekais y Aguirre, 2008), es el valor que hace al individuo pensar y actuar a favor de los demás, que busca aportar un beneficio a través de la intervención desinteresada y coloca el bienestar de las personas que lo rodean por encima de los intereses personales, Justicia social y la solidaridad.

En el mismo orden de ideas de Pelekais y Aguirre et al, mencionan dentro de estos valores la justicia social, como valor ético que regula la vida espiritual y social del ser humano, además de la solidaridad definida como una relación entre seres humanos derivada de la justicia, se fundamenta en la igualdad, se enriquece por la caridad, en la cual uno de ellos poma por propias las cargas del el otro y se responsabiliza junto con este de dichas cargas.



VALORES ÉTICO – MORALES

Se refieren a los modos de conducta necesarios para alcanzar los valores finales, y no son necesarios en sí mismo fines existenciales. García & Dolan y Vázquez (2000, 2006, citados en Pelekais y Aguirre 2008), en ellos se puede distinguir entre otros: Honestidad: según Hellriegel (2004), es una condición fundamental para las relaciones humanas, para la amistad y la auténtica vida comunitaria, se define como sinceridad y franqueza en la comunicación, en el aspecto laboral como seriedad profesional. Así mismo encontramos la Responsabilidad y el Respeto, que según lo afirmado por Don Hellriegel (2004), Yarce (2004) y Vázquez (2006), como lo mencionan Pelekais y Aguirre.

VALORES DE COMPETENCIA

De acuerdo con Garcia y Dolan (2000, referido por Pelekais y Aguirre, 2008), son valores más individuales, aunque también están socialmente condicionados y no están directamente relacionados con la moralidad ni con la culpabilidad, entre otros están Inteligencia, es la capacidad evolutiva por la cual el individuo es capaz de tomar decisiones dependiendo de su entorno, y mejorar sus condiciones de supervivencia, como individuo, como grupo o como especie. Mediante ella, la adaptación al medio es más rápida y los individuos reprograman su comportamiento, aprendiendo del medio y reaccionando en consecuencia. También, es la habilidad de razonar, reducir, inferir, adivinar y pedir perdón al equivocarse; es La capacidad de adaptación al entorno y se relaciona con enfrentar alarmas y pseudo alarmas.

TIPO DE VALORES COMPARTIDOS

Partiendo de la premisa de que los valores son creencias que unen a las personas y las comprometen, si la organización logra contagiar a los trabajadores de sus propios valores seguramente lograra conseguir que todos sus miembros trabajen para alcanzar una meta común (Blanchard y O'Connor, 1997 citado por Reverter, Vallbona, García y Vizuete, 2013). Los valores compartidos permiten, pues, marcar el camino a seguir, indican a los miembros de la organización qué se espera de ellos, influyendo en el entorno y siendo una forma de fomentar el espíritu de grupo.

Según Kotter y Heskett (1995 citado por Reverter et al.), los valores compartidos corresponden a objetivos e intereses compartidos por la mayoría de las personas de un grupo y tienden a condicionar su actuación; con frecuencia, persisten durante un largo periodo de tiempo, aunque se produzcan cambios en la composición del grupo. Parafraseando a Reverter et al. (2013), los valores pueden clasificarse en función del grado en que son aceptados dentro de un determinado grupo social. Valor aislado puede ser un criterio individual no coincidente con el resto de los individuos de un grupo y valor compartido cuando el criterio del individuo coincide con los del grupo. Los valores aislados son el primer paso para llegar a los compartidos, pero no siempre un valor aislado llega a ser compartido.

CONSIDERACIONES FINALES

Considerando los avances de la ejecución del presente proyecto de investigación (50%), se puede afirmar que los sustentos teóricos hasta hora abordados, representan una base importante para el análisis de las variables seleccionadas, las cuales podrán fundamentar en términos generales una plataforma sólida para formular una teoría sustantiva que ayude a



comprender la responsabilidad social empresarial como fundamento de valores compartidos en empresas de servicio público.

De otra lado los resultados finales podrán facilitar para otras investigaciones, un punto de partida para la conceptualización de los valores que se consideran compartidos y que tiene mayor incidencia sobre el comportamiento de la organización, toda vez que serán identificados por cada uno de los gerentes en su entorno empresarial y facilitaran un análisis comparado con otros sectores de la producción de bienes o servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Mundial. (2006). **La aplicación de la política de gobernanza corporativa**. Lima: Banco Mundial.
- Correa, Flynn y Amit (2004) **Responsabilidad social corporativa en América Latina una visión empresarial**. Comisión Económica Para América Latina y el Caribe CEPAL.
- Gobernación del Cesar (2012) **Plan de Desarrollo Departamental Prosperidad a Salvo** www.gobcesar.gov.co Consulta: 15/03/13
- Guédez, Víctor. (2006), **Ética y práctica de la Responsabilidad Social Empresarial**. Planeta.
- Ogalla Segura, F. (2005): **Sistema de Gestión**. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.
- Organización de Naciones Unidas (2000), **Objetivos de Desarrollo del Milenio, también conocidos como Objetivos del Milenio** (ODM). <http://www.undp.org> Consultada 15/03/2013
- Pelekais, de C., Aguirre R. (2008). **Hacia una Cultura de Responsabilidad Social**. Pearson Educación de México S.A.
- Reverter; S., Vallbona, M.; García, A.; y Vizúete, L. (2013) **Los valores compartidos en la empresa Española** *Universia Business Review*. ISSN: 1698-5117.
- Robbins, S.P. (1999): **Comportamiento organizacional: teoría y práctica**. Prentice Hall, México.
- Rubio, R (2013), **Gerencia Estratégica en el Fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial**. Empresa Socialista Ganadera Santos Luzardo. Estado Barinas.
- Soto P. Eduardo, Cárdenas M. José A. (2007), **Ética en las organizaciones**. Mc Graw Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V., México, D.F.
- Socorro, F. (2009), **Ética, Ética empresarial y Responsabilidad social: Un punto de vista**. <http://www.degerencia.com/articulo/etica-etica-empresarial-y-responsabilidad-social> Consulta: 28/03/2014.



LA ONTOLOGÍA COMO HILO CONDUCTOR DEL DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL

Marlon López De Castro
Aguas del Cesar SA. ESP
marlonlopezdecastro@yahoo.es

Javier Barros Mussa
Aguas del Cesar SA. ESP
monomussa@hotmail.com

RESUMEN

Teniendo en cuenta los preceptos de Aristóteles, que definen la Ontología como la parte de la filosofía que investiga en qué consiste el ser y cuáles son los ámbitos o regiones del ser fundamentales, considerando además que la ontología también estudia los otros elementos que hacen parte de la naturaleza, pero fijándose en su ser, y trata de establecer la dimensión o característica esencial que les define de ese modo y no de otro. Es importante analizar desde el punto de vista de una organización como puede ser fundamental la ontología para poder practicar un direccionamiento acorde con el comportamiento del ser humano en cada uno de sus ámbitos. En el mundo de hoy donde las relaciones no tienen barreras de distancia, tiempo, idiomas u otra que limitaba la participación de las organizaciones en el intercambio de experiencias y comercio internacional, es importante que los líderes incorporen a las políticas institucionales, los factores que determinan el comportamiento de los equipos de trabajo, esto a partir de la concepción que cada uno tiene del entorno empresarial, social y cultural. La presente investigación tiene su sustento teórico en diversos autores como Echegoyen (2008), Ventura (2011), Gramigna (2002), Pauchard (1993), entre otros; efectuándose bajo un paradigma postpositivista, siguiendo una metodología cualitativa, enfoque simbólico interpretativo, método o tradición fenomenología, diseño flexible y emergente construido por los investigadores. Es importante resaltar que corresponde a los equipos de dirección poder orientar las acciones que conlleven a un buen clima organizacional, esto se logra mostrando la inclusión del personal en la toma de decisiones, entendiendo sus valores y fortalezas, además de proporcionar las herramientas de desarrollo, generando estímulo participativo.

Palabras clave: Ontología, Direccionamiento organizacional, Estrategia.

INTRODUCCIÓN

Entendiendo que el manejo de las organizaciones no es solo responsabilidad de los altos directivos, es imperativo motivar la participación del recurso humano en el diseño de estrategias dirigidas al fortalecimiento de las relaciones interpersonales, aunando los esfuerzos para alcanzar las metas corporativas, lo anterior debe fundamentarse en un análisis ontológico de los grupos de interés, que sirva de base en la construcción de políticas internas colocando como eje fundamental el ser en todas sus dimensiones.

En un mundo globalizado, las organizaciones deben prepararse para afrontar los requerimientos del libre comercio, aprovechando al máximo sus recursos, sin duda donde debe hacerse mayor esfuerzo, es precisamente el desarrollo del talento humano, a través de una valoración objetiva de las competencias y valores fundamentados en cada uno de los



miembros de la organización, es decir construir estructuras organizacionales con los más altos niveles de sensibilidad humana, anteponiendo los valores individuales y corporativos, para constituir mejores sociedades, con mayor nivel de calidad de vida.

El direccionamiento organizacional es un reto para los líderes de hoy, los cuales deben enfrentarse a cualquier especie de cambios de la sociedad, además de interactuar con culturas organizacionales de todo orden, motivo por el cual requieren de unas condiciones especiales, capaces de afrontar todo tipo de situaciones que muchas veces se relacionan con valores y niveles culturales distintos, lo que seguramente marca diferencia en países con altos niveles de desarrollo económico y social, donde existe una tendencia de mente más abierta y menores prejuicios, esto hace que las relaciones entre organizaciones, requieran de mayores niveles de competencias genéricas y específicas, pero también obligan a pensar en contribuir con el desarrollo social de nuestros grupos de interés más cercanos.

Desde el punto de vista gerencial, un factor determinante en las crisis que presentan las organizaciones por cuenta del crecimiento económico, podría ser la falta de interés de las empresas por el desarrollo del ser, bajo esquemas mercantilistas y de interés marcado por resultados financieros, la pregunta debería ser, ¿cuál es la esencia del ente (capital humano), que lo hace ser dentro de la organización y que a su vez la fortalece? , por el contrario se ha dejado de lado la preocupación por la calidad de vida de los grupos de interés de las empresas, por un lado la contribución en el desarrollo económico y social de los clientes externos y por el otro la ausencia de iniciativas corporativas para el fortalecimiento del recurso humano, que permita potencializarlo como polo de desarrollo empresarial.

ONTOLOGÍA

Aristóteles referido por Echegoyen (2008), nos presenta la idea de la ontología o filosofía primera como la ciencia más elevada y fundamental y la idea de las diversas significaciones que corresponden al concepto de ser o ente. El ser se entiende de muchas maneras, pero estos diferentes sentidos se refieren a una sola cosa, a una misma naturaleza, no habiendo entre ellos sólo comunidad de nombre.

Echegoyen (2008), continua diciendo, que se han dado distintas respuestas a las preguntas básicas de la ontología (en qué consiste ser y cuáles son los seres fundamentales); así, por ejemplo, para Platón el ser consiste en ser eterno, inmaterial, inmutable y racional, y los seres son de forma plena las Ideas; para Santo Tomás el ser consiste en ser eterno, infinito y dotado de consciencia y voluntad, y el ser pleno es Dios; para Nietzsche en el siglo XIX, el ser consiste en cambio, temporalidad, nacimiento y muerte e irracionalidad y los seres son los objetos del mundo fugaz de los sentidos.

De acuerdo a estos conceptos, la Ontología se puede catalogar como la ciencia de mayor alcance, teniendo en cuenta que analiza todas las cosas en tanto que tengan que ver con el ser, por consiguiente no puede descartarse bajo su óptica, ningún elemento conocido, es por ello que debería jugar un papel fundamental en la aplicación del direccionamiento estratégico, ya que su concepción está determinada por el ser.

Por otra parte, es importante analizar el papel de la Ontología en el estudio del comportamiento de la sociedad, toda vez que su principal interés radica en el ser en tanto que ser. Entendiendo esta afirmación las organizaciones deben estar dispuesta a preocuparse por



construir canales de comunicación, para facilitar la participación de todos los individuos que hacen parte de la sociedad en el diseño de estrategias, pero no solamente como simples ejecutores de la acción, si no que ayuden a producir las ideas a favor del cumplimiento de metas identificando las competencias, además de salvaguardar la ética y valores corporativos.

Gramigna (2002), en su artículo "Gestión por competencias" señala, está comprobado que el ser humano tiene capacidad de adquirir nuevas competencias durante toda su vida, siempre que se den los estímulos apropiados y exista acceso a los recursos necesarios, esta afirmación es consecuente con el estudio ontológico, ya que se pueden obtener mayores resultados cuando conocemos las fortalezas y debilidades de nuestro equipo, esto conlleva a que se obtengan mejores resultados en menores intervalos de tiempo programados, es decir optimización del recurso humano.

DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL

Para Ventura (2011), en el proceso administrativo llega un momento en el cual el administrador realiza planes de acción buscando obtener una respuesta alentadora a su gestión por parte de los empleados utilizando para ellos técnicas de comunicación, tareas de supervisión y la motivación para lograr una correcta dirección organizacional. La administración moderna ha hecho relevancia bajo el entendido que las empresas prosperan por la creatividad y productividad de su personal, por lo tanto el talento humano es uno de los aspectos más importantes a considerar en el éxito de las organizaciones.

Continua Ventura (2011), diciendo que los conocimientos, actitudes y nivel de compromiso del personal representan la diferencia competitiva que promueve y mantiene el éxito organizacional. Por lo anterior, es imperativo para las organizaciones conocer cómo se siente y qué piensa el personal para diseñar estrategias que estimulen el talento humano alineadas con la misión y visión de la organización.

Bajo esta premisa, el direccionamiento de la organización necesita entender los que está sintiendo el equipo de trabajo, como perciben la respuesta de la dirección ante los requerimientos de los clientes internos, teniendo en cuenta que finalmente de ello depende la buena dinámica en el accionar de las políticas institucionales, así como de las metas propuestas por los directivos, se necesita un nivel de incentivos acorde con los objetivos trazados, en otras palabras humanizar el discurso estratégico de la organización, de ahí la importancia que la Ontología pueda ayudar como hilo conductor de la dirección.

Para W. G. Bennis, referido por Pauchard (1993), considera que el "Desarrollo Organizacional (DO) es una respuesta al cambio, una compleja estrategia educativa cuya finalidad es cambiar las creencias, actitudes, valores y estructura de las organizaciones, en tal forma que éstas puedan adaptarse mejor a nuevas tecnologías, mercados y retos, así como al ritmo vertiginoso del cambio mismo".

Continúa Pauchard (1993), diciendo que el Desarrollo Organizacional busca el lograr un cambio planeado de la organización conforme en primer término a las necesidades, exigencias o demandas de la organización misma. De esta forma, la atención se puede concentrar en las modalidades de acción de determinados grupos (y su eficiencia...), en mejorar las relaciones humanas, en los factores económicos y de costos (balance costos-beneficios), en las relaciones entre grupos, en el desarrollo de los equipos humanos, en la conducción (liderazgo), es decir,



casi siempre sobre los valores, actitudes, relaciones y clima organizacional. En suma, sobre las personas más que sobre los objetivos, estructura y técnicas de la organización: el Desarrollo Organizacional se concentra esencialmente sobre el lado humano de la empresa.

Lo anterior reafirma el compromiso organizacional por mejorar las condiciones del capital humano, se trata de invertir en una estructura de cambio de pensamiento frente a los retos de la globalización, es preparar a los miembros de la organización para asumir un papel determinante en la estructuración de las estrategias que hagan sostenible su presencia en el mundo empresarial, asumiendo la nueva era del conocimiento como base para romper comportamientos que van en contravía con el desarrollo.

CONSIDERACIONES FINALES

La simbiosis de los elementos que conforman la dirección organizacional, debe buscar un equilibrio entre lo que quieren miembros de la alta dirección y el personal necesario para cumplir con las metas propuestas, a partir de la aplicación de valores y principios éticos, acorde con la cultura endógena de la organización, para ello se requiere de una clara política de vinculación que tenga en cuenta en primer lugar el sentir humano así como los niveles de competencias genéricas y técnicas que permitan comprender los retos, además de asumir las responsabilidades.

Por otro lado, la ontología estudia las piedras, los animales, los números, los hombres, pero fijándose en su ser, tratando de establecer la dimensión o característica esencial que les define de ese modo y no de otro. En consideración de lo anterior, la ontología en la organización es fundamental para poder diseñar las políticas y objetivos institucionales, teniendo en cuenta la complejidad de cada individuo, esto tiene relación directa con poder entender el comportamiento de cada miembro del equipo, para establecer las líneas de acción y los niveles de participación en la gestión de la dirección, así como de incorporar a la cultura organizacional la congruencia entre el pensar, decir y el hacer.

Finalmente, es imperativo que los líderes de las organizaciones tengan la disposición para implementar programas de desarrollo institucional, mediante los cuales se dispongan herramientas de incentivo laboral y participación integral de los equipos de trabajo, con el fin de identificar destrezas, niveles de pertenencia, competencias técnicas, entre otros factores de desempeño, todo aplicado bajo la premisa de la Ontología como hilo conductor del Direccionamiento Organizacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Echegoyen (2008), **Historia de la Filosofía. Volumen 1. Filosofía Griega**. Editorial Edinumen.

Gramigna M. (2002), **Gestión por competencias**. Documento en línea. Disponible en: <http://www.sht.com.ar/archivo/temas/competencias.htm#Inicio> Consulta 26/06/13.

Pauchard (1993), **Interacción Personal y Relaciones Humanas, Teoría y Aplicación**, 1993, Ediciones UFRO, Temuco, Chile.

Ventura S. (2011) **La dirección Organizacional**, Revista Empresarial Gestión. Org. (Publicado, abril, 2011). <http://www.gestion.org/recursos.../1018/los-subsistemas-de-recursos-humanos>



**EXPERIENCIAS DOCENTES EN EL AULA ASOCIADOS CON EL MODELO
PEDAGÓGICO DESARROLLISTA SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
PROGRAMAS DE LA EXTENSIÓN VILLANUEVA**

Nerys Martínez Trujillo
Universidad de la Guajira
nerysmt@hotmail.com

Jimmy Yesith Barros Farfán
Universidad de la Guajira
jybarro@uniguajira.edu.com

RESUMEN

La finalidad de esta investigación fue caracterizar las experiencias docentes en el aula asociadas con el modelo pedagógico de La Universidad de La Guajira Extensión Villanueva. Cimentada en distintas teorías de Flórez Ochoa (2005), De Zubiria, y otros. Fundamentada legalmente en la ley 115(1994) y la ley 30 (1992), Decreto 73 de (1992). Y en la Constitución Política de Colombia (1991). La metodología utilizada fue cualitativa. La población se definió bajo el criterio de la muestra intencionada de 32 docentes, tomada de los 78 docentes pertenecientes a la planta docente de la Universidad de La Guajira Extensión Villanueva. La información fue recolectada a través del método etnográfico utilizando el instrumento de la entrevista no estructurada, compuesta por treinta y dos preguntas (32) en su totalidad abiertas, la cual permitió conocer ampliamente las apreciaciones de los docentes en torno al problema, todo el proceso fue validado por tres expertos.

Palabras clave: Modelo Pedagógico, Experiencias Docentes, Aula.

INTRODUCCIÓN

En el contexto mundial, por lo general, los países a través de su legislación enmarcan en modelos pedagógicos, las tendencias y corrientes a desarrollar dentro de su estructura educativa establecidas en los distintos niveles de educación. En Colombia la ley 115 de 1994 en su artículo 73, establece que

“Con el fin de lograr la formación integral del educando, cada establecimiento educativo deberá elaborar y poner en práctica un Proyecto Educativo Institucional en el que se especifiquen entre otros aspectos, los principios y fines del establecimiento, los recursos docentes didácticos disponibles y necesarios, la estrategia pedagógica, el reglamento para docentes y estudiantes y el sistema de gestión, todo ello encaminado a cumplir con las disposiciones de la presente Ley y sus reglamentos”.

En la Universidad de La Guajira en 1999 se establece el Proyecto Educativo Institucional (P.E.I.) donde se encuentran los lineamientos que debe seguir la Universidad siendo coherente con su misión, visión, objetivos y el Modelo Pedagógico desarrollista, social con el cual se espera el desarrollo de los educandos en la institución. Las universidades tienen dentro de sus documentos institucionales una visión clara de teorías o modelos pedagógicos que orienten la labor docente dentro del aula. En este sentido los modelos pedagógicos direccionan desde una



perspectiva metodológica el papel que realizará el docente, los estudiantes y la comunidad educativa como eje fundamental de enseñanza y constructora de conocimiento en el educando.

En este sentido Moreno (2003), define el modelo pedagógico como un código educativo que expresa “el conjunto de principios estructurales y regulativos”. Igualmente Ortiz (2005), lo define como la construcción teórico formal que fundamentada científica e ideológicamente interpreta, diseña y ajusta la realidad pedagógica que responde a una necesidad histórica concreta.

La presente investigación fue realizada con la aplicación de la metodología cualitativa, utilizando los instrumentos de la observación y la entrevista que fue aplicada a 32 docentes de la Universidad de La Guajira Extensión Villanueva. La muestra teórica o intencionada a juicio del investigador.

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMA

El desarrollo del presente estudio, se centra en caracterizar las experiencias docentes en el aula asociada con el modelo pedagógico de la Universidad de La Guajira, tomando como referente el acto pedagógico desarrollado por los docentes en la Universidad de La Guajira, específicamente en la Extensión Villanueva. Sustentado esto en las diversas referencias investigativas y aportes de autores, que fueron el soporte teórico académico, experimental y pedagógico del estudio a realizar.

Siempre se han realizado anotaciones objetivas y subjetivas a la educación por su alto grado de tradicionalismo y su resistencia al cambio; más aún, ahora donde se le exige al docente que lidere el cambio formando a las nuevas generaciones de personas como agentes de innovación y desarrollo. Es una situación paradójica la de una institución que sea, mismo tiempo preservador y crítica del orden establecido. Una paradoja que las instituciones educativas deberán resolver adecuadamente en este siglo si desean convertirse en factores de transformación social. Silvio (2000).

Caso este que se evidencia en la Universidad de La Guajira Extensión Villanueva, el cual se estudió desde una perspectiva holística, el papel desarrollado por el docente en el aula, aspectos fundamentales que pueden generar en los estudiantes debilidades, empoderamiento, autonomía de los contenidos a desarrollar por cada uno de los actores (en este caso el docente), que deben liderar el proceso pedagógico, como mediadores en la enseñanza en el contexto del aprendizaje. Es por ello, que el presente estudio se centró en describir el quehacer del docente en el aula de clase, cómo desarrolla sus clases, qué didácticas utiliza e identifica bajo que teorías de modelos pedagógicos direccionan ese proceso importante en el aprendizaje de los estudiantes.

Si el docente no tiene claridad en estos puntos de vista, la formación del estudiante tendrá que ser orientada a las condiciones de calidad de la educación la cual se evidencia en el desempeño de los egresados en las diferentes instituciones donde laboran, las debilidades de formación específicas de cada programa ofertado por la Extensión Villanueva que no fueron cubiertas o atendidas en su debido momento.

El conocimiento del modelo pedagógico, debe ser fundamental para enriquecer la práctica pedagógica desarrollada en el aula, clases monótonas, tradicionalistas donde el liderazgo lo sigue teniendo el docente, y el papel del estudiante es receptor, pasivo, sin motivaciones que



vayan más allá de la mera explicación. Del mismo modo; Gil (2005), expresa que nuestras más importantes instituciones universitarias continúan atadas a modelos decimonónicos de enseñanza y de aprendizaje; muy poco se ha avanzado desde el punto de vista filosófico, epistemológico, porque simplemente seguimos siendo esclavos de viejos y desfasados paradigmas cuyas amarras nos mantienen adosados a creencias teóricas, leyes, metodologías y hasta posiciones académicas y personales, dejadas de lado, desde hace mucho tiempo en otros contextos culturales.

Siendo coherente con el autor, se requiere una nueva flexibilidad, pues el pensamiento humano, en este caso el de los estudiantes los cuales son formados y estructurados por los docentes, no puede continuar solamente almacenando la información, dejando a un lado su capacidad del pensamiento crítico y reflexivo de la información para poder alcanzar la verdadera transformación. Todo esto se logra a partir del compromiso del docente frente al acto pedagógico bien fundamentado desde el conocimiento.

Paralelamente Guerra en el (2008), demostró a través de un estudio y la aplicación de un instrumento, tipo encuesta que las universidades públicas en su mayoría tienen un modelo pedagógico tradicional, y las que manifiestan que el constructivismo es su modelo pedagógico, se contradicen cuando expresan que las cátedras siguen siendo magistrales y los docentes son los que dicen los esquemas de transmisión de conocimiento.

Con relación a lo expuesto es importante resaltar en la Universidad de La Guajira, se concibió como proyecto en el desarrollo justificativo realizado por el SIPUR (Sistema de Planeación Urbana y Regional), denominado estudios básicos para la planeación y programación de la Universidad Experimental de La Guajira. A partir de este estudio nace la Universidad de La Guajira como producto de la ordenanza 011 y 012 de 1976 expedida por la Asamblea Departamental y reglamentada por el decreto Gubernamental 523 de diciembre de 1976.

Se crea como una entidad del orden departamental con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa; iniciando labores en febrero de 1977 en una edificación localizada en la calle primera con Kra 13 (hoy 15 avenida Los Estudiantes) de Riohacha por ser este el único local disponible de propiedad del Departamento. Fue creada el 12 de noviembre de 1976 e inició sus actividades académicas con los programas de Administración de Empresas, Ingeniería Industrial y Licenciatura en Matemática

Entonces el compromiso de los docentes frente a lo planteado en el PEI de la Universidad de La Guajira, con referencia al acto pedagógico, es de vital importancia. Se debe formar al estudiante como generador de conocimiento, con un pensamiento crítico, analítico y reflexivo visionado como un profesional competente que pueda reflejar el verdadero sentido de la educación que es la transformación de la persona y por ende de su entorno.

Al presentarse tal situación, se hace necesario realizar la investigación “Experiencias docentes en el aula asociadas con el modelo pedagógico desarrollista social de la universidad de La Guajira.” con el fin de caracterizar el modelo pedagógico predominante, de acuerdo a su quehacer en el aula, caracterizando la coherencia con el modelo pedagógico desarrollista con un perfil constructivista establecido en la Universidad de la Guajira y proponer lineamientos pedagógicos que permitan estudiar las diversas alternativas de los docentes, para que ellos sean capaces de construir su propio modelo pedagógico.



Lo anterior, implica necesariamente analizar y estudiar el concepto de Modelo Pedagógico, el cual se viene abordando desde diferentes ámbitos de la educación y que es exigencia de las Instituciones de Educación Superior, su implementación y posicionamiento por parte de los docentes en los programas de la Extensión Villanueva.

En este sentido Flórez (2005), afirma que los Modelos Pedagógicos son la representación de las relaciones que predominan en una teoría pedagógica, son también un paradigma que puede coexistir con otros y que sirve para organizar la búsqueda de nuevos conocimientos en el campo de la pedagogía. Esto permite el cuestionamiento del docente frente a la práctica de su quehacer en el aula de clase, permitiéndole replantar los procesos de formación que está poniendo en práctica a un conglomerado educativo.

RAZONES E IMPLICACIONES DEL ESTUDIO

Cuando se realizan este tipo de estudios es fundamental tener claridad sobre la visión formadora de las Universidades, como propósito general, pues el seguir existiendo como instituciones transformadora de una sociedad requiere como eje fundamental contar con docentes cualificados, que tengan claridad hacia qué apunta la verdadera práctica pedagógica, pues son ellos quienes forman al individuo para enfrentarse a una sociedad exigente, evaluadora, crítica del profesional que fue cualificado para ejercer su labor.

Dada la importancia de la pedagogía en desarrollo de la sociedad del ser humano y teniendo como uno de sus puntos primordiales los modelos pedagógicos, la aplicabilidad en la práctica docente, como formadores de profesionales idóneos y competentes en lo que corresponde a las instituciones de educación superior, es significativo realizar estudios que permitan caracterizar los procesos pedagógicos desarrollados por los docentes de la Universidad de la Guajira Extensión Villanueva, para el logro del mejoramiento académico en lo que al tema respecta.

Lo anterior con la finalidad de dar respuesta coherente a las exigencias de la sociedad y por ende a los entes de control en lo que se refiere a la educación superior. En este sentido la investigación se fundamenta en teorías sobre pedagogía en la educación que complementen el conocimiento inicial de los docentes, no por el simple ánimo conceptual sino para contrastarla con las realidades con las que se ejerce el desempeño en el aula y con las otras realidades contextuales.

Esta es una preocupación a nivel mundial como se puede evidenciar en la conferencia Mundial sobre la Educación de la UNESCO, donde se insiste en la permanente, constante y oportuna cualificación de los docentes universitarios y por ende su formación pedagógica. Para que las universidades cumplan su verdadera misión formar profesionales idóneos es importante contar con una planta docente bien cualificada y esto será detectado siempre y cuando las universidades realicen permanentes estudios sobre el quehacer en el aula de clase de sus docentes, los cuales tienen una responsabilidad social generalizada.

Desde el punto de vista de la andrología, la presente investigación permitirá aplicar estrategias pedagógicas innovadoras teniendo en cuenta el aprendizaje autónomo el cual es el soporte de mejora continua de los procesos pedagógicos, desarrollados dentro del aula de clases; así como la efectividad del mejoramiento académico de los estudiantes de la Extensión Villanueva. También pretende ser un aporte para la reorganización de procesos realizados



dentro de la universidad para afrontar todas las debilidades encontradas y la aplicabilidad de fortalezas arrojadas por la investigación, permitiendo avanzar en cuanto a la formación de profesionales en los diferentes campos y al mismo tiempo tener un estatus de calidad en el contexto educativo.

PROPÓSITOS DEL ESTUDIO

Propósito Central

Caracterizar las experiencias docentes en el aula asociado con el modelo pedagógico aplicado en la universidad de La Guajira Extensión Villanueva.

Propósitos Derivados

- Caracterizar el modelo pedagógico a partir de los principios axiológicos y la práctica en el aula de la Universidad de La Guajira.
- Identificar las categorías del modelo pedagógico en el desempeño de los docentes de la Universidad de La Guajira Extensión Villanueva.
- Analizar el modelo desde la fundamentación pedagógica que guía el desempeño docentes en el currículo de la Universidad de La Guajira en el aula en la Extensión Villanueva

TEÓRICOS QUE SUSTENTAN LA INVESTIGACIÓN.

Los referentes teóricos de esta investigación se fundamentaron en un análisis del contexto teórico de las categorías y dimensiones con referencia el modelo pedagógico. Las teorías en las cuales se centra el estudio son las lideradas por los siguientes autores: Flórez Ochoa (2005), Julián De Zubiria, Samper, Jose Iván Bedolla, Vigosky, Piaget, constituidas a partir de los instrumentos aplicados tales como la observación y entrevistas entre otros.

MOMENTO METODOLÓGICO

La investigación se desarrolló bajo la metodología cualitativa, definida por Bonilla (2011), como una concepción fenomenológica, inductiva, subjetiva y orientada a los procesos. Busca descubrir o generar teorías, mediante un registro detallado de los acontecimientos y su análisis minuciosos. Con un enfoque interpretativo y el método etnográfico, utilizando los instrumentos de la entrevista no estructurada y la observación, aplicada a los informantes por medio de una muestra escogida bajo los parámetros de la muestra teórica o intencionada, aplicado a 32 docentes de la Universidad de La Guajira Extensión Villanueva

RESULTADOS

Las categorías del proyecto de investigación fueron Experiencias docentes y Modelo pedagógico, se analizaron a partir del análisis de información cualitativa atlas ti. De acuerdo a cada uno de los propósitos de la investigación se detallaran los resultados obtenidos.

Propósito Central: Caracterizar las experiencias docentes en el aula asociado con el modelo pedagógico aplicado en la universidad de La Guajira Extensión Villanueva.



Los resultados obtenidos fueron los siguientes; en la investigación la conclusión arrojada es que el modelo pedagógico utilizado por los docentes de la Universidad de la Guajira Extensión Villanueva es el modelo dialogante según De Zubiria (2006), quien argumenta que la función esencial de la educación es garantizar el desarrollo cognitivo, valorativo y praxiológico de los estudiantes, por lo tanto, queda plasmado en cada acto académico realizado por los docentes lo que conlleva al desarrollo en el aula y las actividades asociadas a ellas, estructurados en sus principios axiológicos, la Fundamentación Pedagógica, y la categorización del Modelo.

Primer Propósito Derivado: Categorizar el modelo pedagógico a partir de los principios axiológicos de la Universidad de La Guajira

Se encontró que la mayoría de los docentes se apropian de los Principios Axiológicos impartidos por la Universidad, plasmados en el Plan de Desarrollo Institucional, enmarcados en la Misión y La Visión. Se reconoce la misión y la visión de la Universidad de La Guajira y los valores como: calidad, actitud, liderazgo, talento humano compromiso, identidad y respeto. Estos valores constituyen la identidad de la Universidad, además se evidenciaron las categorías del modelo pedagógico utilizado por los docentes como fueron, integrativo, humanista, complementado con TIC, practica integral, participativa, liderazgo, compromiso social y equidad.

Segundo Propósito Derivado: Identificar las categorías del modelo pedagógico en el desempeño de los docentes de la Universidad de La Guajira.

- **Metas de formación:** son organizadas en conjunto con los estudiantes, esto se evidencia en el aula de clases de acuerdo a las estrategias desarrolladas. La formación académica se evidencia en los sitios de prácticas mediante el Intercambio institucional. **Estrategias pedagógicas:** el docente aplica diferentes estrategias pedagógicas, mesas redondas, socializaciones, trabajo colaborativo. Además manifiestan que les gustaría utilizar las TIC en el proceso de formación. **Contenidos y experiencias:** son estructurados con la guía entregadas por los coordinadores de programas. La cualificación de algunos docentes enriquecen esas experiencias. **Ritmo de desarrollo:** Tiempo limitado, pero el trabajo es complementado con otras estrategias. Los grupos no son muy numerosos eso facilita el proceso, se enfatiza en el aprendizaje autónomo. **Relaciones en el contexto Universitario:** Existen buenas relaciones en la comunidad educativa. **Prácticas Evaluativas:** Evaluaciones permanentes, teniendo en cuenta la participación, disponibilidad, desarrollando talleres, escritas, orales.

Tercer Propósito Derivado: Analizar el modelo desde la fundamentación pedagógica implementado por los docentes de la Universidad de La Guajira en el aula en la Extensión Villanueva. Arrojó las siguientes conclusiones.

Se describió, que no se evidencia frente al proceso enseñanza aprendizaje la aplicabilidad del modelo pedagógico de la universidad de La Guajira el modelo pedagógico desarrollista social con un enfoque constructivista, plasmado en los documentos de registro calificado de programas que oferta la Extensión, pues el constructivismo debe ir acompañado de una producción académica que surja del curso o asignatura como proyecto de aula y en la Extensión Villanueva, lo que debilita al logro de los objetivos institucionales y la construcción de los producción académica.



RECOMENDACIONES

Se le recomienda a las directivas Administrativas y académicas de la Universidad, fortalecer a través de seminarios, Talleres, reuniones la dinámica de socialización del Modelo pedagógico de La Universidad de La Guajira y el implementado en el aula por los docentes de la Universidad, con el fin de que los docentes se apropien de los lineamientos de Modelo Pedagógico estructurado por la Universidad el desarrollista social y que esta actividades se realice mínimo 2 veces al año.

Fortalecer a través de seminarios, diplomadas talleres y cursos para seguir apropiando a los docentes de los principios axiológicos, los que puedan ser socializados con los estudiantes.

Estructuración de un plan de cualificación docente, que conlleve a la formación que permita fundamentar en profundidad procesos pedagógicos innovadores y de construcción de conocimiento, implementando las Nuevas Tecnologías Información y Comunicación NTIC en la Universidad Extensión Villanueva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonilla, E. y Rodriguez, P. (2008) **Sehk. Más allá del dilema de los Métodos**. Tercera Edición. Ed. Norma. Universidad de Los Andes. Constitución política de Colombia_1991
- De Zubiria, Ramírez, Ocampo y Marín (2008), **El modelo pedagógico predominante en Colombia**
- Flick, U. **Introducción a la Investigación Cualitativa**. Segunda Edición. Ed. Morata, S.L. Madrid, 2007
- Flórez, R. (2007) **Pedagogía del Conocimiento**. Segunda Edición. Ed. Mc Graw Hill. Bogotá.
- Hernández, Fernández y Baptista (2002). **Metodología de la investigación**. (3 Edición) México.
- Martínez, M. (2006). **La Investigación Cualitativa**. Volumen 9 No. 1. Revista IIPSI Facultad de Psicología UNMSM.
- Romero Elsa (2006), **Concepciones de Prácticas Pedagógicas**. Profesora titular de la Universidad Pedagógica Nacional adscrita al Departamento de Ciencias Sociales con su investigación titulada:
- Salamanca, A. y Crespo, A. (2007) **Muestreo en la Investigación Cualitativa**. Ed
- Sierra, H. (2009). **Didáctica de la virtualidad y coordinadora de proyectos de e-learning**. Asesora Pedagógica de la Dirección Nacional de Servicios Académicos Virtuales Universidad Nacional de Colombia. Docente Universitaria en NTICs,
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002) **Bases de la Investigación Cualitativa**. Ed. Universidad de Antioquia.
- Tamayo y Tamayo. (2005). **El proceso de Investigación**. Buenos Aires.



<http://www.colombiaaprende.com> (Consulta: 11/02/13)

<http://docencia.udea.edu.co> (Consulta: 11/02/13)

<http://www.acciondemocratica.org.ve> (Consulta: 11/02/13)

<http://onu-pedia.wetpaint.com/> (Consulta: 11/02/13)



INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES EN EL MUNICIPIO DE RIOHACHA

Olivia Rangel Luquez

Universidad de La Guajira
orangel@uniquajira.edu.co

Marelis Alvarado Mejía

Universidad de La Guajira
malvarado@uniquajira.edu.co

Ángela Nair Ortiz Rojas

Universidad de La Guajira
aortiz@uniquajira.edu.co

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas necesitan revitalizar los procesos relacionados con la tecnología, siendo el principal aspecto la innovación tecnológica. El objetivo central de este estudio es analizar la innovación tecnológica como estrategia en la gestión de las PYMES en el municipio de Riohacha. Se fundamentó teóricamente en Schumpeter (1912), Escorsa y Valls (2003), Manual de Oslo (2006), Manual de Bogotá (2001), entre otros. Metodológicamente, responde al enfoque positivista y al tipo de investigación descriptivo, con un diseño no experimental, transversal y de campo. La población estuvo conformada por doscientos cuarenta y seis (246) directivos y/o jefes de empresas, por ser finita se utilizó el censo poblacional, aplicando la encuesta estructurada con 32 reactivos con cuatro (4) alternativas de respuesta, validadas por cinco (5) expertos en el área de la gestión empresarial e innovación tecnológica y se midió la confiabilidad a través del coeficiente de Alfa Cronbach, obteniéndose un porcentaje de 0.96. Para la interpretación y análisis de los resultados se utilizó la estadística descriptiva y un baremo propuesto por los autores. En cuanto a los resultados, se evidenció que las PYMES presentan debilidades y disfuncionalidades internas que han imposibilitado la inserción de la innovación tecnológica en los procesos.

Palabras clave: Innovación tecnológica, capacidad tecnológica, PYMES.

INTRODUCCIÓN

Las empresas contemporáneas deben su éxito y supervivencia en gran medida a la correcta aplicación de la tecnología usada como estrategia organizacional, convirtiendo a empresas desconocidas en gigantes industriales. De esta forma, la innovación tecnológica hace parte del proceso de crecimiento, jugando un papel fundamental en su progreso, promoviendo cambios que le permiten ser más proclives al desarrollo tecnológico, creando de esta manera empresas participativas, eficientes, responsables y permeables a los cambios de su entorno.

Al respecto, Martínez (2006), refiere que las empresas pueden fusionar perfectamente sus capacidades técnicas, financieras, comerciales y de gestión, como el resultado perceptible y real de la tecnología, constituyendo una rica fuente de oportunidades para la empresa. Cabe destacar entonces, que la innovación tecnológica ayuda a mejorar el grado de desempeño de



las empresas y la forma como la tecnología puede implementarse dentro de las limitaciones del negocio, del mercado y de la economía.

Desde esta perspectiva, se puede indicar que las innovaciones tecnológicas están estrechamente enlazadas tanto con la cultura como con la economía de una sociedad. Es por ello, que países donde la economía es favorable, sostienen que la inversión en innovación tecnológica es una estrategia de oportunidad para el desarrollo de sus mercados así como para la sociedad en general. Mientras que aquellos países considerados de alto riesgo o del tercer mundo, en los cuales los riesgos de inversión son altamente tomados en cuenta al momento de definir las estrategias corporativas para evolucionar o mantenerse, la inversión inclinada a la innovación tecnológica en muchos de ellos es prácticamente nula, dejando así de lado la innovación como parte de sus procesos productivos.

En tal sentido, Mandado, Fernández y Doiro (2003) deducen que la innovación tecnológica no puede quedar reservada a un número reducido de países del mundo, la misma debe plantearse como objetivo prioritario de la elevación de su nivel para lograr la mejora de la realidad económica y a partir de ella implantar políticas que eleven el nivel de vida de los ciudadanos.

En este orden de ideas, países latinoamericanos como Colombia, cuentan con una baja participación de empresas, tanto públicas como privadas dispuestas a utilizar sus recursos financieros en la incorporación de departamentos dedicados a la innovación, porque consideran esta inversión un riesgo y no una oportunidad de desarrollo para su posicionamiento estratégico.

Al respecto, Fernández (2005) considera que a pesar de su importancia, la tecnología continúa siendo el eslabón perdido en la estrategia, debido a que aun existe un vasto desfase entre la relevancia de la tecnología para mejorar la competitividad y la atención que los líderes empresariales le otorgan. Así mismo Thompson y Strickland (2004) indican que una de las mejores rutas para alcanzar la ventaja competitiva se encuentra cuando la empresa tiene tanto recursos como competencia única y cuando los rivales no pueden desarrollar esas capacidades comparables, excepto a un costo elevado en un largo periodo de tiempo.

Ahora bien, el municipio de Riohacha no escapa a esta realidad, se observa que las PYMES, prefieren apostarle a lo tradicional más que a lo innovador como parte de su estrategia, es decir, que en la mayoría de las veces ofrecen a sus clientes servicios básicos y productos que suelen ser importados y no de fabricación propia. En línea general, estas acciones se sustentan en su perspectiva de mantenerse activas dentro del mercado. Cabe destacar que el escenario descrito permite visualizar que las estrategias utilizadas por estas empresas, pueden llegar a representar un problema para su desarrollo y competitividad.

En vista de lo anterior, la innovación tecnológica se visiona como un eje fundamental en el desarrollo y sostenibilidad empresarial, donde se logre fusionar capacidades técnicas, financieras, comerciales y administrativas para el desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios, a través de los procesos que componen la innovación tecnológica. En virtud de la importancia que tiene la innovación tecnológica para el desarrollo empresarial, con esta investigación se pretende analizar la innovación tecnológica en la gestión de las PYMES del municipio de Riohacha, como base para formular políticas y mejoras que contribuyan al desarrollo de las mismas.



UNA APROXIMACIÓN A LA PERCEPCIÓN DEL PEQUEÑO EMPRESARIO FRENTE A LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN EL MUNICIPIO DE RIOHACHA

Los procesos de globalización a nivel planetario han impactado la eficiencia, la competitividad de las PYMES y los procesos sociales en general. Esto ha generado una brecha tecnológica que separa a los países ricos de los pobres, obligando a estos últimos a adoptar políticas que contribuyan a disminuirla; para ello la innovación tecnológica se ha convertido en un factor estratégico para lograr este propósito. Sin embargo en el caso de Colombia, se infiere que muchas empresas carecen de una metodología que guíe el proceso de diseño de una estrategia de innovación.

Esta inédita situación ha suscitado una preocupación en los gobiernos para lograr que estas empresas se vuelvan más competitivas y generen una verdadera transformación económica y social, a través del desarrollo permanente de capacidades y condiciones en la comprensión social de la ciencia, convirtiéndose en agentes activos de la valoración, validación y uso del conocimiento. Al respecto, el manual de Oslo (2006) señala que se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. De tal manera, que estos cambios en las pymes colombianas son los que pueden generar esa transformación.

Así mismo, Escorsa y Valls (2003) argumentan que la innovación es sinónimo de cambio, por lo que la empresa innovadora es la que cambia, evoluciona y adopta nuevos procesos de fabricación. Esta tendencia procede de tres aspectos fundamentales: el progreso técnico, la internacionalización y la desmasificación de los mercados. Por lo tanto, en el contexto actual se hace necesario el cambio y por consiguiente, la innovación debe ser asumida como la manera de convertir las ideas y el conocimiento en productos nuevos o mejorando los existentes, que el mercado reconozca y valore. Por ello explican Escorsa y Valls “las ideas y los conceptos no son innovaciones. Tampoco importa la procedencia de las ideas. Lo importante es que las ideas sean puestas en práctica con éxito para satisfacer a los clientes”. (p. 21):

Mientras que Molina (1995), Benavidez (2001), (citado por Petit 2008) Romero (2005) y Yepes y otros, (2006) señalan que la innovación no debe entenderse como un proceso deliberado, sino por el contrario, gestionado, sistemático, intencional, multidimensional e interinstitucional, mediante el cual se pretende alternar determinados factores de la empresa y donde juega un papel importante el grado de conexión que la empresa tenga con el entorno, no requiriendo ser compleja para tener éxito. Por consiguiente, la normalización de los procesos de innovación constituye un punto de partida de gran interés para las PYMES, estando obligadas a desarrollar recursos humanos, sistemas de información y capacidades tecnológicas acorde con los nuevos desafíos, de allí su importancia.

Ahora bien, se entiende la innovación, como un proceso de múltiples etapas, irradiado por la tecnología, los procesos administrativos y el mercado dominante e implica un aprendizaje continuo, una disposición permanente al cambio que estimula la creatividad y el conocimiento, por lo que no se concibe innovación sin aprendizaje, siendo favorecido por las TICs. En referencia a lo anterior, el Manual de Oslo (2006) plantea ciertos criterios y procedimientos para la medición de los procesos de innovación, pero sus indicadores no consultan la realidad de las empresas de América Latina.



En consecuencia, el Manual de Bogotá (2001), con base en los criterios del manual de Oslo y Frascati (2002), engloba una serie de indicadores regionales que permiten medir los niveles de innovación en la región y su vez compararlos en el ámbito internacional, teniendo en cuenta las diferencias que se observan en las empresas de los países desarrollados en cuanto a su sistema de innovación, los mercados, tamaños, característica, grado de inserción a la economía mundial, que difieren de las empresas de la región.

En este orden de ideas, las diferencias se reflejan en la conducta que prevalece en las empresas de la región, al adaptar las tecnologías desarrolladas para otras condiciones diferentes pero iguales en cuanto a materia prima u otros recursos del mercado. También se encuentran aspectos idiosincrásicos, reflejados en la apatía del empresario de enfrentarse a cambios en las empresa, ya sea por temor o desconfianza a un campo desconocido: así mismo el desconocimiento de las posibilidades que el mejoramiento tecnológico implica en términos de ventajas competitivas, las débiles vinculaciones entre el sistema científico – técnico, el sistema económico y social por la propia evolución de la historia de la ciencia y tecnología en la región.

Por otro lado (Stanislawsky y Olczak, 2010, Madrid-Guijarro et al., 2009, Hadjimanolis, 2003, 1999, Piater 1984, 1999, Rush y Bessant, 1992), coinciden en que las PYMES, enfrentan dificultades en el diseño de estrategias de innovación y en la promoción de desarrollo productivo y tecnológico, debido a deficiencias relacionadas con sus limitados recursos y a su rango de competencia tecnológica. De acuerdo con estas teorías las capacidades tecnológicas de las firmas son un factor determinante en la efectividad de la inversión tecnológica que guíen a la empresa hacia una ventaja competitiva. Para ello es necesario que las pymes modifiquen sus patrones de comportamiento para que puedan responder rápida y eficazmente a los cambios que requiere el mercado.

En consonancia con lo anterior, se puede asumir que el desarrollo económico depende de la capacidad innovadora para generar bienes productos o servicios nuevos o mejorados, rescatando la sinonimia original del término innovación, tal como lo plantea Schumpeter (1912), donde el análisis se centra en identificar los elementos que contribuyen al crecimiento económico y desarrollo tecnológico, colocando al empresario como el agente promotor del cambio estructural. En ese sentido el acto empresarial consiste en la introducción de una innovación y conduce de este modo a la obtención de beneficios.

Además consideró al innovador como el agente que provoca rupturas en el equilibrio, introduciendo nuevos elementos al sistema de innovación, creando nuevas fuentes de inversión, crecimiento, empleo y nuevos sectores; al mismo tiempo propicia la destrucción de los modelos tradicionales e identifica innovaciones radicales, las cuales son introducidas al mercado, convirtiéndose en vector principal de cambio estructural.

Desde esta perspectiva, las PYMES, para ser competitivas deben alinearse con las tendencias que impone la gerencia del siglo XXI, donde la innovación tecnológica se convierte en un factor determinante para transformar este tipo de empresa, estimulando la creatividad, la generación de conocimientos, así como promoviendo la creación de productos con valor agregado de alta pertinencia social. Bajo estas condiciones de desarrollo, globalidad e intensivo conocimiento tecnológico, se encuentran las organizaciones empresariales ríohacheras, que en su mayoría, están conformadas por pequeñas empresas de índole familiar o negocios emergidos de las oportunidades circunstanciales, generalmente, con escaso capital de inversión, poca información y conocimientos de los alcances del negocio.



En Colombia la Ley 905 de 2004, se expide con el propósito de promover el desarrollo integral de las PYMES, estimulando la promoción y formación de mercados altamente competitivos. En la cual la innovación tecnológica, se revela como un dinámico proceso a través del cual pueden cambiarse factores críticos para el éxito de cualquier empresa, sin importar magnitud y actividad económica principal. Sin embargo, esta intencionalidad legislativa las PYMES, llamadas a ser motores del desarrollo productivo para la economía de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y la generación de riqueza, aún no han podido alcanzar un desarrollo significativo en la región guajira. Conscientes de esta realidad, desde la academia el tema PYMES, se ha convertido en objeto de conocimiento de gran interés.

Del mismo modo, se señala, que empresarios y dirigentes responsables de los sectores estratégicos de desarrollo, no han podido crear un ambiente empresarial propicio para que la economía guajira consolide un tejido productivo basado en la producción endógena, con empresas competitivas y un mercado de trabajo digno de calidad, en razón a sus limitaciones agrológicas, ambientales y la ausencia de una política de inversiones para este territorio.

Por otra parte, aunque la participación de las PYMES, en otras economías, se ha caracterizado por jalonar desarrollo, en el municipio de Riohacha, aunque juegan un papel importante como estructura empresarial a falta de la gran empresa, no es menos cierto que sus procesos presentan debilidades que van desde la incorporación de mano de obra no calificada, uso de tecnologías obsoletas, gerencias sin un pensamiento estratégico, hasta limitaciones técnicas y competitivas.

Teniendo en cuenta esta particularidades del contexto del municipio de Riohacha y lo que representa la innovación tecnológico para el desarrollo empresarial, se estableció el niveles de innovación asumidos por las PYMES, considerando para ello los elementos de evaluación establecidos en el manual de Bogotá (2001) y el manual de Oslo (2006) y medir la percepción actual del empresario.

FACTORES DE INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Es preciso, destacar que actualmente la sociedad se mueve a velocidad impresionante, teniendo como características el lanzamiento de nuevos y variados productos en el mercado, los cuales en su mayoría presentan ciclos de vida fugaz, así mismo los mercados se tornan competitivos y para poder insertarse en ellos es necesaria la constante renovación. Los cambios tecnológicos ocurren tan rápido que no se ha terminado la asimilación de la última tecnología cuando se registra una nueva, por lo tanto la búsqueda de la innovación tecnológica es una tarea de primer orden para la dirección empresarial, sin embargo, en muchos países se hace más difícil llevar a cabo esta tarea porque la situación de escasez de recursos materiales y financieros impide realizar un proceso acelerado de reconversión industrial.

Al respecto, Porter (2009, p. 7) considera que la innovación es factor de competitividad donde la competencia es una fuerza poderosa que permite la creación de valor. Se trata entonces de la capacidad empresarial para alcanzar ventajas a través de su posicionamiento en el mercado. Dicha competitividad surge del incremento de la productividad en el uso de recursos, conocimiento pleno del sector y diseño de estrategias en función de lograr ventajas competitivas. De esta manera la innovación juega un papel importante en la productividad. Por



lo que las PYMES pueden encontrar en la innovación un camino para su proyección, desarrollo y fortalecimiento.

Desde este nuevo panorama socioeconómico, es necesario llevar adelante un proceso de innovación tecnológica a partir de los recursos y el equipamiento existente, mediante la aplicación de la ciencia y la tecnología. Sobre este aspecto el Manual de Oslo (2006), indica que la innovación es fundamental para el crecimiento de la producción y la productividad, donde el conocimiento es un determinante principal del crecimiento económico debido a los avances en la tecnología y al flujo de información. No obstante, los procesos de innovación pueden verse obstaculizado por numerosos factores entre los que se incluyen los cambios en la competitividad internacional, la productividad de los factores, los desbordamientos tecnológicos de las innovaciones realizadas por las empresas y el aumento del volumen de conocimiento que circulan por las redes.

Finalmente, para efectos de este estudio se seleccionaron los indicadores propuestos por el Manual de Bogotá (2001), por ser estos más específicos, abarcando de esta manera un mayor campo de opciones tales como: factores de tipo empresarial, de mercado y económicos. En cada uno de estos, existe una serie de indicadores que afecta la innovación tecnológica. No obstante se seleccionaron solo aquellos de interés económico por el impacto en la organización objeto de estudio así: A nivel micro, se encuentran los factores de personal calificado, resistencia al cambio y capacidad tecnológica. A nivel meso, nuevos productos, innovación de procesos y oportunidades tecnológicas. A nivel macro, la infraestructura.

METODOLOGÍA

Esta investigación fue transeccional descriptiva con diseño no experimental y de campo. La población estuvo conformada por doscientos cuarenta y seis (246) directivos o jefes de áreas de las PYMES, de acuerdo a los datos registrados en la Cámara de Comercio de Riohacha, por ser una población pequeña se aplicó la técnica censal. En cuanto a la recolección de datos se utilizó un cuestionario tipo Likert con treinta y dos (32) reactivos y cuatro alternativas de respuesta así: siempre, casi siempre, algunas veces y nunca. Fue validado por el juicio de cinco (5) expertos en el área de la gerencia, gestión e innovación tecnológica. Para medir la confiabilidad del instrumento se realizó una prueba utilizando el coeficiente de Alpha de Crombach, la cual arrojó un resultado de 0.94 para la variable innovación tecnológica.

En lo que respecta al análisis e interpretación de los resultados de la investigación se utilizó el análisis de frecuencia de la estadística descriptiva inferencial y se construyó un baremo que permitió ubicar el resultado del estadístico media aritmética en las cuatro categorías que se relacionan en la siguiente tabla:

Tabla N° 1. Baremo de Interpretación de Resultados

RANGO	CATEGORÍAS
1.00 \geq x \leq 1.75	Muy baja
1.75 \geq x \leq 2.50	Baja
2.50 \geq x \leq 3.25	Moderada
3.25 \geq x \leq 4.00	Alta

Fuente: Elaboración propia.



RESULTADOS

Una vez tabulada la información obtenida en la aplicación del cuestionario y realizado el análisis estadístico de los mismos, el cual se realizó por cada objetivo específico de la investigación, establecidos para analizar la innovación tecnológica en las PYMES del municipio de Riohacha.

En lo referente a la percepción que tienen los empresarios de la innovación tecnológica, se encontraron los siguientes resultados:

Tabla 2. Percepción tecnológica

DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN TECNOLÓGICA													
Alternativas de respuesta	Actividades de innovación		Recursos financieros		Resultados de innovación		Fuentes de información		Relación con el sistema nacional		Políticas de I+D		Tendencia
	Fa	%	Fa	%	Fa	%	Fa	%	fa	%	fa	%	%
Algunas veces	124	50,41	112	45,53	136	55,28	112	45,53	85	34,55	87	35,37	44,44
Siempre	90	36,79	79	32,11	61	24,80	36	14,63	12	4,88	0	0,00	18,87
Casi siempre	32	12,80	37	14,84	24	9,76	25	10,16	12	4,88	24	9,76	10,37
Nunca	0	0,00	18	7,52	25	10,16	73	29,67	137	55,69	135	54,88	26,32
Total	246	100	246	100	246	100	246	100	246	100	246	100	100
Media del indicador	2,62		2,39		2,19		1,67		1,74		1,50		
Categoría	MODERADA		BAJA		BAJA		MUY BAJA		MUY BAJA		MUY BAJA		
Media de la dimensión	2,02												
Mediana	1,83												
Moda	1,92												
Desviación	0,57												
Categoría Variable	2,54												

Fuente: Elaboración propia. (2014)

La percepción del empresario frente a la innovación tecnológica es desfavorable, teniendo en cuenta que la categoría que más se repite en la serie de frecuencia es 1,92, donde el 70,77% de los empresarios encuestados se ubican por debajo del valor de 1,83 que corresponde a la mediana y el restante 29,23% se sitúa por encima de este valor. Por lo tanto, se establece que el promedio de las empresas con respecto al objeto investigado, se coloca en el promedio de 2,02 y se desvía en 0,57 unidades de la escala de medición.

Dichos resultados evidencian una baja percepción de los empresarios frente a la innovación tecnológica, la cual se traduce en debilidades moderadas en sus procesos de producción, comercialización y desarrollo de productos con componente innovador. Asimismo, una baja garantía y seguridad en el manejo de los recursos económicos y presupuestales para el cumplimiento de los objetivos tecnológicos. Por otro lado, en cuanto a los resultados de innovación se evidencia un débil seguimiento, impulso e innovación de nuevos productos para el mercado. Finalmente, se pudo establecer un bajo comportamiento en la utilización de fuentes de información, relación con el sistema nacional y políticas de I+D.

En lo que respecta a los factores de innovación tecnológica, se encontró lo siguiente:



Tabla 3. Factores de innovación tecnológica

DIMENSIÓN: FACTORES DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA															
Alternativas de respuesta	Personal Calificado		Actitud hacia el cambio		Oportunidades Tecnológicas		Infraestructura		Conocimiento		Espíritu Empresarial		Cultura innovadora		Tendencia
	Fa	%	fa	%	Fa	%	Fa	%	fa	%	fa	%	fa	%	
Algunas veces	86	35,16	154	62,80	86	34,96	123	50,00	68	27,64	0	0,00	123	50,00	37,22
Siempre	24	9,76	74	29,88	98	39,84	55	22,36	86	35,16	54	21,95	31	12,60	24,50
Casi siempre	56	22,56	6	2,44	62	25,20	56	22,76	92	37,20	192	78,05	86	34,96	31,88
Nunca	80	32,52	12	4,88	0	0,00	12	4,88	0	0,00	0	0,00	6	2,44	6,38
Total	246	100	246	100	246	100	246	100	246	100	246	100	246	100	100
media del indicador	2,22		2,30		2,90		2,63		3,10		3,78		2,92		
Categoría	BAJA		BAJA		MODERADA		MODERADA		MODERADA		ALTA		MODERADA		
Media de Dimensión	2,84														
Mediana	2,64														
Moda	2,50														
Desviación	0,50														
Media de la Variable	2,54														

Fuente: Elaboración propia (2014).

Con respecto a los factores de innovación tecnológica, los encuestados manifiestan una actitud moderada, la cual se refleja en que la categoría que más se repite en la serie de frecuencia es 2,50, donde el 43,61% de los empresarios se sitúan por encima del valor 2,64 que corresponde a la mediana y el restante (56,39%) se ubica por debajo de este valor. Por lo tanto, se establece que el promedio de las empresas con respecto al objeto investigado se coloca en el promedio de 2,84, desviándose en 0,50 unidades de la escala de medición.

Se evidencia que existe un conocimiento moderado en los empresarios para identificar oportunidades tecnológicas que le permitan la expansión de los procesos de innovación, cuenta con una infraestructura acorde para el desarrollo de las actividades de innovación tecnológica, un alto espíritu empresarial para generar valor económico a la empresa y una cultura innovadora moderada. No obstante, las empresas no cuentan con personal calificado ni una actitud favorable hacia el cambio.

CONCLUSIONES

En lo que respecta a la percepción de la innovación tecnológica en las PYMES, se concluyó que el 29,24% de los empresarios encuestados percibe favorablemente la utilización de recursos financieros, fuentes de información, obtención de resultados de innovación, relación con el sistema nacional y desarrollo de políticas de I+D, mientras que un 70,76%, tienen una percepción desfavorable. Por lo anterior se infiere una baja percepción hacia la innovación tecnológica de los empresarios en las PYMES del municipio de Riohacha.

En cuanto a los factores de innovación tecnológica, se evidenció una tendencia favorable del 56,38% hacia el uso de personal calificado, actitud hacia el cambio, oportunidades tecnológicas, infraestructura, conocimiento, espíritu empresarial y cultura innovadora, mientras un 43,62%, se manifiesta desfavorable a dichos factores. En cuanto a la categoría del baremo la media se ubicó en la categoría moderada, por lo que se infiere que existen debilidades en los indicadores de actitud hacia el cambio y personal calificado.



Finalmente, se puede concluir, que las PYMES en el municipio de Riohacha, presentan problemas de diversa índole; existen ciertas condiciones internas de la empresa que constituyen obstáculos a su desarrollo tecnológico para alcanzar su competitividad. Al respecto debe señalarse que tales problemas son más críticos mientras más pequeñas sean las empresas; no simplemente, por razón de su tamaño sino, principalmente, por razones de estructura de capital, gestión y organización.

Por último, en cuanto al objetivo general, el cual estuvo orientado a analizar la innovación tecnológica en las PYMES del municipio de Riohacha, se constituye, que la innovación tecnológica para el sector en estudio presenta grandes oportunidades de mejoras, tomando en cuenta que estas empresas poseen reconocida trayectoria, estas deben hacer uso de la tecnología en sus actividades. En la categoría del baremo la media se ubicó en la categoría moderada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Escorsa, P. y Valls, J. (2003). **Tecnología e innovación en la empresa** (2ª edición). Barcelona: Editores UPC.
- Fernández, E. (2005). **Estrategia de innovación**. España: international Thomson Editores.
- Hadjimanolis, A. (1999). **Barriers to innovation for Smes in a small less developed country** (Cyprus). *Technovation*, 19(9), 561-570
- Hadjimanolis, A. (2003): **The barriers approach to innovation, in Larisa V. Shavinina** (ed.). *The International Handbook in Innovation* (pp. 559-573). Oxford, UK: Elsevier Science
- Ley 905 del 2 de agosto de 2004, Congreso de la República de Colombia. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
- Madrid-Guijarro, A., García, D; Auken, H. (2009). **Barriers to innovation among Spanish manufacturing SMEs. Journal of Small Business Management**, vol. 47, No.4, Pp. 465-488
- Mandado, E., Fernández, F. y Doiro M. (2003). **La Innovación tecnológica en las organizaciones**. España. Internacional Thomson Editores.
- Manual de Bogotá (2001). **Normalización de Indicadores de Innovación Tecnológica en América Latina y el Caribe**. Marzo 2001.
- Manual de Frascati (2002). **The Measurement of Scientific and Technological Activities: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development**. Organización para la Cooperación y Desarrollo(OECD). Paris, Francia.
- Manual de Oslo (2006), **Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Organización de Cooperación y Desarrollo Económico. (OCDE). Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas.** Disponible en http://www.tragsa.e/filedctos/manual_de_oslo.pdf



- Martínez, L. (2006). **Gestión del cambio y la innovación en la empresa: un modelo para la innovación empresarial**. España. Ideas propias Editorial. Vigo, primera edición.
- Molina H. (1995), "La innovación tecnológica y sus implicaciones estratégicas y empresariales: un enfoque descriptivo". Instituto de Cultura Juan Gil-Albert, Alicante.
- Petit, A. (2008). **Estudio de la Innovación Tecnológica y Competitividad del Sector Exportador de Metales Comunes en Venezuela**. Trabajo de la Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, Venezuela, Septiembre 2008.
- Piater, A., (1984): **Barriers to Innovation**. Frances Pinter, London.
- Porter, M. (2009). **Ser competitivo**. Boston: Harvard Business School.
- Romero, A. (2005). **Acerca de la Gestión del Conocimiento y la Innovación Tecnológica en el proyecto BID/FONATIT**.
- Rush, H. y Bessant, J. (1992): **Revolution in three-quarter time: lessons from the diffusion of advanced manufacturing technologies**. Technology Analysis and Strategic Management 4 (1), 3–19.
- Schumpeter, J. (1912). **Teoría del desenvolvimiento económico** (primera versión en alemán). Versión española de 1976, México, Fondo de Cultura Económica.
- Stanislwski, R. y Olczak, A. (2010): **Innovative activity in the small business sector of the textile and clothing industry**. Fibres & Textiles in Eastern Europe, vol. 18, no. 1, 78, Pp. 13-16.
- Thomson, A. y Strickland, A. (2004). **Administración estratégica**. México. Editorial McGraw-Hill.
- Yepes V., Pellicer E. y Correa C. (2006). **Standardizing the innovation in the Spanish construction industry**. X International Congress on Project Engineering, 13-15 de septiembre, Valencia.



LA INVESTIGACIÓN EN EL CONTEXTO EDUCATIVO UNIVERSITARIO

Ángel Nava

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt
angelnavach66@hotmail.com

María Nava de Güere

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt

Roland Nava

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt

RESUMEN

La presente investigación, buscó determinar cuáles son las causas que limitan a los docentes universitarios a realizar investigaciones como una de las funciones primordiales dentro del contexto educativo universitario, en universidades públicas y privadas ubicadas en la Costa Oriental del Lago de Maracaibo, sustentada por los postulados de Marrero E. (2011), y Nava R y Otros (2014). La investigación fue tipo descriptiva, no experimental, de campo. La población quedó constituida por 285 docente con dedicación a tiempo completo, para la recolección de información se elaboró un cuestionario contentivo de 6 preguntas, el cual fue sometida al juicio de 10 expertos, determinando un alto grado de confiabilidad, según la aplicación del coeficiente estadístico de alpha de cronbach. En este sentido la tabulación de los resultados permitiendo concluir, que los docentes a nivel universitario, en su mayoría, no tienen tiempo para investigar, así mismo no se observa el desarrollo, afianzamiento y/o estructuración de una cultura, que fomente el desarrollo investigativo, a lo interno de las instituciones universitarias. De la misma forma, se evidencio que No existe una estructura institucional que haga seguimiento a la actividad investigativa de los docentes, por lo que no se puede generar una data o estadística de los procesos o proyectos de investigación iniciados, los que están en proceso, la etapa de avance y mucho menos los culminados.

Palabras clave: Investigación, Contexto, Universitario

INTRODUCCIÓN

La ley de Universidades establece que entre las funciones del docente, se encuentran fundamentalmente, la docencia, la investigación y la extensión, funciones estas que resultan ser clave dentro de su ámbito laboral, incorporándose recientemente la responsabilidad de cumplir con el acompañamiento de los futuros egresados en la realización del servicio comunitario, sin embargo se hace oportuno hacerse la siguiente interrogante, ¿pero que cuenta la realidad?, si se incursiona minuciosamente dentro de ella, se encuentra con gran proporción, que tal como lo plantea Nava (2014), no todos los docentes cumplen los tres roles fundamentales del docente, realidad esta que genera infinidad de preguntas, para las cuales unos tienen respuestas pero otro no, mientras que un tanto considerable, evaden las mismas, actitudes estas que dan pie a la generación de investigaciones que conlleven a dilucidar la realidad actual del contexto en el cual las instituciones universitarias tiene incidencia directa, así como definir cuáles son realmente los motivos que dificultan la realización de investigaciones por parte de los docentes, sin importar su categoría ni dedicación, por ser un rol que no se encuentra



limitado, a una categoría o dedicación específica, o a la condición laboral de ser personal fijo de planta o contratado.

SITUACIÓN DE ANÁLISIS

El entorno socio-político-económico actual, orienta la acciones organizacionales hacia una exigencia globalizante, donde la fusión y alianzas estratégicas entre los sujetos y/o entes involucrados en el hecho social, entre otros, exigen la necesidad, de acuerdo a una nueva realidad, de un profundo cambio en los modelos de negocios, en tal sentido, la economía mundial avanza hacia un nuevo modelo fundamentado en el conocimiento, el cual se requiere sea significativo y lúdico en función al contexto social. Así, el avance del conocimiento científico, tecnológico, humanista e innovador, constituye un factor activo y predominante en la historia económica y social de la humanidad durante los dos últimos siglos, siendo su resultado lo que hoy se conoce como la sociedad economía basada en el conocimiento.

Según Nava (2014), en este orden de ideas, “las organizaciones, independientemente del ramo de producción, han comenzado a valorar la importancia del conocimiento, haciendo un mejor uso del mismo, por lo tanto constituye el factor de producción que está siendo considerado como el recurso más significativo de las organizaciones”, siendo así que las organizaciones comienzan a visualizar al conocimiento bajo una nueva perspectiva que es la que le genera competencias diferenciadoras.

Asimismo, Salazar (2003), plantea que esta nueva tendencia considera a las organizaciones, una comunidad social representante de un cúmulo de conocimiento, experta en la creación y transmisión interna del conocimiento. Por lo que, la principal fuente de ventajas competitivas duraderas, reside en su reserva de conocimiento y sólo las instituciones con éxito serán aquellas capaces de crear y ampliar constantemente la generación de conocimiento significativo. Así Nava (2014), refiere en este sentido, “para que el conocimiento proporcione las ventajas competitivas, debe ser gestionado de manera correcta en todos los ámbitos, donde es parte esencial de las actividades propias de las organizaciones, siempre y cuando cada miembro de éstas, sea productor de conocimiento”.

Aunado a esta afirmación, Sainz (2001), citado por Salazar (2003), señala al conocimiento como el conjunto de procesos y actividades encaminadas a buscar, crear y diseminar el capital intelectual para mejorar globalmente, añadiendo inteligencia, valor y flexibilidad, pero lo característico de esta nueva era del conocimiento es que ya no está solamente en el individuo, sino que tiene que pasar a ser de la organización o institución. Ello para facilitar el desarrollo de una universidad con calidad que se oriente a adaptarse a las nuevas demandas de la sociedad.

En ese sentido, se hace oportuno mencionar, según la UNESCO (1998), en su artículo 1, la misión que cumple la: “Educación Superior, concebida, en el caso venezolano, como educación universitaria, se orienta a expresar, promover, generar y difundir conocimientos por medio de la investigación y, como parte de los servicios que ha de prestar a la comunidad”, así se tiene que las universidades son entes socialmente activas que definen la generación de conocimiento basándose en la docencia y la investigación, que fundamentan una respuesta a la sociedad en la generación de soluciones a problemas y/o necesidades concretas.

En tal sentido, en el seno de las instituciones universitarias se gesta una acción, inherente a cada docente, que orienta la generación de un sistema metódico que les permita dar respuestas



concretas, mediante el desarrollo y/o formulación de proyectos de investigación acorde a lo lúdico del contexto social en el cual tiene vida académica y del cual las instituciones universitarias son parte que hegemónica del bienestar social. Así se comienzan a desarrollar y a dirimir algunos planteamientos que darían respuestas sistemáticas a todos estos planteamientos, a saber;

QUÉ ES INVESTIGAR

A efectos de esta investigación, y sobre la base del contexto objeto de estudio, investigar se orienta a un acto académico, ético, responsable y responsable, que consiste en buscar información de relevancia que contribuya no únicamente a la solución de problemas reconocidos, sino también a determinar situaciones existentes en determinados sectores de la sociedad, con la finalidad de solventarlos y en algunos casos evitar el afloramiento de situaciones adversas para la humanidad. Siendo que las instituciones universitarias, tienen dentro de su condición normativa generar investigaciones que orienten a la resolución de problemas sociales con pertinencia humanista y de responsabilidad social.

EL TIEMPO PARA INVESTIGAR

No existe un tiempo específico para investigar, aun cuando es muy conocida la célebre frase **"no tengo tiempo para investigar"**, pero será esa la verdad?, en tal sentido, la experiencia de los investigadores, con la cotidianidad investigativa y la interacción con otros pares, permite inferir que, el no tener tiempo o el no dedicarse a hacerlo, debería gestar una acción, por parte de cada docente, a mirarse en el espejo de su propia realidad, inmiscuirse en él, para descubrirse el mismo, ver su realidad, la cual podría resultar muy dura y difícil de aceptar, pero solo cada quien podrá superar dependiendo del empeño que ponga en ello, debido a que la función docente es un compromiso que se asume con la institución y con la sociedad, por ser ellos los formadores de los futuros profesionales, responsables de conducir, los diferentes sectores o contextos que conforman la sociedad, la cual es cada vez más exigente y dinámica, motivo por el cual se requieren docentes más comprometidos con su función docente, que cumplan en mayor o menor escala las funciones que les corresponde.

En ese escenario sistémico, Arias y Aristizabal (2011), plantean que la universidad representa el segmento social liderizante en la generación de conocimiento, al cual además de asignársele la responsabilidad de la docencia y la investigación, le demanda soluciones a sus problemas. Por ende, la vinculación y transferencia de conocimiento a la sociedad, al sector productivo y al Estado constituye uno de los grandes desafíos de la organización académica.

Así se plantea que la generalidad dice que los docentes independientemente del nivel educativo en el cual desarrollen su actividad docente, realizan la planificación de sus actividades académicas, en las cuales por lo general reflejan los puntos a tratar y el tiempo estimado que se podrán abordar, respetando el horario de clases estipulado y tiempo de duración del periodo, escolar, o duración del trimestre o semestre, naciendo de esta afirmación unas interrogantes, ¿porque dentro de esa planificación no se estipulan horas que se dediquen a la investigación?, o ¿porque hacer uso de una parte de su tiempo disponible para investigar?, si se realiza una encuesta serán diversas las respuestas, pudiendo afirmar que la más frecuente seria no se dispone de tiempo para la investigación.



Pudiéndose observar, que algunos docentes se pasan la vida postergando para después o para mañana la función de investigar, sin tomar en consideración que el tiempo pasa casi desapercibido, que la vida es muy corta, y cuando se deciden iniciarse en el mundo de la investigación, se darán cuenta de que pasaron el tiempo dándole prioridad a otras actividades de mayor o menor envergadura pero que perfectamente pudieron haberla conjugado con la investigación, momento en el cual iniciarán un proceso retrospectivo, analizando todo el tiempo que invirtieron en ir al gimnasio, visitar los moles o centros comerciales, horas invertidas en la peluquería, tomar el té o el café con amigos o compañeros de trabajos y pare de contar, con todo esto no se pretende restarle valor a esta y otras actividades que el transcurso de la vida el individuo realizada, como parte de la cotidianidad.

Al respecto Marrero (2011. p.17), relata, “era un hombre muy ocupado. Su vida transcurría entre el trabajo, su familia y el tráfico, pero para él no tenía tiempo porque era una persona que vivía envuelta en sus actividades cotidianas. Siempre tenía una excusa para no empezar a realizar las cosas que en realidad le agradaban, como contar en una coral, continuar sus estudios universitarios, ir al gimnasio y buscar su realización interior. Aunque en muchas ocasiones se le presentaba la oportunidad de hacerlas, al final terminaba diciéndose: “Cuando tenga tiempo empiezo”.

Contrariamente al el referido relato de Marrero (2011), el tiempo de los docente, existiendo sus salvedades, transcurre en la realización de un sin fin de actividades, las cuales alternan con la impartición de sus clases, sin ocupar una pequeña parte de su tiempo a cumplir con el deber de investigar, aun cuando en variedad de oportunidades, compañeros y colegas les ofrecen su ayuda para que se inicien como investigadores, al igual que el hombre muy ocupado terminan diciendo **“no tengo tiempo para investigar”**

¿POR QUÉ INVESTIGAR? UNA INTERROGANTE DEL DOCENTE UNIVERSITARIO

Existe diversidad de razones que propician el desarrollo de investigaciones, independientemente del área de conocimiento en el cual se desenvuelvan los individuos, por siempre a las investigaciones se le ha impreso y respetado la relevancia de estas, siendo que desde ellas nacen las inventivas y la innovación de ciencias y grandes inventos, entre otros acontecimiento de relevancia mundial.

Porque investigar sustenta sus accionar en lo planteado por Nava (2014, p 3), al expresar que la investigación es considerada como una acción “humana, responsable, honesta, espontánea así como ética, se ha constituido en la forma más idónea de general conocimientos relevantes que redunden en el bien común, convirtiéndose al mismo tiempo en un agente multiplicador al igual que divulgativo de nuevos saberes”.

Así, los, o el proceso investigativo, es un acto que se ejerce desde tiempo remotos y que ha permanecido en la cotidianidad de quienes la consideran como una función que forma parte de su quehacer diario, por sentirse comprometido con el desarrollo de la humanidad, al general con ella haberes de imponente valor, que conducirán a solventar problemas, descubrir otros, generar nuevas investigaciones, al igual que utilizarlas para evitar en la medida que sea posible la generación de acciones que vayan en detrimento de los beneficios de los que goza la humanidad como fruto de los resultados que proporcionaron investigaciones anteriores”.



INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS COMO ENTES RESPONSABLES EN EL DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

Para Nava (2014), el nuevo contexto académico universitario, a generalizado que este sector educativo sea responsable de incidir en la generación del capital humano, donde se hace necesario contar con personas que posean modelos mentales orientados a los resultados, a la calidad, al aprendizaje continuo y creatividad. En este sentido, es pertinente resaltar los resultados que presenta Paredes (2003), quien señala algunas manifestaciones que han caracterizado la investigación universitaria:

- Escasa generación de relevo para la investigación.
- Poca vinculación con las actividades socioeconómicas nacional debido a la falta de promoción, difusión e inserción de los resultados de la investigación en el entorno inmediato.
- Desconocimiento de las capacidades internas debido a la asistemización de la data institucional que permite conocer las fortalezas y, en atención a ellas, orientar los esfuerzos de vinculación que permiten aprovechar las oportunidades del sector externo.

En este contexto, agrega Faneite (2007), la formación del talento humano es necesaria, porque de no realizarse una adecuada gestión del talento se continuará desperdiciando el capital intelectual de la sociedad y con ello se expondrá a una pérdida del conocimiento y de las competencias adquiridas con años de esfuerzo.

El mismo autor, plantea que en el estado Zulia, las cifras de investigaciones indican un insuficiente desarrollo de la investigación. Esta problemática se observa de acuerdo con indicadores tales como:

- Bajo porcentaje de investigadores activos.
- Alto índice de investigaciones no concluidas.
- Pocos investigadores en formación
- Limitada producción científica e innovación tecnológica.

La causa del problema se refleja en:

- Falta de planificación y gerencia de la investigación.
- Privilegios de la docencia sobre la investigación.

De esta situación, no escapan las instituciones universidades públicas, que fueron creadas con el fin de formar profesionales competentes, para responder a las necesidades de desarrollo regional, nacional e internacional frente a los avances científicos y tecnológicos en las áreas de desarrollo estratégico del país.

De acuerdo con experiencia de los investigadores, así como en entrevistas sostenidas, como momento teórico de la investigación, con docentes universitarios de distintas casas de estudios, se pudo conocer que en éstas no se desarrollan investigaciones donde se abordan situaciones



específicas en el ámbito de las organizaciones públicas y privadas, presentándose propuestas de mejoras y soluciones a problemas que afectan la calidad del desempeño de las mismas.

Además, el conocimiento generado a través de los proyectos de investigación, en ocasiones, según lo manifestado por los docentes, no se difunde al cuerpo académico, por lo que crece el capital intelectual individual en una proporción mayor que el capital intelectual colectivo. Situación esta última generada en muchas ocasiones por el egoísmo académico de mantener el conocimiento impregnado en un solo individuo o grupo de investigadores o colaboradores.

METODOLOGÍA

Hernández, Fernández y Batista (2008. p. 133), plantean que “los estudios descriptivos pretenden, especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. De la misma forma y según lo planteado por los mismos autores, es considerada no experimental de campo, ya que las variables de estudio no fueron manipuladas presentándose tal y como se muestran en el contexto de análisis, siendo así un estudio de campo, puesto que según lo planteado por Hernández, Fernández y Batista (2008), los estudios de campo se caracterizan por que la información o data es recolectada de la realidad misma donde se suceden los hechos, enmarcándose dicha investigación como descriptiva, con un diseño transaccional, no experimental de campo.

Instrumento de recolección de datos

Con la finalidad de obtener información de relevancia, se diseñó un cuestionario que se aplicó a los 285 integrantes la población objeto de estudio, por considerar que el cuestionario según Hernández y otros (2008: 310), es el “conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir”. La información recolectada fue tabulada haciendo uso de la estadística descriptiva, el referido cuestionario constó de 6 abiertas, el cual fue auto administrado por los investigadores.

Población

Según Arias (2006:81), la población “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. Por lo tanto para efectos de la presente investigación, esta es considerada como el universo objeto de estudio, los docentes universitarios de instituciones públicas y privadas ubicadas en la Costa Oriental del Lago, con dedicación a tiempo completo, por poseer características similares, que puedan permitir la finalización de la investigación, para los fines de la misma la población está constituida por miembros del personal docente de universidades tanto públicas como privadas, 285 en total, ubicadas en la Costa Oriental del Lago de Maracaibo, caracterizado por ser profesores contratados con dedicación a tiempo completo, tal y como se presenta a continuación.

Cuadro 01. Población

Tipo de Institución	Tipo de Personal	Sexo	Cantidad
Universidades Publicas	Docentes	Ambos	198
Universidades Privadas	Docentes	Ambos	187
Total General			285

Fuente: elaboración propia



CONCLUSIONES

Del análisis e interpretación de la información recaba de la aplicación del instrumento y de la socialización e interacción directa con los sujetos objeto de análisis, se pudo concluir que:

.- Los docentes, en su mayoría manifestaron no tener tiempo para el desarrollo de las actividades de investigación, ya que su tiempo lo invierten en preparación y desarrollo de actividades netamente académicas.

.- No se observa el desarrollo, afianzamiento y/o estructuración de una cultura, que fomente el desarrollo investigativo, a lo interno de las instituciones universitarias.

.- No existe una estructura institucional que haga seguimiento a la actividad investigativa de los docentes, por lo que no se puede generar una data o estadística de los procesos o proyectos de investigación iniciados, los que están en proceso, la etapa de avance y mucho menos los culminados.

.- Igualmente al no tener una estructura que oriente la investigación, a lo interno de algunas instituciones universitarias, no se puede definir una política o estrategia de acción que defina lineamientos y/o parámetros de acción.

.- El docente, el cual se requiere sea investigador, no fomenta investigaciones con pertinencia social, que den respuestas las necesidades sociales, desarrollando en ocasiones investigaciones aisladas a la realidad del contexto y de los tópicos académicos a los cuales él como docente, debe dar respuestas.

.- La carencia de mecanismo atractivos que impulsen a los docentes a asumir su rol de investigador, generan limitaciones a las mismas, por lo que se recomienda definir los mismos, sobre la base de algunos planteamientos a saber:

.- Postular a los por docentes, por lo menos una vez al año a la asistencia y/o participación a un congreso Nacional y a uno Internacional, contando con el apoyo económico para su asistencia, los cual los comprometería a perfilar su acción como investigadores.

.- Definir una práctica integrativa, atreves de la cual los docentes universitarios, generen y desarrollen investigaciones, apoyadas por los entes investigativos establecidos dentro de las instituciones (centros de investigación), que promuevan la incorporación de nuevos investigadores, incluyendo estudiantes como una forma de incentivar al docente a que igual que los estudiantes ellos se incorporen a este deber docente.

.- Implementar políticas institucionales que guíen la acción investigativa, con responsabilidad, ética y compromiso, por parte del docente

.- Promover la creación de redes de investigación interinstitucionales, atreves de las cuales se logre mediante revista, medios electrónicos, congresos entre otros, la divulgación de los resultados de las diferentes investigaciones, constituyéndose esto en un incentivo para los investigadores al poder difundir sus resultados a nivel nacional e internacional. Así mismo organizar periódicamente actividades que subliminarmente induzcan a la realización de tal actividad, atreves de los centros y redes de investigación de cada institución.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias F. (2006). **El Proyecto de Investigación**, Quinta Edición, Caracas-Venezuela, Editorial Episteme C.A.
- Arias J. y Aristizabal B, C.A. (2011): **“Transferencia de conocimiento orientada a la innovación social en la relación ciencia-tecnología y sociedad”** Pensamiento & Gestión, 31. Universidad del Norte, 137-166.
- Faneite, C (2007). **Gestión del talento humano en la producción tecnológica en las áreas de la ingeniería de las instituciones de educación superior**. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. Maracaibo-Venezuela.
- Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2008). **Metodología de la Investigación**. Cuarta Edición. México D.F. Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Marrero Ramírez, Ernesto, (2011). **Cuando Tenga Tiempo Empiezo**, Tercera Edición, Ediciones Alta Esfera, Quirón Ediciones, Impreso en Venezuela por Ediciones Gavilán, ISBN 978-980-7014-12-0, Deposito Legal Nro. If2872009800416, Caracas, Venezuela.
- Nava R, Nava M, De Guere M, Nava A, Linares J, Rodríguez J, Montiel R y Huerta A. (2014), **El Rol de Investigador**. Una Acción Poco Asumida por los Docentes Universitarios, Congreso Internacional de Investigación e Innovación Dos Mil Catorce, Universidad Centro de Estudios de Cortazar, ISBN 978-607-95635, Cortazar Guanajuato México 2014.
- Nava A. (2014). **El docente investigador y su rol protagónico en la integración institución – comunidad**. Conferencia Presentada en las I Jornadas Interdisciplinarias de Trabajos de Ascensos del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo. Maracaibo – Zulia – Venezuela.
- Paredes, P (2003). **Formación de equipo de alto desempeño para incrementar la productividad en Hidrolago**. Universidad Rafael Beloso Chacín. Maracaibo Venezuela.
- Salazar, J (2003). **Gestión del Conocimiento**. Origen e implicaciones organizativas. Revista Foro ES/NE (Centro de estudios técnicos empresarial N° 17 (Mazo). Págs. 25-27
- UNESCO (1998). **La educación superior en el siglo XXI: Visión y misión**. Disponible en: <http://www.education.unesco.org/educprog/wche/presentation.htm> Consulta : 23/11/2007



LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Ivonne María Gil Osorio
Universidad de La Guajira
ivongil68@gmail.com

Hernán Joaquín Carrillo Hernández
Universidad de La Guajira
herca65@yahoo.es

RESUMEN

La globalización económica, las preocupaciones por suscitar un patrón de desarrollo sostenibles, la progresiva demanda por parte de la sociedad civil de actuaciones empresariales responsables, los problemas medioambientales o el avance de las tecnologías de la información y la comunicación, son determinados factores que han hecho que las pequeñas y mediana empresas al igual que el resto de sectores de la sociedad, empiecen a tomar conciencia con el propósito de que las pequeñas y mediana empresas estén a la vanguardia de los cambios que suceden en un mundo tan cambiante. En suma la Responsabilidad social empresarial desde una perspectiva institucional que deben implementar las PYMES con sus grupos de interés, las cuales son motoras de desarrollo para las grandes economías. Esta investigación está dada desde la perspectiva interpretativa con un enfoque pospositivista, utilizando el método hermenéutico en contexto teórico, documental la cual está sustentada por los autores, Alfaya, (2010). Bueno (2009). Libro verdes (2001), De la Cuesta y Valor (2011), Gonzalo (2009), Rosales (2003) y Vallaey, (2011), entre otros. Es por ello, que la globalización económica a igual que la responsabilidad social empresarial cobra importancia desde un conocimiento fundamental de esta área, siendo visto de una perspectiva organizacional como instrumento innovador la cual le corresponde utilizarla como estrategias de competitividad, con el objetivo de ser compañías líderes en mercados nacionales e internacionales y por ello asegurar su sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.

Palabras clave: Globalización económica, responsabilidad social empresarial y PYMES

INTRODUCCIÓN

La globalización económica, requiere que las organizaciones inviertan grandes esfuerzos y recursos en el desarrollo de procesos estratégicos que las lleven a ser más competitivas como a sobrevivir en un ambiente cada vez más difícil, competidor en un mundo globalizado. Lo que hace falta es el desarrollo de estrategias empresariales más enfocadas a la búsqueda de soluciones como oportunidades para todos los interesados dentro de los confines de la ética, las partes interesadas (stakeholders),

Por otra parte la globalización es una realidad en el mundo, siendo que los consumidores buscan mayor grado de satisfacción, incide en la producción de las empresas de forma tal que buscan constante innovación para generar mayor valor agregado y competitividad, la cual ya no se relaciona solamente con la relación precio-producto sino con las ventajas que el producto de al consumidor frente a sus competidores.



En ese mismo orden, se plantea la necesidad de implementar la responsabilidad social empresarial, como nuevo enfoque de gestión administrativa, en las empresas, bajo la concepción de que con su aplicación se puede mejorar la competitividad de las organizaciones. El incremento sostenido de la competitividad es hoy un requisito indispensable para el crecimiento como para la propia viabilidad de las unidades productivas.

En este sentido Friedman (1984), sostiene que la responsabilidad debe integrar la visión de los grupos de interés dándole énfasis a la sustentabilidad de las actividades empresariales, es decir, la ve como un medio de supervivencia de largo plazo sin descuidar los resultados del corto plazo. Por otra parte afirma que debemos entender a los diversos grupos de interés, más allá de ver la competencia por los recursos dispersos y limitados, donde la razón fundamental de la actividad económica tiene que ver con la red que se forma entre los distintos actores y la colaboración y cuidado entre todos. Su visión propone que cada actor involucrado directa o indirectamente en las actividades de la empresa es parte del eslabón que agrega valor y bienestar para todos.

CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA

En estos momentos para Alfaya (2010). Sugiere varios conceptos de globalización, sus orígenes y causas, de las que se pueden destacar las siguientes: El proceso de globalización de la economía se ha acelerado desde la última década como consecuencia del impresionante desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, del transporte de personas y bienes. Es por ello que existe una mayor relación económica entre unos distintos lugares como territorios, por aislados que queden en el mapa geográfico. Consecuentemente las herramientas que utilicen adoptadas en el seno de una organización logran afectar a la economía de naciones enteras, así mismo la forma en que toman decisiones políticas de gobiernos considerándolos estratégicos los cuales afectarían sustancialmente los balances de resultados de las grandes corporaciones.

Por otra lado de acuerdo a Sáez (2008), la globalización económica “hace referencia a la creciente internacionalización de los procesos económicos (producción, inversión, comercio y finanzas), políticos y culturales, dando como resultado su acelerada interdependencia a nivel mundial y la generación de poderes y dinámicas que tienden a rebasar la capacidad de acción de los Estados y de los actores tradicionales condicionando claramente sus intervenciones”.

Siguiendo este orden El Banco Mundial (2009), entiende a la globalización económica “como un cambio general que está transformando a la economía mundial, un cambio que se refleja en vinculaciones internacionales cada vez más amplias e intensas del comercio y las finanzas y el impulso universal hacia la liberación del comercio y los mercados de capital por la creciente internacionalización, y por un cambio tecnológico que está erosionando con rapidez las barreras que obstaculizan el comercio internacional de bienes y servicios y la movilidad del capital”.

En otras palabras Bueno y Morcillo (2004): Las empresas que son los agentes dinámicos de esta internacionalización, la cual han alcanzado tamaños considerables en efecto, para no ver frenado su crecimiento y lesionados sus intereses, aceleran su multinacionalización en cuanto se abren nuevos mercados para no quedarse fuera o mal posicionados en los mismos. Por consiguiente, lleva a las organizaciones a promover procesos de internacionalización, con el



propósito de ajustarse a contextos más extensos, complejos e inciertos que son determinantes para afrontar con certeza el futuro de sus negocios.

Debido a lo anterior la globalización económica trae como consecuencia avance de una serie de poderíos a nivel mundial, entre los que matizan la tercera Revolución Industrial, la conformación de bloques económicos siendo estas las mayores y mejores interrelaciones que se presentan el mundo físico y financiero. En este sentido esta nueva revolución Industrial sería concebida tal con el avance de tecnologías de la información y comunicación.

En efecto la disposición a organizarse como bloques económicos es una directriz natural de los países industrializados que examinan para disminuir sus costes de transacciones comerciales entre ellos, a fin de suprimir barreras administrativas para unificar sus economías, con el fin de indagar, a su vez en la consecución de un mejor comercio para genera riqueza, actuando en grupo. Con el unificarse en áreas de libre comercio, con el propósito de implementar un sistema en forma progresiva de tarifas aduaneras comunes entre los países miembros, para llegar a una unión aduanera con el fin de eliminas todas las barreras arancelarias.

LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA Y SUS FACTORES

De la misma manera, se presentan factores macros que permitieron el aceleramiento del proceso de la globalización de la economía. El primero es la caída de las barreras arancelarias para un libre flujo de bienes, servicios y capital, que ocurrió luego del fin de la segunda guerra mundial. El segundo factor es el cambio tecnológico, particularmente el desarrollo dramático ocurrido en recientes años en tecnologías de comunicaciones, información procesamiento y transporte.

Siguiendo el orden de ideas, El Fondo Monetario Internacional (2009), destaco la existencia de ciertos factores como impulsores de la integración de la economía mundial:

1. Los adelantos tecnológicos, especialmente en comunicaciones e informática, que facultan a las empresas la coordinación en forma económica de las actividades de producción que se efectúan en distintos lugares, e igualmente facilitan la difusión más rápida y extensa tanto de las innovaciones tecnológicas como de los conocimientos especializados y reducen las fricciones del comercio internacional;

2. Las políticas económicas que han apoyado la integración de las economías nacionales, en el sentido de que los países han disminuido las barreras artificiales a la circulación de bienes, servicios y capitales; y,

3. Las instituciones de Bretton Woods, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) (en la actualidad la Organización Mundial de Comercio - OMC), que han cumplido un papel fundamental en incitar a un significativo número de países adopten sistemas económicos abiertos y sustentados en el mercado.

En ese sentido Sáez (2000), anota que el avance de las tendencias de la globalización económica a nivel mundial, obedeció a los "numerosos adelantos científicos-técnicos que se han producido desde hace una o dos décadas, de los cuales se destacan los progresos en el



transporte, las comunicaciones que han posibilitado la disminución de éstos que han revolucionado las nociones de espacio como tiempo, asimismo los descubrimientos en el desarrollo en materia de microelectrónica a su vez tecnologías de información que han propiciado una significativa revolución en la organización de la producción, las formas de producir, el control de la calidad de la producción, en la educación, en la cultura y en muchos otros aspectos de la vida de los individuos y de las naciones”.

Las cuales hacen posible una mayor integración de los países, mediante el uso de inversiones apoyadas en las tecnologías satelitales y, especialmente, del internet, la red de redes sociales mundiales. En este sentido los avances tecnológicos que algunos literatos consideran que han estimulado el nacimiento de una especie de "nuevo continente sin tierra", en el cual las divisorias convencionales fácilmente desaparecen, dando lugar al inicio de una "nueva economía". Es por ello que este argumento favorece, tácitamente, la disminución de aranceles a su vez obstáculos al movimiento de capitales entre los países.

ALGUNOS REFERENTES TEÓRICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Una concepción de Responsabilidad Social Empresarial cómo se entiende actualmente en la mayoría de los casos no es suficiente para, por un lado, entender y explicar la realidad social de las organizaciones, como por otro lado, conciliar la necesidad de establecer una sociedad más justa con unos intereses de mercado, económicos, sociales importantes para las organizaciones. Las empresas deben planear conseguir un equilibrio entre sus resultados económicos como su intervención en la sociedad; la cual requiere un modelo de organización cuya misión, visión, estrategia a su vez los objetivos organizacionales estén directamente relacionados con el concepto de bienestar de la sociedad.

En tal sentido, De la Cuesta y Valor (2009), la Responsabilidad Social supone el reconocimiento e integración en la gestión así mismo las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales como de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones que configuren sus relaciones con sus interlocutores. Cada vez hoy son más las empresas que desean asumir plenamente su responsabilidad social (prácticas más honestas, transparencia en la gestión, respeto al medio ambiente,) puesto que son conscientes de que en la economía actual de mercado, la legitimidad para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización (stakeholders).

Según El Libro Verde (2001), define la responsabilidad social de las empresas se entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales como sus relaciones con sus interlocutores. Consecuentemente con lo anterior la responsabilidad social empresarial es el compromiso consciente a la vez congruente de cumplir de manera endógeno como al exterior, al tomar en cuenta las expectativas sociales, económicas y ambientales de todos sus participantes, manifestando respeto por las personas, la comunidad en el entorno.

Asimismo Vallaey (2011), define la responsabilidad social empresarial como un conjunto de prácticas de una organización que formen parte de su estrategia corporativa, a fin evitar daños y/o producir beneficios para todas las partes interesadas en la actividad de la empresa (clientes,



empleados, accionistas, comunidad, entorno, etc.), siguiendo fines racionales y que deben en pro de un beneficio tanto para la organización como para la sociedad.

Continuando con este orden de ideas para construir los principios de la responsabilidad social de la empresa es necesario que la dirección las pymes realice un proceso amplio que invite a los colaboradores, demás grupos de interés a instituir los principios que orienten la gestión de responsabilidad social, que luego han de plasmarse en todos sus objetivos, políticas, a su vez sus programas. Estos principios deben enmarcar los fines legítimos de la empresa en promover el desarrollo humano sostenible de las personas involucradas en las relaciones internas y externas de la empresa.

Asimismo Valderrama (2011), hablar de responsabilidad social empresarial en la sociedad “consiste en la corresponsabilidad de la empresa hacia el desarrollo local en materia económica, social y ambiental, que involucre a las comunidades cercanas o grupos vinculados a su actividad productiva (clientes, colaboradores, proveedores), mediante la participación directa, la inversión social de recursos, y el voluntariado estratégico de sus colaboradores, con el fin de contribuir en la solución de problemas prioritarios que afectan el entorno en que conviven la empresa y sus públicos de interés”.

Finalmente una concepción de Responsabilidad Social Empresarial cómo se entiende actualmente en la mayoría de los casos no es suficiente para, por un lado, entender y explicar la realidad social de las organizaciones, como por otro lado, conciliar la necesidad de establecer una sociedad más justa con unos intereses de mercado, económicos, sociales importantes para las organizaciones.

En tal sentido, las empresas deben planear conseguir un equilibrio entre sus resultados económicos como su intervención en la sociedad; la cual requiere un modelo de organización cuya misión, visión, estrategia a su vez los objetivos organizacionales estén directamente relacionados con el concepto de bienestar de la sociedad es por ello que las organizaciones socialmente responsables hoy en día son capaces de integrar su visión, misión, estrategia, objetivos organizacionales con un modelo de intervención social responsable. Para lo cual su objetivo es alcanzar el equilibrio entre la responsabilidad social tanto su objetivo empresarial con el fin de obtener ventaja competitiva en el futuro.

CARACTERÍSTICAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Sin embargo la responsabilidad social empresarial es una nueva forma de hacer negocios mediante el compromiso empresarial de contribuir al desarrollo sostenible que engloba una dimensión de responsabilidad total para los stakeholders de la empresa, esto es, clientes, suministradores, trabajadores, la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en su conjunto.

Es por ello Mukier (2010), la responsabilidad social empresarial “puede entenderse en términos de obligaciones que una empresa tiene con su comunidad particularmente en relación con las actividades sociales y filantrópicas, medioambientales, entre otras.” De igual forma el sostiene que es “como un contrato tácito que tiene la empresa con la comunidad que le permite instalarse generar valor añadido en forma de productos a su vez servicios; a cambio la empresa crea puestos de trabajo para los ciudadanos que contribuye en la renta de la comunidad mediante el pago de los impuestos.



A su vez el autor sostiene que la responsabilidad social empresarial como herramienta de desarrollo, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social como el aprovechamiento de los recursos naturales, el medio ambiente. En este sentido las empresas deben formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero.

DIMENSIÓN EXTERNA

En la actualidad las compañías no funcionan de manera aislada con su entorno, en referencia a la relación del negocio de una empresa que posee un desarrollo social, la cual la conduce a producir beneficios económicos. Es por ello que en el largo plazo los objetivos sociales y económicos, no son intolerantes entre sí, sino que están completamente conectados. En tal punto que la responsabilidad social empresarial interviene en el contexto competitivo de una organización, consecuentemente la responsabilidad social empresarial es una estrategia de la organización.

Comunidades locales

De acuerdo al Libro Verde (2001). Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que inciden proporcionando puestos de trabajo, salarios, prestaciones sociales e ingresos fiscales. Actuaciones concretas en este ámbito son:

- Dar preferencia a las entidades proveedoras locales.
- Creación de empleo en el ámbito local de influencia.
- Donaciones o patrocinios a ONG's, iniciativas sociales, deportivas, culturales, ambientales, de cooperación al desarrollo.
- Voluntariado corporativo.
- Campañas de captación de fondos a favor de causas sociales o ambientales de la comunidad local o global.

Derechos humanos

A su vez el Libro Verde (2001). Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional; y las empresas deben evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos

Medio ambiente

Asimismo el autor plantea que la empresa debe contribuir a la consecución de mejoras sociales y ambientales a nivel mundial:

- Informando sobre los aspectos ambientales y sociales contemplados en el producto y/o servicio a producir o prestar.
- Extendiendo y compartiendo las buenas prácticas ambientales y sociales a lo largo de toda la cadena de valor.



- Adoptando códigos de conducta en materia de derechos humanos, condiciones laborales y gestión ambiental.
- Implicándose en programas de cooperación internacional.

DIMENSIÓN INTERNA

Siguiendo este orden de ideas el Libro Verde (2001). Dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, y la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción. Abren una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

Gestión de recursos humanos

Actualmente Curto (2012), uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan las empresas es atraer a trabajadores cualificados y lograr que permanezcan a su servicio. En este contexto, las medidas pertinentes podrían incluir el aprendizaje permanente, la responsabilización de los trabajadores, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos.

Salud y seguridad en el trabajo

A su vez Curto (2012). Tradicionalmente, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo se han abordado sobre todo mediante instrumentos legislativos y medidas ejecutorias. Sin embargo, la tendencia a subcontratar tareas a contratistas y proveedores hace que las empresas dependan en mayor medida del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud, la seguridad, sobre todo cuando trabajan en las instalaciones de la empresa. Las empresas, los gobiernos, las organizaciones profesionales están buscando cada vez con mayor intensidad modos complementarios de promover la salud, la seguridad utilizándolas como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas para promocionar sus propios productos o servicios.

Adaptación al cambio

En tal sentido el Libro Verde (2001). La deslocalización y la reestructuración empresarial son dos fenómenos muy generalizados. El efecto negativo que tienen sobre los empleados y las comunidades afectadas es innegable. No obstante, la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial puede ayudar a suavizar estos efectos no deseados, por ejemplo, a través del fomento de la empleabilidad entendida como la capacidad de una persona de conseguir trabajo, mantenerlo y reubicarse en caso de reestructuración. Consideramos estos aspectos de gran importancia en el contexto en el que nos encontramos actualmente,

Gestión de impacto ambiental

Igualmente el Libro Verde (2001). Afirma que en general, la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes puede reducir el impacto sobre el medio ambiente. También puede resultar ventajosa para la empresa al reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos y disminuir los insumos y los gastos de



descontaminación. Distintas empresas han determinado que un menor consumo de materias primas puede redundar en un aumento de la rentabilidad y competitividad. En el ámbito del medio ambiente, estas inversiones se consideran normalmente ventajosas para todas las partes (win-win opportunities), tanto para las empresas como para el entorno natural.

Considerando los postulados anteriores según los autores las características de la Responsabilidad social empresarial como estrategia empresarial es que todas las organizaciones son cada vez están más conscientes de que cada decisión debe considerar las implicaciones económicas, sociales y ambientales y el impacto positivo (o negativo) que pueda tener sobre todos los públicos interesados de la empresa. Es por ello que las empresas que incorporan la responsabilidad social empresarial con sus grupos de interés tanto interno como externos, con estas relaciones ganan en competitividad, en sostenibilidad, en productividad y en una mejor imagen y posicionamiento.

PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: CONCEPCIÓN TEÓRICA DE LA PYMES

En estos momentos las pymes tienen un rol muy significativo en la generación de empleo como su crecimiento económico; asimismo el impacto que crean por su cercanía, la cual promueven en los lugares en donde realizan su actividad productiva, principalmente en referencia con respecto a las grandes compañías al ser en infinidad de veces distribuidores de las mismas. En efecto las pymes son un factor importante para el desarrollo de las grandes economías, se caracterizan por su flexibilidad, la innovación, la rápida respuesta a cambios como la articulación intra-sectorial y están representadas en confecciones, alimentos, metalmecánica, plástico, industria gráfica y servicios.

Asimismo Gonzalo (2009). las Pymes poseen ventajas competitivas importantes: su tamaño les permite una respuesta rápida a los cambios del entorno y facilita su integración como eslabón en cadenas productivas; también como proveedores eficientes de bienes intermedios o finales y de servicios en esquemas de subcontratación nacionales o internacionales que alimentan el surgimiento de empresas nacionales más grandes.

De esta manera Rosales (2003). Las Pymes compiten tanto con grandes empresas nacionales y multinacionales como las microempresas, las empresas informales. En consecuencia, para una Pyme lograr sus objetivos de participación, de rentabilidad, de posicionamiento, entre otros, sin una estructura diversificada o compleja, con ciertas limitaciones de capital a su vez de tecnologías, debe trazarse estrategias competitivas que le permitan mantenerse, crecer y desarrollarse en medio de la fuerte competencia, directa e indirecta, que encuentran en sus mercados.

Consecuentemente con lo anterior las PYMES son consideradas como eje impulsor del crecimiento económico, por su capacidad de generar empleos y además por conformar un eslabón fundamental en la cadena de producción, participando como proveedora de grandes empresas como canal de distribución. Sin embargo, este sector se encuentra involucrado en una dinámica de cambios constantes en entorno locales, regionales, nacionales y globales, donde se imponen por una parte la globalización de los mercados como las tecnologías de información y comunicación (Tics), y por la otra, la atención al impacto social y ambiental de sus actividades.



Igualmente las Pymes deben considerar un diseño de sus estrategias, los cambios generados en su entorno económico, político, social, tecnológico como cultural, respondiendo con rapidez y agilidad a los requerimientos demandados e incorporando dentro de sus objetivos el desarrollo social, proyectando sus beneficios hacia las localidades donde se encuentran inmersas y la responsabilidad social empresarial atendiendo a la protección del ambiente, desde una perspectiva que equilibre el desarrollo económico con el social y la competitividad con la sustentabilidad.

CONSIDERACIONES FINALES

De lo expuesto anteriormente, se señala a continuación después de analizar diferentes posturas que soportan el sustento teórico alrededor de los paradigmas de la realidad social evidenciada en torno a la globalización de la economía y su relación con la responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas. La globalización económica es un desafío para la sociedad internacional. Desde esta perspectiva la globalización económica se presenta como una nueva oportunidad para pequeñas y mediana empresa, para los gobiernos y la sociedad civil, al reconocer que su éxito está en función de factores: financieros, ambientales, sociales, claves para mejorar su rentabilidad, viabilidad y legitimidad.

Dentro de este contexto, el mundo globalizado necesita empresas con altos grados de competitividad que generen valor agregado para el mercado, los stakeholders que inciden en las decisiones de la empresa. Las políticas de responsabilidad social interna son especialmente relevantes en el caso de compañías multinacionales, ya que, en un contexto de internacionalización como el actual, la legislación laboral resulta menos efectiva.

Es por ello que esta situación demanda de los gerentes de la Pymes una gestión responsable caracterizada por su capacidad de respuesta, rapidez, innovación, flexibilidad, además de la inclusión de la dimensión territorial en el diseño de estrategias, con el objeto de lograr el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles. De esta forma el incremento de la competitividad.

Consecuencia de la internacionalización y globalización de las empresas la incrementa un aumento de los conflictos tanto interno como externo, lo que conlleva a la búsqueda de búsqueda de un equilibrio entre los espacios económico, social y medioambiental un desarrollo sostenible así como la responsabilidad social empresarial se convierten en dimensiones que necesitan de una gestión estratégica.

Asimismo, se requiere incorporar una cultura organizacional sustentada en valores que provenga del consenso de los miembros de la organización para que estos la internalicen y se logre la transformación de la gestión empresarial. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfaya, V (2010). **Responsabilidad social empresarial (RSE). La empresa “sostenible”**.



Bueno y Morcillo (2009) **Fundamentos de Economía y organización Industrial**. Madrid: Mc Graw Hill.

Comisión de la Comunidad Europea (2001). **Libro verde Bruselas para Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas**. Bruselas, citado en Encabo, La RSE y las políticas públicas, Valencia.

Curto M, (2012). **La Responsabilidad Social Interna de la Empresas**. IESE. Business School. Universidad de Navarra. España.

De la Cuesta y Valor (2011). **Boletín económico de ICE N° 2755**

Friedman, M. (1984) **The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits**. The New York Times Magazine.

Gonzalo J. (2009). **Pymes innovadoras**. Cambio de Estrategias e Instrumentos.

Mukiur, R. (2010). **Actitudes de los empresarios y directivo hacia la Responsabilidad Social Corporativa. (Spanish)**. Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones.

Rosales, R. (2003). **Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa**. Caracas: Ediciones IESA.

Sáez, M (2008) “**Globalización financiera, crisis mundial e impacto sobre América Latina**”, en Revista Economía y Política, No. 4, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Cuenca, Cuenca.

Valderrama H., (2011). **Manual de Responsabilidad Social Empresarial. Taller: Una estrategia sostenible y competitiva para una empresa**. Integración Centroamericana por la Responsabilidad Social Empresarial (INTEGRARSE) y Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

Sáez M, (2000) “**Globalización financiera, crisis mundial e impacto sobre América Latina**”, en Revista Economía y Política, No. 4, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Cuenca, Cuenca.

Vallaes, f (2011). **Responsabilidad social universitaria, propuesta para una definición madura y eficiente**. Tecnológico de Monterrey, México.



TECHO DE CRISTAL Y SU GENERALIDAD EN EL CONTEXTO SOCIAL E INTERACTIVO DE LA MUJER

Misleida Nava

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt
misleida@hotmail.com

Jackeline Canelones

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda

Blanca Rojas de Uzcátegui

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda

RESUMEN

La investigación estuvo dirigida a realizar un análisis del Techo de Cristal y su Generalidad en el Contexto Social e Interactivo de la mujer. Dicha investigación se fundamentó en las teorías planteadas por Hymowitz & Schellhardt (1986), y De Güere, Paz, Mejías, Hernández, Garrido y Alvarado (2012). El estudio fue dirigido bajo un enfoque de tipo descriptivo, de diseño transaccional, no experimental de campo. Para recolectarla información, se utilizó un cuestionario conformado por 49 ítems con respuestas escala Likert. La validez del instrumento se realizó con el juicio de diez expertos en la materia. La confiabilidad fue determinado mediante el coeficiente alfa de Cronbach reflejando un resultado de 0.80 (80%). Para el análisis de los resultados se utilizó la estadística descriptiva que permitió llegar a la siguiente conclusión: Las mujeres han desarrollado una posición de respeto y respaldo mutuo que les ha permitido un accionar y un avance significativo, en el posicionamiento y/o empoderamientos de cargos en diferentes ámbitos sociales. Igualmente, se concluye, que el Techo de Cristal no se ha convertido en una barrera impermeable que les impida a la mujer ascender a cargos de relevancia y significancia social en la diversidad de contextos en los cuales se desarrollan. Siendo que esta actitud femenina es la punta de lanza de mujeres proactivas con conductas y/o comportamientos diferenciadores digno de ejemplo para otras mujeres e incluso para hombres que esperan un ascenso relevante en diferentes ámbitos.

Palabras Clave: Techo, Cristal, Contexto

INTRODUCCIÓN

La presente investigación abordó aspectos relacionados con el techo de cristal, como una limitante para el ascenso a cargo de relevancia de la mujer en ámbito laboral, definiendo el término por los estudiosos del tema y generando como aporte la definición del mismo por parte de las investigadoras, así mismo se incursionara en los aspectos de relevancia que se involucren en la temática investigada.

Muy recientemente investigadores han comenzado a hablar del techo de cristal, como una novedad en el mundo laboral, aun cuando desde 1986, se acuña el término techo de cristal en un informe sobre mujeres ejecutivas el cual es considerado por los estudiosos del tema como una limitante para las mujeres dentro de las organizaciones, empresas o instituciones para acceder a puestos de envergadura dentro de ellas, destacando dentro de una de las razones que estas son el sexo débil.



Por lo que surge la inquietud de abordar investigaciones que conlleven a corroborar lo de la debilidad o fortaleza de la mujeres en el mundo laboral, así como su entereza, entusiasmo, dinamismo y responsabilidad con la que asumen sus quehaceres laborales, dentro de un mundo totalmente diferente al del seno familiar, en el cual ejercen un rol protagónico, en donde logran traspasar el famoso techo de cristal sin dificultad alguna, convirtiéndolo en permeable, para ellas.

TECHO DE CRISTAL. GENERALIDADES

Hace 28 años se comienza a introducir una nueva conceptualización en el mundo laboral, siendo así como, el término “techo de cristal” fue acuñado en 1.986 en un informe sobre mujeres que desempeñaban cargos ejecutivos. Resaltando la labor de estas, al lograr alcanzar altos puestos ejecutivos, aun en contra de quienes consideran que las mujeres no poseen el potencial para ejercer los mismos.

En este sentido según (Hymowitz, C., & Schellhardt, T. D., 1.986), “el techo de cristal es un concepto relativo a los obstáculos que enfrentan las mujeres que ejercen o aspiran a ejercer altos cargos (en igualdad de condiciones y salario), en corporaciones así como en todo tipo de organizaciones: gubernamentales, educativas y sin fines de lucro. Estas autoras analizaron el techo de cristal con respecto a mujeres en el mundo empresarial y se centraron en el ascenso a cargos de alto nivel. Tomando en cuenta que las mujeres se enfrentan a las vicisitudes de la discriminación masculina, quienes venían desempeñando estos cargos como si fueran sinónimo de sus actos o acciones masculinas”.

Ante esta situación se comienza a analizar la posición de las mujeres ante la imperante necesidad de analizar el comportamiento de estas, ante la presencia del incremento en el posicionamiento de mujeres en altos cargos gerenciales, mostrando así su capacidad de desempeñarse como ejecutivas de alta relevancia que permiten un desarrollo organizacional de efectividad.

En los últimos años, se ha visto como la mujer ha evolucionado en el empoderamiento de múltiples cargos y/o acciones en los ámbitos laborales, culturales, religiosos, políticos e incluso han asumido liderazgos sociales que les han permitido mantener una posición de respeto y acompañamiento o seguimiento de una gran multitud de personas. En este caso es oportuno mencionar como la figura femenina se gesta y realza cada vez con mayor ímpetu al asumir cargos y/o posiciones de renombre, en diferentes niveles.

Hecho este que implica una posición de descontento y/o rechazo por la parte del sexo opuesto quienes al verse desplazados, asumen posiciones críticas, acciones y/o comentarios en detrimento de esta nueva gesta femenina de empoderamiento en diferentes ámbitos sociales, que orientan una nueva gerencia más sociable e integradora por las características propias de la mujer.

LA MUJER Y SU ACCIÓN EN LA DIVERSIDAD DE LAS DIMENSIONES SOCIALES. TECHO DE CRISTAL EN LA MULTICULTURALIDAD

El siglo XX, represento y continuara representado un marco de referencia en la historia al referirse al auge de la mujer en su accionar en la diversidad de las dimensiones sociales, sin dejar de reconocer y renombrar la destacada participación de una serie de mujeres luchadoras



y emprendedoras que enaltecieron con sus aportes y participación activa la independencia de los pueblos, contribuyendo así desde épocas milenarias al desarrollo social, económico, político, religioso, cultural, entre otros, que han enaltecido su presencia en el ámbito mundial, que contribuyó a que en la actualidad las mujeres estén marcando pautas en la modernidad.

Dicho planteamiento se soporta con lo expresado por Marisa Rivera Albert, en su trabajo titulado *El liderazgo de las hispanas* (2003), la referida autora es presidenta del National Hispana Leadership Institute, quien plantea.

“El siglo XX marcó un momento decisivo para muchas mujeres, hoy en día las mujeres se hacen escuchar, ya no están más confinadas a sus hogares. Podemos decir que la mujer en el ámbito social y político sí ha progresado, pero en cuanto a la igualdad de oportunidades y de participación en las estructuras de poder, y de la toma de decisiones, en puestos de influencia, existen todavía mucha discriminación y poca igualdad. Todavía nos quedan muchas barreras por derrotar, todavía no tenemos igualdad en los salarios, el acoso sexual en los empleos y la violencia doméstica son problemas que influyen en el poco progreso de la mujer. El 51 % de la población mundial es femenina, en algunos países las mujeres constituyen el mayor porcentaje en la población laboral y en algunas profesiones, como por ejemplo: hotelería, restaurantes, trabajos sociales y de salud, educación, sin embargo eso no se traduce en un mayor acceso a los cargos directivos. Es de principal importancia sensibilizar a los funcionarios del gobierno y a la población sobre los temas relativos a la mujer. Y quiero enfatizar que todos los temas son temas de la mujer”.

Todo este argumento puede referenciar la participación de la mujer en los diferentes contextos laboral, social, cultural, religioso, educativo y político, entre otros, haciendo referencia a lo planteado por De Güere, Paz, Mejías, Hernández, Garrido y Alvarado (2012), quienes plantean que la mujer en su accionar diario se desempeña en diferentes ámbitos con repercusión social, tal como se menciona a continuación;

Se podría considerar que en el **aspecto político** estas, marcaron, marcan y continuarán marcando huellas indelebles en función del bienestar para las comunidades, ejerciendo cargos de gran envergadura y responsabilidad no solo en ámbito nacional sino también en el contexto mundial, por las responsabilidades asumidas, como presidentas de determinado país, alcaldesas, gobernadoras, concejales, diputadas, Presidentas del Tribunal Supremo de justicias, del Consejo Nacional Electoral, como es el caso de Venezuela.

Resulta importante destacar como recientemente el pasado mes de agosto del año 2010, el pueblo Argentino deslumbra al convulsionado mundo político al reelegir a su actual presidenta, para que continúen gobernando por un segundo periodo de tiempo. Decisión que habla muy bien del accionar femenino al frente de un país, así como de la confianza que tienen en ella para el futuro inmediato del colectivo al cual representa.

La participación de la mujer en el aspecto político se manifiesta en el hecho de que estas consideran que deben actuar, ir más allá del hecho de ejercer su derecho al voto sino también ocupar una banca, tener un asiento, y no solo contribuir a que otros lo posean, con la intención de incidir y formar parte activa en la toma de decisiones que involucren el bienestar y seguridad del género. Así como poder actuar en favor de las cosas en las que creen fortifican el bienestar común.



Aspecto Militar: orgullosamente se puede observar como ejercen cargo militares de relevancia para el país en el cual viven, siendo estos unos de los aspectos que las caracterizan en el actual siglo, donde su presencia es masiva en la mayoría del conglomerado laboral.

La Labor Familiar. Es una muy dura labor para la mujer sobre todo si ejerce funciones laborales fuera del hogar, pero aun así la asumen con total responsabilidad, dentro del hogar ejerce múltiples roles, entre los que destacan en primer lugar el ser madre, en muchas ocasiones, cabeza de casa, maestra, líder, doctora, abogada, negociadora, conciliadora, administradora, protectora, estudiante, entre otros a los cuales no se le resta importancia, sin dejar de destacar que poseen la responsabilidad de traer vida al mundo.

En el proceso de **formación a nivel universitario:** en este tan importante proceso para el progreso de las naciones, resulta importante destacar la participación de la mujer de cualquier edad, destacando el acontecimiento de que en las aulas o salones de clases la mayoría de los participantes o estudiantes son mujeres, sin tomar en consideración el perfil de la carrera o licenciatura que están cursando, este hecho se puede evidenciar tanto en universidades públicas como privadas, así como el hecho de que en los actos de grado el mayor porcentaje de graduando son del sexo débil mujeres inclusive algunas de muy corta edad.

Esta realidad se ejemplifica cuando el pasado 29 de Enero del año 2010, egresa de la Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt", ubicada en la ciudad de Cabimas, Estado Zulia-Venezuela, la primera promoción de ingenieros en gas, a nivel de Latinoamérica, conformada por 162 jóvenes de diferentes estados venezolanos, de los cuales aproximadamente el 65% de los egresados correspondían al sexo débil (mujeres), lo que conlleva a detectar su presencia en el ámbito laboral con una gran representación.

La presencia del género en el **ámbito empresarial,** se visualiza en cualquier área del quehacer laboral, no les importa las condiciones adversas o duras del sitio trabajo, las ejercen con normalidad y con un gran compromiso, estas ejercen labores como surtidoras de combustibles en estaciones de servicio, conductoras de unidades de transporte público, gerentes de personal de mantenimiento, jefas de nómina de contabilidad de finanza, vendedoras ambulantes, hasta diputadas, congresistas y presidentas de países, ante estas afirmaciones, resalta una interrogante, existe en la actualidad alguna labor o función empresarial la cual no se haya ejercido por una mujer?.

Ante tal interrogante conviene reflexionar y detenerse a pensar en relación a la participación del género en el aspecto religioso, en este también se visualiza su presencia y muy significativamente, se podría considerar que es el medio en cual aún existen separaciones entre las funciones de la mujer y las del hombre, en relación a que no existen mujeres sacerdotes ni se ha designado una mujer como papa. Aun cuando existen algunas religiones que permiten que las mujeres escalen ciertas posiciones dentro de su estructura.

En el **área de Educación,** o mejor conocido como el proceso de impartir la docencia a cualquier nivel, también se ha visto favorecido por la presencia del género, labor que desempeñan con mucho amor y dedicación en especial en los primeros años de escolaridad de los niños, son tan tiernas y amorosas como su fuesen la madre de cada niño que asisten, son dedicadas a esta gran labor, de inculcar desde muy temprana edad valores significativos, a quienes representan la generación reemplazo, para el futuro inmediato.



El **ámbito o área Médica**, no se escapa a la presencia de la mujer contribuyendo, con su acertada labor, al bienestar de la salud de niños, jóvenes, adultos y ancianos, su loable faena enaltece la función del género a nivel mundial. Ya que mediante la psicología, la mujer se orienta al desarrollo de ayudas y asesorías, en el caso de la mujer maltratada así como en la atención clínica y orientadora a niños, jóvenes y adolescentes, con efectos traumáticos y postraumáticos, que le generan disonancia actitudinales.

En el **mundo de las Leyes** es impresionante y alegador verlas como se desenvuelven en este apasionante universo, apegadas a las leyes de las cuales hacer uso, en busca de la igualdad, la verdad, el respeto, la justicia y la equidad. De quienes encuentran una esperanza en la correcta aplicabilidad de ellas.

En relación a la participación del género a nivel mundial en los diferentes contextos, cabe destacar lo manifestado por Silvia Chauvin, en El Foro de Mujeres del Mercosur (2003), en este foro la destaca Silvia, da a conocer la designación que se otorga a este prestigioso evento, al expresar:

Un éxito que nos enorgullece alcanzamos en 1998: El 22 de julio de ese año, por Resolución del Grupo Mercado Común Nro. 20, el Foro de Mujeres de Mercosur fue designado como único organismo no gubernamental regional reconocido con la misión de asesorar y recibir consultas de la Reunión de Mujeres del Mercosur, ese espacio de poder y presencia que las mujeres tenemos dentro del Mercosur al que llamamos comúnmente la REM. De esta manera desarrollamos un rol más activo dentro del bloque regional y consolidamos nuestra acción. Asimismo se nos encomendó posteriormente prestar asistencia técnica, sostener y monitorear a la problemática de la mujer dentro del Mercosur. Como podemos ver nuestra actividad, función y objetivos son muy amplios y mucho podemos hacer y queda por trabajar y aprender. (Fin de la cita).

Es así como se puede afirmar que en el mundo desde siempre la mujer se ha destacado en los diferentes espacios en los cuales ha incursionado destacando su presencia, en la música, cultura, la actuación, como escritoras, políticas, religión, militares, académicas, entre otras.

Rompiendo el Techo de Cristal

Resulta muy cierto que existen países en los diferentes continentes, donde el romper y traspasar el techo de cristal, resulta casi imposible, podría decirse que un sueño difícil de cumplir, una meta inalcanzable, sin embargo en algunos contextos, ese sueño si se cumple, y se ha logrado alcanzar la misma, como es el caso de Argentina, país en el cual los dos últimos periodos presidenciales han sido dirigidos por mujeres, así mismo Brasil quien en la actualidad, está siendo dirigido al igual que Argentina por una mujer.

Para romper el techo de cristal, se requiere de mujeres con convicción emprendedora, donde las acciones adversas a su gestión, se conviertan en elementos inspiradores e impulsores de lucha o de incentivo para seguir enfrentando situaciones difíciles que les permitan seguir enfrentando y asumiendo posiciones de relevancia caracterizadas por una visión holística y futurista, donde la proactividad, el poder de discernimiento, la capacidad de intuición, la constancia, la sencillez de asumir retos, así como el pensamiento flexible y el deseo de superación, sean los valores que enaltezcan su posicionamiento.



EL CASO VENEZOLANO ANTE EL TECHO DE CRISTAL

Resulta sumamente polémico hablar del techo de cristal en el caso de la mujer venezolana, ya que se podría afirmar que estas forjadoras de futuro, si han llegado al techo de cristal, hasta tocarlo, lo han roto, traspasado y se han quedado sobre él. En tal situación, podría decirse que unas con más dificultades que otras, pero allí están, en ese mundo inalcanzable para la mujer hace muchos años atrás, pero que aun en muchos países, se encuentra muy fuerte, lamentablemente.

En Venezuela, orgullosamente se puede decir que existen, muchísimas mujeres que no han temido al techo cristal, la mujer venezolana se ha desarrollado y continúa desarrollando en los diferentes sectores de la economía y estratos sociales, listando entre ellos de manera general, en el mundo empresarial, así como en el ámbito militar, político, cultural, educativo, religioso, entre otros elementos de renombre social.

Haciendo oportuno mencionar la destacada participación y representación de la mujer venezolana en el exterior, en otros contextos no analizados en este análisis, como lo son el mundo de la moda, la belleza, en mundo artístico, entre otros aspectos inherentes a la multiculturalidad femenina.

METODOLOGÍA

Dicha investigación fue desarrollada bajo un esquema de tipo descriptiva, de campo, con diseño no experimental, transeccional, para lo cual Hernández, Fernández y Batista (2008. p. 133), plantean que “los estudios descriptivos pretenden, especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

De la misma forma y según lo planteado por los mismos autores, es considerada no experimental de campo, ya que las variables de estudio no fueron manipuladas presentándose tal y como se muestran en el contexto de análisis, siendo así un estudio de campo, puesto que según lo planteado por Hernández, Fernández y Batista (2008), los estudios de campo se caracterizan por que la información o data es recolectada de la realidad misma donde se suceden los hechos, enmarcándose dicha investigación como descriptiva, con un diseño transaccional, no experimental de campo.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de la información se utilizó un instrumento conformado por 49 ítems con respuestas escala Likert. La validez del instrumento se realizó con el juicio de diez expertos en la materia. La confiabilidad fue determinado mediante el coeficiente alfa de Cronbach reflejando un resultado de 0.80 (80%), lo que garantizó que el instrumento poseía un alto grado de confiabilidad.

TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

Sobre la base del tipo de investigación desarrollada y en función de dar respuesta a la intencionalidad de la misma, para el procesamiento y análisis de los resultados se utilizó la estadística descriptiva, haciendo uso del cálculo de frecuencias absolutas y relativas, lo cual permitió llegar a las conclusiones y reflexiones finales que se muestran como resultado de la investigación.



CONCLUSIONES

Del estudio y análisis de los contenidos, así como de los resultados obtenidos del tratamiento estadístico utilizado, estos permitieron concluir que:

.- Las mujeres han desarrollado una posición de respeto y respaldo mutuo que les ha permitido un accionar y un avance significativo, en el posicionamiento y/o empoderamientos de cargos en diferentes ámbitos sociales. Situación está que les permite desarrollar competencias diferenciadoras que accionar su desempeño con alto grado de calidad y efectividad.

.- La mujer por su propia actitud emprendedora, ha desarrollado un comportamiento reflexivo que les ha permitido gestar una conducta de empoderamiento de procesos, sistemas y ciclos sociales, culturales, religiosos, políticos, económicos, entre otros, que han desempeñado con valentía, a espaldas de acciones en detrimento, las cuales lejos de generar en ellas desmotivación o temores, se han convertido en elementos de fortaleza que las han asumido como competencias diferenciadoras que les dan fuerza de acción y reacción.

.- Así el Techo de Cristal no se ha convertido en una barrera impermeable que les impida a la mujer ascender a cargos de relevancia y significancia social en la diversidad de contextos en los cuales se desarrollan. Siendo que esta actitud femenina es la punta de lanza de mujeres proactivas con conductas y/o comportamientos diferenciadores digno de ejemplo para otras mujeres e incluso para hombres que esperan un ascenso relevante en diferentes ámbitos.

.- Resulta difícil ubicar un sector de la sociedad donde la mujer no haya tenido un desenvolviendo e incursionado en diferentes roles y que no haya tenido éxito de acción, que le permita continuar en ascenso hacia una carrera exitosa, a corto, mediano o largo plazo, pero es característico del ímpetu y convicción de la mujer de ser diferente y mostrar su valentía ante el convulsionando mundo en el cual le toca enfrentar múltiples roles simultáneamente.

.- Las mujeres han roto mitos, tabús, creencias y paradigmas existentes desde tiempos milenarios, relacionados a la función de ellas, la cual era sumisa a la acción netamente familiar, donde su rol principal estaba restringido al de esposa – madre- ama de casa, existiendo muy pocas opciones de integrarse a otros contextos sociales en los cuales también podrían hacer vida activa sobre la base de su interactividad como ser bio psicosocial, que dispone de habilidades, destrezas y capacidades.

.- El techo de cristal inicialmente concebido como una limitante o barrea para la mujer, en el ámbito laboral y social, se ha convertido en un estímulo para que estas logren alcanzar metas y asumir roles, hasta la fecha limitados para ellas, y que les permitieran estar a la par del género masculino, de manera de eliminar barreras que permitieran la prevalencia de supuestas competencias diferenciadoras.

.- La mujer ha cambiado la impermeabilidad del techo de cristal, por un techo permeable, que le permite un accionar integrador y representativo de acción y reacción ante las adversidades a las cuales se enfrenta, producto de la inconformidad del sexo opuesto al sentirse desplazados, lo que les genera desmotivación y baja autoestima al verse liderados por las mujeres.



.- Los resultados permitieron determinar que las mujeres no tiene temores al cambio a lo desconocido, asumiendo posiciones que les permitan anticiparse a ellos y abordarlos con entusiasmo y entereza, asumiendo posición de visualización y preparación para su enfrentamiento, gracias al grado de intuición que las caracteriza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

De Güere M, Paz D, Mejías M, Hernández R, Garrido A y Alvarado J (2012). **Congreso Internacional de Investigación e Innovación. Multidisciplinario.** Universidad Centro de Estudios de Cortazar. Cortazar – Guanajuato – México. ISBN: 978-607956353-0

Hernández, Fernández y Baptista. (2008). **Metodología de la investigación.** Editorial McGraw Hill. Edición. México.

Hymowitz, C., & Schellhardt, T. D., (1986). **The Glass Ceiling-Special Report on the Corporate Woman”**

Rivera Albert, M. (2003), **El liderazgo de las hispanas,** Presidenta del National Hispan Leadership Institute.



LIDERAZGO RESILIENTE COMO HERRAMIENTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA

Piña Elimar
PEQUIVEN
edpina@urbe.edu.ve

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar el liderazgo resiliente como herramienta para el mejoramiento de la productividad laboral en la industria petroquímica, para ello se fundamentó en la teoría de Grotberg (2004) Melillo y Suárez (2001) Alles (2009), Robbins y DeCenzo (2008) La Organización Internacional del Trabajo (OIT 2012) entre otros autores en el área de resiliencia y productividad laboral. Esta es una investigación enmarcada dentro del paradigma positivista, de tipo descriptiva con diseño no experimental, de campo y transeccional analítica. La población del estudio está constituida por la industria petroquímica, de la cual se extrajo una muestra probabilística a conveniencia compuesta por las empresas Pequiven, Polinter y Propilven, siendo los sujetos de estudio ochenta y un gerentes y superintendentes de dichas empresas, a los cuales se les aplicó un cuestionario conformado por un escalamiento de actitud de Likert con 50 ítems, el cual fue validado por expertos y presentó una confiabilidad de 0,98; medida con el coeficiente alfa de Cronbach, este resultado permite calificarla como una confiabilidad positiva fuerte. Dentro de las conclusiones principales de esta investigación se obtuvo, que la resiliencia está presente en el liderazgo de los gerentes de la industria petroquímica; la productividad laboral de las empresas es alta, destacando la importancia de las competencias laborales y el desacuerdo de los sujetos estudiados en cuanto a los indicadores. Finalmente, se presentan recomendaciones en aras de fortalecer el liderazgo resiliente como herramienta para el mejoramiento de la productividad laboral en la industria petroquímica, para lo cual se establecieron lineamientos teórico-prácticos aplicables a las organizaciones estudiadas.

Palabras clave: Liderazgo resiliente, productividad laboral, industria petroquímica.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones a nivel mundial afrontan cotidianamente el reto de hacer frente al acelerado fenómeno del cambio en todas sus esferas: económica, tecnológica, científica, social; persiguiendo como objetivo constante la anticipación y adaptación al mencionado proceso, emprendiendo labores de preparación para evitar en mayor medida las posibles consecuencias de esa necesaria capacidad adaptativa con la que deben contar las mismas.

Estos entes productivos denominados “Empresas Globales”, poseen un enfoque que valora altamente el capital humano: la gente. Conscientes están que es el sustrato personal el que sustenta toda la organización, por lo cual, se componen de un evolucionado sistema de gestión del talento humano, con un equipo de líderes visionarios, y empleados, hoy en día llamados colaboradores, altamente motivados y con innumerables competencias.

Ahora bien, desde un enfoque científico en su base doctrinaria, la presente investigación sustenta el liderazgo definido por Alles (2009), Robbins y DeCenzo (2008), quedando conceptualizado como una competencia individual para influir y desarrollar el talento de otros,



mediante la dirección, el aliento, la preocupación, generando compromiso bajo un clima organizacional armónico y desafiante.

En este orden de ideas, el líder debe ser la persona capaz de lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales a través de la vinculación del trabajador a estos objetivos, sin embargo, es de tener en cuenta que el ambiente externo e interno introducen presiones al líder y sus colaboradores que pueden colapsar la planificación realizada, en este sentido, el líder debe ser capaz no solo de reponerse de las situaciones adversas, sino de insuflar en sus colaboradores esta capacidad de respuesta.

Aunado a lo expuesto con anterioridad, muy a pesar de la adversidades el líder debe ser capaz de mantener los indicadores de la producción, conservando la eficacia y la eficiencia organizacional, por encima de cualquier embate que pudiera sufrir la organización, más específicamente la perteneciente al sector petroquímico venezolano objeto de estudio de la presente investigación.

Es importante mencionar que el presente trabajo investigativo posee como objetivo general: analizar el liderazgo resiliente como herramienta para el mejoramiento de la productividad laboral en la industria petroquímica, logrando así obtener un punto de partida trascendental para poder desarrollar la misma.

Adicionalmente para emprender el presente estudio se formularon los siguientes objetivos específicos: a) Describir las características del liderazgo resiliente en la industria petroquímica, b) Determinar los factores del liderazgo resiliente en la industria petroquímica, c) Caracterizar las dimensiones del liderazgo resiliente en la industria petroquímica, d) Determinar el desarrollo de competencias de la productividad laboral en la industria petroquímica, e) Describir las dimensiones de la calidad laboral como factor determinante de productividad laboral en la industria petroquímica, f) Identificar los indicadores de gestión de productividad laboral en la industria petroquímica, y; g) Generar lineamientos teóricos enmarcados en el liderazgo resiliente como herramienta para mejorar la productividad laboral en la industria petroquímica.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Con el objeto de otorgar rigor científico a la presente investigación se hace necesario esbozar un conjunto de definiciones las cuales permitieron desarrollar el constructo teórico, permitiendo darle un carácter dogmático anclado en un conjunto de acciones, que se conjugaron es saberes científicos a beneficio de la organización.

Cabe destacar que este trabajo se encuentra determinado por dos (2) variables, las cuales son liderazgo resiliente y productividad laboral, entendiendo por la primera de ellas como una competencia individual para influir y desarrollar el talento de otros, mediante la dirección el aliento, la preocupación, generando compromiso bajo un clima organizacional armónico y desafiante, permitiendo al ser humano hacer frente a estos retos, los cuales pueden ser adversos, superarlos y ser transformado por los mismos de manera positiva. Grotberg (1998), citado por Melillo (2006).

En el mismo orden de ideas esta variable está conformada por tres (3), dimensiones, la primera de ellas características del liderazgo resiliente las cuales son según Melillo y Suárez (2004), autoestima, introspección, independencia, capacidad de relacionarse, iniciativa, humor,



creatividad, moralidad y capacidad de pensamiento crítico, así como esperanza activa. En ese sentido, se hace mención a los factores resilientes, de los cuales se afirma que son un conjunto de elementos, los cuales pueden clasificarse en protectores o de riesgo.

Continuando con lo expuesto en el párrafo anterior, el último componente concebido para la variable liderazgo resiliente son las dimensiones que este posee, dentro de este marco Stotz (2004), define a las dimensiones del líder resiliente como las encargadas de conformar el sistema operativo de los seres humanos y que buscan obtener una funcionalidad óptima para los individuos cuando éstos se encuentren bajo presión, siendo éstas conocidas como control, propiedad, alcance y duración.

En referencia a la segunda variable objeto de estudio en la presente investigación, la cual es la productividad laboral, esta es concebida por Alles (2009), como una competencia que define la capacidad para fijarse objetivos de alto desempeño y con la calidad requerida, agrega valor y contribuye a que la organización mantenga e incremente su liderazgo. Es importante mencionar que esta se encuentra conformada por tres (3), dimensiones, la primera de ellas es desarrollo de competencias laborales, refiriéndose esta al poder mejorar esas características intrínsecas de la personalidad con el fin de lograr un desempeño exitoso, tal como lo refiere Alles (2009).

Continuando con el desarrollo de la variable productividad laboral, esta también se encuentra conformada por las dimensiones de la productividad laboral, las cuales para Cuesta y Muñoz (2010), se consideran como lineamientos en pro de una mejor vida del trabajador mediante el diálogo con ellos, lo cual posee un gran valor a nivel organizacional.

Para cerrar el conjunto de dimensiones propias de esta variable se aborda la tercera dimensión, la cual es indicadores de gestión, entendida por Pérez (2012), como la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso.

Es importante mencionar que este conjunto de teorías fueron fundamentales para el desarrollo adecuado de la presente investigación, las cuales constituyeron un soporte doctrinario para la consecución de los objetivos tanto de alcance general como específicos, sirviendo de base para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Tipo y diseño

La presente investigación, se caracteriza por poseer un enfoque cuantitativo, la misma es analítica debido a que pretende encontrar coincidencias relacionales internas en un evento, logrando así la obtención de mayores conocimientos por parte del investigador y por ende un mejor análisis del fenómeno a estudiar. Adicionalmente, la misma posee un diseño no experimental debido a la no manipulación de las variables y transeccional.

Población y muestreo

La población de la presente investigación, estuvo conformada por veintiún (21) gerentes y sesenta (60) superintendentes de la industria petroquímica, conformándose en su totalidad un



número de ochenta y un (81) unidades de información, para lo cual se requirió un muestreo de tipo probabilístico a conveniencia.

Técnica e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación, se utilizó como técnica de recolección de datos el diseño de un cuestionario, para medir ambas variables, constando de un total de cincuenta (50) ítems cada uno, cuyas opciones de respuesta, fueron Siempre (S), Casi Siempre (CS), Algunas Veces (AV), Casi Nunca (CN) Nunca (N), enmarcándose de esta forma en una escala tipo Likert.

Confiabilidad y validez

En referencia a los instrumentos utilizados, éstos pasaron por el procedimiento denominado validación de juicio de experto en el cual fue evaluado por diez (10) Doctores expertos en Ciencias Gerenciales, los cuales realizaron observaciones al mismo, adicionalmente a éstos se les aplicó la prueba del coeficiente de Alpha de Cronbach, arrojando un valor de 0,98 por lo cual este se considera confiable.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Luego de haber consultado a la población objeto de estudio, sus respuestas fueron analizadas bajo estadística no paramétrica, mostrando los siguientes resultados, en referencia a las características resilientes se determinó que, los Gerentes, son capaces de auto criticarse, tal como lo refieren Melillo y Suárez (2004) permitiendo la evaluación de la ejecución de las actividades propias como lo establecen Wethen y Pearson (2004), logrando desarrollar la capacidad de verse a sí mismos.

En referencia al indicador independencia se afirma que los gerentes son capaces de ver los problemas existentes en el complejo de manera objetiva, concordando con lo expuesto por Melillo y Suárez (2004), adicionalmente poseen desarrollada la confianza como lo establece Wolfolk (2006), convirtiéndose esto en un elemento fundamental para los procesos de liderazgo.

Continuando con las características resilientes, el poseer la capacidad de interacción medianamente presente permite afirmar que los mismos son capaces de propiciar las relaciones con otros, afirmación que se sustenta en lo mostrado por Melillo y Suárez (2004) los cuales refieren que este elemento permite sostener y establecer relaciones, no obstante dichos autores hablan sobre el elemento confianza, factor a evaluar debido a la diferencia en las brechas de medición.

En referencia a la capacidad de iniciativa, se afirma que la misma le permite a los gerentes desarrollar sus objetivos y visualizar acciones futuras, con el fin de concretar las metas organizacionales, aseveración que concuerda con lo planteado por Alles (2005), la cual hace referencia a este elemento como una competencia clave para los procesos gerenciales.

En cuanto a la creatividad se afirma que los Gerentes son capaces de establecer orden en sus procesos confusos, tal como lo refieren Melillo y Suárez (2004) así mismo, se muestra que la población posee un esquema arraigado en los procesos de ideología personal, lo cual según lo refieren los mencionados autores, les permite actuar apoyando a los otros y sin generarles algún tipo de daño.



En referencia al sentido del humor, la presencia de este les permite hacerle frente a la adversidad de manera lúdica tal como lo afirman Melillo y Suárez (2004) en el mismo orden de ideas y finalizando con las características del liderazgo resiliente, se hace mención a la esperanza activa, la cual se encuentra presente en la población objeto de estudio, lo cual les permite desarrollar una herramienta gerencial de liderazgo basada en la gente, como lo establece Razeghi (2006).

En cuanto a los indicadores que conforman las dimensiones del liderazgo resiliente se afirma, que los Gerentes poseen un buen control emocional y son capaces de accionar de manera rápida antes situaciones por poseer el indicador control presente, adicionalmente; gestionan procesos de empoderamiento de forma eficaz y eficiente, así como contienen las adversidades en el contexto donde se les presentan, sin llevarlas a otros ámbitos de su vida, capacidad otorgada por el factor alcance.

Asimismo, concuerdan con lo referido por Stoltz (2003), en relación con los indicadores control, propiedad, alcance; no obstante el poseer un bajo valor en lo referente a la duración, muestra que la percepción sobre el impacto generado por la adversidad se mantiene a lo largo de un tiempo, impidiéndoles sobrellevar la misma de forma más armónica, con lo cual se reafirma lo mostrado por el autor ya mencionado en referencia a la carencia de este factor.

En relación a al desarrollo competencias laborales se establece que, existe un adecuado manejo de la vinculación laboral, por tanto los mismos establecen de manera clara los lineamientos para ejecutar las funciones mediante la utilización de contratos laborales, tal como lo afirman Arias y Heredia (2011), así como del aprendizaje continuo, por tanto poseen la capacidad de buscar información útil y compartirla con el resto de su equipo tal como lo refiere Alles (2005).

En referencia al indicador cierre de brechas, se afirma que los mismos pueden accionar este de manera eficaz, cotejando la realidad vivida con lo esperado tal como lo refiere Blanchard (2003), lo cual se refleja en lo obtenido para el indicador alineación de los procesos, por lo que esta población establece una misión, visión, enmarcados bajo una estrategia, con lo cual pueden ser medidos los resultados de manera financiera tal como lo establece Alles (2007).

En cuanto a las dimensiones de la calidad laboral, se observa que existe presencia del indicador igualdad de género, por los cual los gerentes comprenden que existe una igualdad de derechos para hombres y mujeres como lo afirman Barquet y Boiset al (2007) en referencia a inclusión. La alta presencia de este elemento indica que los líderes son capaces de reconocer la existencia de varios grupos sociales dentro del complejo.

En lo relativo al dialogo social, resultó que los gerentes carecen de la posibilidad de establecer procesos de negociación o consulta, debido a que este indicador refiere a estas características tal como lo define la OIT (2012); por su parte en cuanto al indicador seguridad en el trabajo, se refleja que los mismos son capaces de analizar los factores incidentes en esta así como lo refieren Arias y Heredia (2011).

Adicionalmente el indicador de salud ocupacional, arrojó que los gerentes son capaces de promocionar la salud y el bienestar físico en concordancia con lo mostrado por Blanco y Maya (2005), asimismo ergonomía, aunque presente pero no de manera muy significativa, permite establecer que los gerentes poseen el conocimiento multidisciplinario interno para adecuar los



productos internos a las necesidades de la organización, concordando con lo referido por La Sociedad de Ergonomía de Lengua Francesa (SELF) (2012).

En referencia a los indicadores de gestión, se observa que capacitación se encuentra en la población objeto de estudio, permitiendo el desarrollo de conocimiento de manera continua para la consecución de sus metas laborales tal como lo refiere Chiavenato (2008) Adicionalmente, en cuanto a la utilización de recursos, se observa que los mismos realizan ésta de manera adecuada, por lo tanto eso se traduce en una buena gestión como lo refiere el autor antes mencionado.

En el mismo orden de ideas, el indicador calidad de servicio se encuentra de manera muy significativa en la población, por lo cual muestran una necesidad de servir a los demás, tal como lo refiere Alles (2007); asimismo, haciendo referencia a la innovación, los líderes son altamente innovadores, pudiendo gestionar soluciones nuevas y diferentes para los problemas, aseveración sustentada en los mostrado por Alles (2009). En cuanto al cumplimiento de metas se encuentra altamente presente, lo cual refiere una alta eficacia, como lo afirma Zambrano (2006)

Por tanto existe una alta presencia de la dimensión desarrollo de competencias laborales, en función de la cual los individuos poseen un conjunto de características bien desarrolladas, las cuales le permiten un alto desempeño, como lo refiere Alles (2009). En referencia a dimensiones de la calidad laboral esta se encuentra también muy presente, por lo cual son capaces de fijar lineamientos para una mejor vida laboral, al referir los indicadores de gestión los mismos también se encuentran en un alto nivel, por tanto poseen un buen desempeño dentro de sus procesos organizacionales.

Es importante destacar que la variable productividad laboral se encuentra de manera muy marcada, lo cual se traduce en la posibilidad de fijarse objetivos de alto desempeño con la calidad requerida agregando valor, tal como lo refiere Alles (2009), adicionalmente la referida autora afirma este elemento como una competencia, siendo de esta forma intrínseca, por tanto propia del individuo.

LINEAMIENTOS PRÁCTICOS ENMARCADOS EN EL LIDERAZGO RESILIENTE COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA

La productividad es un indicador de gestión que busca determinar la relación entre los bienes producidos y los insumos o recursos empleados para tal fin, en este caso particular, el uso de la fuerza de trabajo, es decir, la productividad laboral. Este insumo, es si se quiere, el más difícil de evaluar, pues si bien es cierto que hay medidas como las horas/hombre para tratar de estandarizarlo, también es cierto que factores subjetivos como la motivación y el liderazgo influyen en su variación.

Concretamente, el liderazgo es la capacidad de influir sobre otras personas con la finalidad de lograr los objetivos de la organización, pero en la industria petroquímica hace falta un liderazgo particularmente especial, el resiliente. Este liderazgo busca mejorar la capacidad de respuesta del equipo de trabajo ante situaciones adversas, de forma tal que dichos acontecimientos no perjudiquen el desempeño del equipo de trabajo y de la organización.



La industria petroquímica viene experimentando desde 2003 una transformación que ha obligado a la adecuación del recurso humano a los nuevos requerimientos productivos, además, los conflictos políticos que ha experimentado el país han tenido eco en la industria y requieren de un liderazgo que permita mantener los niveles productivos y la rentabilidad de tan importante sector de la economía nacional.

Los lineamientos que se presentan tienen varios objetivos, el primero, realizar un aporte producto de los resultados de la presente investigación; asimismo, estos lineamientos también buscan brindar a la gerencia herramientas que les permitan mejorar su liderazgo a través del logro de conductas resilientes y finalmente, fomentar el incremento de la productividad laboral basados en una mejora en el liderazgo resiliente de los gerentes de la industria petroquímica de Venezuela.

Visión

La industria petroquímica conjuntamente con la industria petrolera se han convertido en la punta de lanza de la economía venezolana al ser estas empresas las principales exportadoras de bienes, y en consecuencia, generadoras de divisas para la cuentas de ingreso nacional. Es por esta razón, que la mejora de su productividad y específicamente, la productividad laboral constituye no solo una necesidad para esta empresa, sino una prioridad a la cual debe atender diligentemente.

En este sentido, el líder es la persona encargada de impulsar a los individuos que dirige al logro de los objetivos de la organización. Lo expresado se convierte en una tarea cuesta arriba cuando el ambiente es adverso, en este sentido, se requiere en el líder una característica que debe transmitir a sus colaboradores, la capacidad de sobreponerse a las adversidades, es decir, la resiliencia.

El futuro que se avizora en el corto-mediano plazo no es (a juicio de los especialistas en materia económica) favorable para Venezuela y desde el punto de vista sociopolítico, se espera que persista el enfrentamiento entre las dos mitades que conviven en el país. Solo estos dos aspectos, permiten adelantar que el papel del líder dentro de la organización no será fácil. En consecuencia, necesitará un conjunto de directrices que le permitan el ejercicio de una gerencia productiva.

A continuación, se presentan un conjunto de lineamientos, los cuales, están diseñados de forma tal que brindan un conjunto de acciones concretas para la mejora de la productividad laboral a través de la implementación de conductas resilientes por parte del líder.



Cuadro 1. Lineamientos prácticos

Generar lineamientos prácticos enmarcados en el liderazgo resiliente como herramienta para mejorar la productividad laboral en la industria petroquímica.				
Lineamiento	Acciones	Recursos	Responsable	Destinatarios
Fomentar actividades tendientes a desarrollar la resiliencia en los gerentes a través de la inteligencia emocional	Evaluar la situación emocional de los gerentes de la industria petroquímica. Determinar los aspectos de la vida emocional de los gerentes que requieren apoyo. Diseñar actividades (cursos, talleres, extramuros, entre otras actividades). Evaluar periódicamente los resultados.	Humanos (psicólogos, expertos en motivación, orientadores) Materiales (material impreso, películas, pasajes) Tecnológicos (video conferencias) Financieros	Gerencia General	Gerentes de Primera y Segunda línea.
Implementar un programa efectivo para desarrollar la capacidad de interacción de los Gerentes con su equipo de trabajo	Diagnosticar la situación de las relaciones interpersonales entre los gerentes y su equipo de trabajo. Diseñar el programa para el desarrollo de las relaciones interpersonales. Ejecutar el programa Evaluar periódicamente sus resultados.	Humanos (psicólogos, expertos en motivación, orientadores) Materiales (material impreso, películas, pasajes) Tecnológicos (video conferencias) Financieros	Gerencia General	Gerentes de Primera, Segunda línea y superintendentes.
Ejecutar actividades periódicas vivenciales que estimulen en los líderes el sentido del humor como característica propia de la resiliencia	Estimular momentos de interacción fuera del espacio laboral para la diversión. Realizar clínicas de risoterapia. Despenalizar la risa dentro del ambiente laboral	Humanos (psicólogos, orientadores, humoristas, chistologos) Materiales (material impreso, películas, pasajes) Tecnológicos (video conferencias) Financieros	Gerencia General	Gerentes de Primera, Segunda línea y superintendentes.
Elaborar el plan de carrera de los empleados de la organización, en aras de velar por un justo sistema de promoción de ascenso	Establecer el recorrido de los cargos en la organización. Definir los perfiles de los cargos y los prerrequisitos de permanencia en cargos anteriores. Vincular a las personas en sus cargos y en su recorrido dentro de la organización.	Humanos (expertos en RR.HH., diseño organizacional, diseño de carrera) Materiales (papel, equipos) Tecnológicos (computadoras, impresoras) Financieros	Gerencia General	Gerentes de Primera, Segunda línea, superintendentes y personal en general.
Diseñar un plan de Capacitación para los Gerentes en materia laboral, acerca de las regulaciones sobre condiciones y medio ambiente de trabajo.	Establecer los riesgos, condiciones peligrosas y posibles actos inseguros. Diseñar el plan. Implementar el plan de capacitación.	Humanos (expertos en RR.HH., en Condiciones y Medio Ambiente del trabajo, abogados expertos en LOPCYMAT) Materiales (papel, equipos, proyectores, aulas) Tecnológicos (video conferencias) Financieros	Gerencia General	Gerentes de Primera, Segunda línea, superintendentes y personal en general.

Fuente: Piña (2013).



CONSIDERACIONES FINALES

Una vez finalizado el análisis y discusión de los resultados, se procede a dar respuesta a cada uno de los objetivos específicos de la investigación los cuales a su vez, permitirán responder el objetivo general de la misma que consiste en Analizar el liderazgo resiliente como herramienta para el mejoramiento de la productividad laboral en la industria petroquímica.

Con relación al primer objetivo específico, el cual consiste en Describir las características del liderazgo resiliente en la industria petroquímica, se obtuvo lo siguiente: En los líderes de la industria petroquímica se encuentran presentes las características Introspección, Independencia, Capacidad de Interacción, Capacidad de Iniciativa, Creatividad, Ideología Personal y Esperanza Activa. Por su parte, la característica Sentido del Humor resultó medianamente presente en los líderes sujetos de estudio.

Cotejando estos resultados con la realidad empírica de la industria, lo expresado tiene su explicación en las rígidas estructuras en las que se basa la organización, que aún son verticales, con diferentes eslabones en la cadena supervisora, que colocan al Gerente en una posición distante de sus colaboradores, lo cual pudiera estar influyendo en las relaciones interpersonales en las que el sentido del humor pudiera coadyuvar en la productividad laboral no se estén presentando.

En referencia al segundo objetivo específico, relacionado con Determinar los factores del liderazgo resiliente en la industria petroquímica, se concluye que tanto el factor riesgo como el factor protección están presentes en el liderazgo de los gerentes de la industria petroquímica de Venezuela, lo cual se evidencia al partir que las empresas estudiadas se encuentran dentro del Complejo Petroquímico “Ana María Campos”, considerada un área de alto riesgo, ubicada dentro de la zona de seguridad y defensa de la nación.

En función de ello, todo el personal que ingresa a estas empresas es capacitado para auto protegerse en el ejercicio de sus funciones, y los Gerentes no escapan a ello. Adicionalmente, se dictan con cierta frecuencia programas de entrenamiento en materias relacionadas con el manejo del estrés, igualmente, se fomenta la práctica deportiva en las instalaciones de la industria.

El tercer objetivo de esta investigación se corresponde con Caracterizar las dimensiones del liderazgo resiliente en la industria petroquímica, en este sentido, las dimensiones control, propiedad y alcance están presentes en el liderazgo de los gerentes de la industria, en tanto, la dimensión duración está ausente del liderazgo de estos gerentes.

Lo anterior, se pone de manifiesto en cuanto los Gerentes estudiados muchas veces carecen de la autonomía necesaria para resolver los problemas de envergadura dentro de la Corporación, debido a que, de acuerdo a la estructura organizacional se depende de la sede Corporativa, de donde emanan los lineamientos y estrategias trascendentales, y por lo general demoran en llegar a los diferentes Complejos, por lo cual es posible que los líderes estudiados manifiesten ausencia de la dimensión duración, en virtud de considerar la misma fuera de su esfera de acción.

Seguidamente, se responde el cuarto objetivo específico, el cual se corresponde con Determinar el desarrollo de competencias de la productividad laboral en la industria



petroquímica, en este se concluye que las competencias vinculación laboral, aprendizaje continuo, cierre de brechas y alineación de los procesos son percibidas como una fuente de muy alta productividad laboral, por su parte, las promociones de ascenso son percibidas con indiferencia por los gerentes de la industria.

Lo antes expuesto, se evidencia en el hecho que es una realidad en la industria petroquímica la inexistencia actual de planes de carrera para los empleados, por ende las promociones de ascenso no están necesariamente atadas al cumplimiento de metas u objetivos, es decir, a la antigua práctica propia de la industria como lo era la meritocracia. Son otros los factores influyentes en las promociones de ascenso, los cuales, no se encuentran claramente definidos y se manejan únicamente por la alta dirección.

El quinto objetivo, correspondiente a Describir las dimensiones de la calidad laboral como factor determinante de productividad laboral en la industria petroquímica, permite afirmar que las dimensiones igualdad de género, inclusión, seguridad en el trabajo y ergonomía son generadoras de una alta productividad en la industria, en contraste con las dimensiones diálogo social y salud ocupacional las cuales son percibidas con indiferencia. Es significativo acotar que estas dimensiones son percibidas de forma diferente por los gerentes y los superintendentes.

Lo encontrado en este objetivo, se debe a, por una parte en relación con el diálogo social, que los Superintendentes no se consideran tomados en cuenta en la toma de decisiones por parte de sus Gerentes, lo cual va de la mano a lo ya explanado en la conclusión del primer objetivo específico atinente a la naturaleza muy particular de la organización.

En cuanto a la salud ocupacional, la diferencia viene dada por el tema de la recreación y utilización del tiempo libre de los empleados, lo cual para los Superintendentes es indiferente no obstante contar la organización con una Sección de Calidad de Vida cuya misión es garantizar la misma en los trabajadores a todos los niveles. Apreciando el resultado obtenido y contrastando con la práctica podría inferirse que el desempeño del departamento está siendo insuficiente.

Con relación al sexto objetivo específico de la investigación, el cual se corresponde con Identificar los indicadores de gestión de productividad laboral en la industria petroquímica, se concluye que los indicadores de gestión referentes a capacitación, utilización de los recursos, calidad de servicio, innovación y cumplimiento de metas, todos ellos muestran alta productividad en la gestión, sin embargo, en este objetivo no se logró consenso entre los gerentes y los superintendentes aunque ambos tienen una percepción positiva de los mismos.

Lo expresado, se manifiesta en la completa satisfacción de los Gerentes con relación a la forma en que su gestión influye positivamente en los indicadores de la productividad laboral. En contraste, para los Superintendentes en esta materia, hace falta que los líderes agreguen valor, considerando que aún no está cubierta el cien por ciento de su gestión para impactar positivamente la productividad laboral de la industria.

El séptimo y último objetivo específico correspondiente a Generar lineamientos teóricos enmarcados en el liderazgo resiliente como herramienta para mejorar la productividad laboral en la industria petroquímica, se alcanzó al proponer un conjunto de cinco lineamientos, los cuales buscan a través de herramientas propias del liderazgo resiliente, mejorar las relaciones interpersonales de los gerentes y superintendentes, de forma tal, que las barreras detectadas



en la investigación puedan ser superadas y en consecuencia, impulsar la productividad laboral en la industria petroquímica de Venezuela.

Finalmente para responder el objetivo general de esta investigación, el cual consiste en Analizar el liderazgo resiliente como herramienta para el mejoramiento de la productividad laboral en la industria petroquímica, se concluye que este tipo de liderazgo, propicia una mejora en la productividad laboral, pues el mismo potencia en los líderes las capacidades demandadas en las organizaciones actuales, que permiten al mismo anticiparse a los cambios y estar preparados para su llegada, hacerle frente positivamente a cualquier adversidad, lo que se resume en tener una visión global y estratégica en el desempeño de su rol gerencial, lo que sin duda impactará positivamente en su equipo de trabajo y por ende en los índices de productividad laboral en la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, Martha, (2005). **Desempeño por competencias** Ediciones Granica. Buenos Aires Argentina.
- Alles, Martha, (2007). **Diccionario de comportamientos**. Ediciones Granica. Buenos Aires Argentina.
- Alles, Martha, (2009). **Diccionario de competencias la trilogía**. Ediciones Granica. Buenos Aires Argentina.
- Álvarez Heredia Francisco (2007). **Salud ocupacional**. Eco ediciones. ISBN: 9789586484701.
- Arias, Fernando; Heredia Víctor (2011) **Administración del recursos humanos para el alto desempeño**. Editorial Trilla.
- Barquet, Mercedes; Boisetel, Guillermo (2007). **Derechos y políticas sociales (2007)**. **Universidad Autónoma de México**. ISBN: 9703235328.
- Blanco, Jorge; Maya, José (2005). **Fundamentos de la salud pública. Corporación para investigaciones biológicas**. ISBN: 9788497455138
- Blanchard Ken (2003). **The one minute Manager**. Amazon.com
- Chiavenato, Idalberto (2008). **Administración de recursos humanos**. Editorial Mc Graw Hill. México
- Cuesta, Martha; Muñoz, Jesús (2010) **Derechos humanos y relaciones laborales**. Editorial netbiblio ISBN: 9788497455138
- DeCenzo David, Robbins Sthephen (2008). **Supervisión**. Pearson Prentice Hall.
- Grotberg, Edith (2004). **La resiliencia en los días de hoy**, como superar la adversidad. ISBN 9788497841382. Editorial Gedisa.
- Medina, Jose. (2007). **Modelo Integral de Productividad**. Primera Edición. Bogotá Colombia. Fondo de Publicaciones Universidad Sergio Arboleda.



Melillo Aldo, Suarez Elio. (2001). **Nuevas tendencias de la resiliencia**. Editorial Paidós Argentina

Melillo Aldo, Suarez Elio (2004). **Resiliencia y subjetividad los ciclos de la vida**. Editorial Paidós Argentina.

Melillo Aldo (2006). **Sobre la resiliencia**. Disponible en: www.redsistemica.com.ar. Documento recuperado el 20 de octubre del 2012.

OIT (2012) Disponible en dirección URL: http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/mediacentre/press-releases/WCMS_075267/lang-es/index.htm. Consultada el 6 de noviembre de 2012

Sociedad de Ergonomía de Lengua Francesa (SELF) (2012). **Fundamentos básicos de ergonomía**. Documento disponible en: <http://www.Ergonmicself.org>. Consultada: 25/11/2012

Razeghi Andrrew (2006). **How triumphant leadership create de Future**. ISBN: 13978078798126

Riggs, James. (2008). **Sistemas de Producción. Planeación, Análisis y Control**. Tercera Edición. México – México. Editorial Limusa S.A. de C.V.

Stoltz Paul (2004). **Adversity Quotien profile**.

Wolfolk Andrés (2006). **Psicología educativa**. Pearson educación. ISBN: 8777345902

Zambrano, Adalberto (2006). **Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública**. Universidad Católica. ISBN: 9802444502.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS AUTÓNOMAS: ESENCIA ACADÉMICA CON VISIÓN TRANSFORMADORA (ESTRATEGIAS PARA SU IMPLEMENTACIÓN)

Darcy Luz Mendoza
Universidad de la Guajira
dmendoza@uniguajira.edu.co

Edwin Salas Solano
Universidad de la Guajira
esalas@uniguajira.edu.co

Yolmis Rojano Alvarado
Universidad de la Guajira
yrojano@uniguajira.edu.co

RESUMEN

El artículo tiene como propósito analizar la responsabilidad social (RS) en universidades públicas autónomas desde el enfoque de la esencia académica y la misión transformadora que las universidades tienen con respecto a la sociedad en la cual interactúan, sustentándose en autores como Vallaey (2009), Aguirre y Pelekais (2012), Bernal (2012), entre otros. La investigación se desarrolló bajo un paradigma cualitativo etnográfico aplicado a las universidades de La Guajira en Colombia y La del Zulia en Venezuela. Las teorías dejan entrever que las universidades tienen en su esencia la formación de profesionales integrales competentes, puedan responder de forma creativa a distintas situaciones dando un valor agregado para las empresas donde van a trabajar. Sin embargo, no se refleja que este plasmada la (RSU) como una manera de ser y de estar en la sociedad, que tiene incidencia en todos los ámbitos de la misión universitaria, la cual debe estar implícita y explícita en su accionar. Como conclusiones del estudio, se presentan tres propuestas requeridas para implementar la (RSU): Fortalecimiento de la Responsabilidad Social apoyando acciones sociales en Universidades Públicas Autónomas; pasos para la Implantación de un Modelo Socialmente Responsable en Universidades Públicas Autónomas y acciones para Visionar desde el Pensamiento Estratégico la universidad socialmente responsable.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Responsabilidad Social Universitaria, Universidades públicas.

INTRODUCCIÓN

En el mundo de las organizaciones, en pleno siglo XXI, la incertidumbre es el común denominador, de allí que el principio de Heissenberg dice que la imagen del mundo es la imagen de la incertidumbre. Ninguna institución u organismo se escapa de este síndrome, es por ello que toda organización debe estar atenta a los cambios, y estar a la vanguardia de las situaciones de actualidad, pues eso las obliga a tener una capacidad de pensamiento trascendental, lo cual da como resultado la generación de nuevos conocimientos que les permite mejorar la capacidad de concebir alternativas viables para definir objetivos y transformarlos en resultados.



Bernal (2012) afirma que considerando las funciones de investigación, docencia y extensión o proyección social que tiene la Universidad, el concepto de la responsabilidad social universitaria adquiere un doble significado. El autor considera que en primera instancia, se logra la eficiencia en el cumplimiento de sus funciones, a lo que denomina gestión de la calidad universitaria y por la otra, el cumplimiento de las funciones en el marco de los requerimientos de la dinámica de la sociedad, lo que define como pertinencia; es decir, va en concordancia con las condiciones y características de la evolución de la sociedad.

Por otra parte, Vallaeys (2007), establece que se hace necesario conocer que en los últimos tiempos se habla en cierta medida de la responsabilidad social como una dimensión ética donde la organización o institución debe tener como visión además de su actividad principal, el mundo empresarial con el cual se relaciona, sin embargo, así las cosas, la reflexión acerca de la responsabilidad social recién empieza a darse en el ámbito universitario.

En este sentido, a las Universidades públicas autónomas les corresponde realizar un autodiagnóstico, primero para involucrar en su pensamiento estratégico la importancia que tiene la responsabilidad social y luego para conocer hasta donde están siendo responsables de sí misma y de su impacto social en su entorno teniendo en cuenta que la democracia, principalmente, no ha terminado de convencer plenamente a la gente en los países latinoamericanos, de esta manera se llevaría a cabo lo que pretende la Unesco al decir que las universidades deben visionar y actuar, es la lógica institucional.

Por su parte, Altbach (2007, jul. /Dic.). Citado por Fischman, (2008) obtenido el 20 de agosto de 2014 en <http://www.scielo.org.co>, sostiene que la educación superior está experimentando un cambio dramático en todas partes. Parece ser que el principio del siglo XXI se configura un escenario de «tormenta perfecta» entre presiones externas y respuestas internas. El período actual puede proporcionar una oportunidad de reforma y cambio significativos, aunque las presiones podrían abrumar a las, ya muy exigidas, instituciones académicas

Así las cosas, hoy en día se está cuestionando el papel que a las universidades públicas les corresponde desempeñar en la prevención y solución de problemas sociales tales como el desempleo, pobreza, marginalidad, injusticia social, entre otros, es así como estas pueden estar pecando, si así se puede decir, en algunos casos, por acción o por omisión, en el sentido que han sido permisivas en el accionar que no les corresponde, mientras que por otro lado han omitido la responsabilidad que les asiste como ente educador de la formación de un individuo integral y en su accionar como una organización que debe velar, además por su funcionalidad interna y externa.

En este sentido, las universidades como organizaciones que tienen en su esencia la formación de profesionales integrales y competentes, que puedan responder de forma creativa a distintas situaciones y que representen en su perfil, un valor agregado para las empresas u organizaciones donde van a trabajar; deben desarrollar un pensamiento estratégico donde la responsabilidad social universitaria (RSU) como una manera de ser y de estar en la sociedad y que tiene incidencia en todo lo que tiene que ver en los ámbitos de la misión universitaria, debe estar implícita y explícita en su accionar.

Argumentan Aguirre y Pelekais (2012), que la responsabilidad social universitaria no es en sí una acción aislada donde se atiende solo un área específica de la comunidad universitaria sino que se requiere se suscriba como una política institucional integral la cual se encargará de



atender los agentes sociales a partir de la evaluación de sus necesidades, de allí que este es un elemento que se orienta en la solicitud de la comunidad, la cual está representado en tres elementos como son el pensar, sentir y actuar, no solo en la esfera del saber sino, en la transmisión de un sentido de identidad social.

En virtud de lo expuesto, se concluye que existen muchas universidades que no conocen cual es la responsabilidad que les asume y por consecuencia no toman conciencia de la importancia que ella tiene y de los perjuicios que puede estar causando al no desarrollar acciones que les permita avanzar en esta temática que día a día está siendo más exigida por la sociedad en general.

De allí que Vallaey (2007), considera que una Universidad que mantiene una cultura organizacional burocrática, no democrática, ciega a los problemas sociales y ambientales, sin política específica de selección y capacitación de sus proveedores le está transmitiendo mensajes ocultos a sus estudiantes y a la sociedad en general, es una universidad que no está preocupada por atender las necesidades de sus stakeholders o grupos de interés, están siendo ciegas en su actuar y en su pensar.

Por consiguiente, las iniciativas de Responsabilidad Social deben dirigirse hacia dentro y hacia fuera, exigen ser sostenibles e integradas a la institución, deben contribuir en una mejor formación y producción de conocimientos. Los miembros de la comunidad universitaria deben visionar su responsabilidad e interiorizar las normas de convivencia éticas, acatar reglas de cuidado medioambiental, ecológicas sostenible, plasmado en su carta magna. En este sentido, las universidades públicas autónomas no atienden todas las dimensiones de la responsabilidad social porque concentran sus esfuerzos en una sola línea de resultados, la económica, descuidando la social y medioambiental. De allí que el presente documento presenta las pautas requeridas por las universidades públicas autónomas para implementar su responsabilidad social.

REFERENTE TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA COMO ESENCIA ACADÉMICA Y VISIÓN TRANSFORMADORA

El pensamiento estratégico incluye elementos claves para el éxito, provenientes del entorno y de las condiciones intrínsecas; como son el sistema de valores, la visión y la misión de la organización las cuales deberán estar pensadas de forma estratégica, debido principalmente a que se está jugando el futuro de la institución. En este orden de ideas, Arellano (2004) considera que cuando se habla de pensamiento estratégico se hace referencia a la forma de pensamiento dirigido a la creatividad, a la imaginación, a la búsqueda de alternativas innovadoras; pero con realismo, como potenciación de lo posible enmarcado dentro de un proyecto de construcción intencional desde la realidad.

Por otra parte, Vivas (2000) establece que para lograr ese pensamiento estratégico, los gerentes deben tomar en consideración aspectos como el desarrollo de una visión apropiada y compartida de la organización y de los individuos que la integran, ajustada a las realidades del ambiente e internalizada por todos los miembros; la identificación de las implicaciones que la estrategia puede tener sobre la conducta del recurso humano presente en las organizaciones; la selección de los agentes de cambio que motorizarán el comportamiento organizacional. De acuerdo a Morrissey (1996), el pensamiento estratégico proporciona las bases para la planeación estratégica, lleva a la perspectiva y trata los valores y las convicciones filosóficas de



los ejecutivos encargados de guiar a su empresa en un viaje exitoso.

Así las cosas, para pensar estratégicamente es necesario utilizar la perspicacia, analizar la situación y prepararse para las circunstancias futuras, de esta manera se tendrán elementos de juicio para definir misión, visión y las estrategias requeridas por la organización lo que permitirá el estudio de las situaciones o problemas para perfeccionar las ventajas competitivas, Incluyendo a su vez, la aplicación del juicio basado en la experiencia para determinar orientaciones futuras permitiendo la definición, implementación y ejecución de los elementos mencionados, así como del establecimiento de sus principios y valores.

Por otra parte, De la Cuesta (2003), plantea que de acuerdo a la práctica de la responsabilidad social como actividad empresarial, se debe abordar en los ámbitos económicos, sociales y medio ambientes, con transparencia informativa.

Al respecto Guédez (2006), cuando menciona el ámbito económico especifica lo que contribuye la educación la cual se considera como origen de los conocimientos requeridos para asumir las tareas fructíferas. Al mismo tiempo, al hablar del ámbito social reflexiona de igual manera el aporte de la educación; la cual concientiza lo social y el sentido de responsabilidad con la comunidad. Para Seijo (2009) la Responsabilidad Social Empresarial, es primordial mantener las transacciones que se realizan dentro o fuera de la organización con la capacidad de desarrollarse conjuntamente con el medio ambiente, por lo que demanda de la utilización de eficiencia de forma más limpia en el diseño, producción y distribución de los bienes o servicios, la documentación exigida de procesos y auditorías ambientales.

En este sentido, las normas ISO 26000 (Responsabilidad Social) son una guía que emite lineamientos en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización. Por consiguiente, teniendo en cuenta los elementos planteados vale decir que la responsabilidad social viene hacer la acción estratégica visionada desde el pensamiento de los directivos, de allí que las universidades públicas autónomas les corresponde estar alineadas con las ventajas que estas acciones les exige, teniendo en cuenta las implicaciones éticas que recae sobre ellas.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque epistemológico utilizado en la presente investigación, por las características científicas presentadas se considera que la investigación presenta un enfoque epistemológico de corte cualitativo debido a que es un modo de enfrentarse al mundo de la interioridad de los sujetos sociales y de las relaciones que establecen con los contextos y con otros actores sociales. De allí que, en el marco contextual, la investigación, se lleva a cabo en su medio original, abierto a los colaboradores involucrados, su diseño accesible y flexible. Mendoza, (2012).

Además se considera un estudio etnográfico, por lo que se apoya en la ideología sobre las tradiciones, las acciones, los valores y las normas del ambiente en que se vive se van internalizando poco a poco generan regularidades que pueden explicar la conducta individual del grupo en forma adecuada. Lo anterior apoyado en las teorías de Martínez (2007), quien considera que la investigación etnografía es aquella rama de la antropología que estudia descriptivamente las culturas.



Para efectos de la presente investigación la muestra se presenta numéricamente y se relacionan los criterios teóricos requeridos para su escogencia, según su preeminencia para los objetivos de la investigación. En virtud de esto, la población la conformaron dos Universidades públicas autónomas la Universidad del Zulia –LUZ- en Venezuela y la Universidad de la Guajira, en Colombia, Dadas las características de esta población, se tomaron como unidades de estudio, los directivos encargados de la decanatura y docentes de la facultad de Ciencias Económicas de cada universidad. Se diseñó un Guion de Entrevista semi estructurada, la cual contempla diecinueve (19) interrogantes que dieron luces para conseguir los propósitos establecidos, esto con el fin de recolectar la información necesaria para lograr los propósitos propuestos.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tomando en consideración lo antes expuesto, los resultados de la investigación constituyen una serie de lineamientos estratégicos que se proponen optimizar las acciones desplegadas por las universidades públicas autónomas, no sólo a la prestación del servicio; sino a desarrollar relaciones entre miembros- universidades-entorno, cónsonas con los cambios estratégicos que deben asumir frente al siglo XXI, ofrecer a los actores universitario servicios que satisfagan sus expectativas, ser competitivas, dinámicas, diversas, sostenibles y atractivas ante el grupo de interés en aras de lograr un equilibrio tanto universitario como social. Las propuestas son las siguientes:

FORTALECIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL APOYANDO ACCIONES SOCIALES EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS AUTÓNOMAS.

Los cambios sociales emergentes representan un desafío para la universidad pública autónoma, las acciones desarrolladas por ellas deben estar ajustadas a la responsabilidad social sustentable, en correspondencia a los múltiples grupos de interés, conducente a establecer una organización que maximice su servicio; además de interactuar progresiva, permanente y consustanciada con el entorno social.

Visto desde este enfoque, actualmente la responsabilidad social es enfocada bajo un concepto amplio y estratégico que involucra la universidad revestida de legitimidad social, por tanto el desarrollo corporativo ha dejado de lado el beneficio económico como único fin, para orientarse a interactuar con el entorno interno y externo de manera voluntaria, contribuyendo a conservar el medio ambiente y maximizar el desarrollo sustentable.

Como se advierte, desde un enfoque estratégico, la universidad debe practicar principios de un modo permanente en el proceso de gestión, que la identifique y distinga en correspondencia a otras organizaciones. Por tanto, se siguieren las siguientes acciones para maximizar la responsabilidad social en las universidades públicas autónomas.

a) Estimular la asunción de responsabilidad social universitaria para responder a compromisos sociales, a través de convenciones intermunicipales y regionales donde se promuevan la Proyección Social, Extensión, Impacto Social, Integración con la Comunidad, Impactos organizacionales y ambientales, los cuales deben ser liderados por las universidades públicas autónomas con la participación de los stakeholders.



b) Desarrollar programas de responsabilidad social que busquen el desarrollo de la ética, con un desarrollo social, objetivo, sensato donde se produzca y transmitan saberes responsables.

c) Formación de profesionales socialmente responsables, a través de las decanaturas y coordinaciones de las universidades públicas autónomas.

d) Desarrollar estrategias que permeen los procesos académicos y el currículo, que permitan aumentar los niveles de eficiencia, motivación, comunicación y creatividad de egresados y funcionarios universitarios donde se dé la autoevaluación, proceso de toma de decisiones.

e) presentar periódicamente un diagnóstico de la responsabilidad social que muestre las acciones sociales desarrolladas por la universidad a través de un balance social.

RECURSOS Y RESPONSABLES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL LINEAMIENTO:

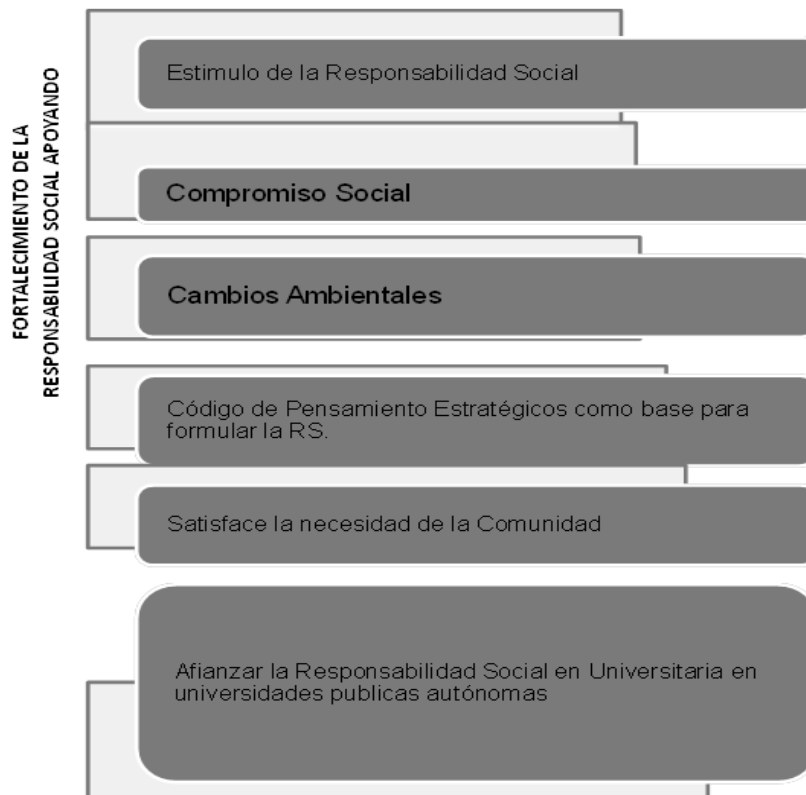
Para el desarrollo de este lineamiento, el recurso humano los asumirá la respectiva institución universitaria por medio de su capital humano, entre estos los directivos y coordinadores de dependencias, decanato de trabajo social y ciencias económicas, así como también psicólogos y sociólogos que desarrollaran los distintos programas y estrategias expuestas en este lineamiento.

Respecto al recurso financiero, estos serán asumidos por las universidades públicas autónomas, de acuerdo a la cantidad de personal involucrado en el desarrollo de las actividades propuestas, las cuales, se realizarán durante su actividad laboral cotidiana. En caso de no disponer del personal idóneo para llevar a cabo dicha actividad se procederá a realizar la actividad con la comunidad universitaria, la cual está conformada por docente, directivos y estudiantes que apoyen estas acciones sociales; si no se cuenta con los recursos, se les indicaría a los directivos, y coordinadores de dependencias la importancia del fortalecimiento de la responsabilidad social para seguir vinculados con la institución, para que estos asuman el compromiso.

Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos y coordinadores de las universidades públicas autónomas, deberán efectuar el fortalecimiento de la responsabilidad social apoyando acciones sociales.



Gráfica No.1: Fortalecimiento de la Responsabilidad Social apoyando acciones sociales



Fuente: Mendoza (2012)

IMPLANTACIÓN DE UN MODELO SOCIALMENTE RESPONSABLE EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS AUTÓNOMAS

Bajo estas perspectivas, este enfoque comporta expresamente la postura integral que las universidades, deben asumir como estructuras organizativas vitales al acatar y, por consiguiente responder de forma efectiva, así como eficaz en los diferentes niveles. Es decir, la postura del pensamiento estratégico se ve afectada por la postura e interferencia de sus grupos de referencia.

De este modo, un criterio de responsabilidad social vinculado pensamiento estratégico con basamento estratégico uniforme determinará las acciones institucionales, en consecuencia el desarrollo de una sociedad y participación ciudadana. Para tal efecto, se solicita un conjunto de acciones dirigidas a estos argumentos:

a) Formular estrategia sobre métodos que permitan desarrollar a los actores universitarios el pensamiento estratégico de manera equitativa, equilibrada y justa como modelo valorativo e interventor entre la sociedad sus diferentes miembros, direccionada a introducir mejoras significativas bajo un funcionamiento socialmente responsable, en base a las disposiciones normativas, organización y procedimientos.



b) Implementar las políticas de Responsabilidad Social Universitaria RSU, tales como: Una Universidad que aplique la Ética en su quehacer institucional.- Una Universidad que sea Ecológica en su actuar. Generación de Comunidades de Aprendizaje y Desarrollo con actores externos. Integración en los currículos el aprendizaje basados en proyectos sociales. Con conocimientos socialmente útiles según una agenda de desarrollo concertada con otros actores.

En el desarrollo de este lineamiento, se requiere de recurso humano, como directivos, coordinadores de dependencias, decanato de trabajo social y ciencias económicas, así como también psicólogos y sociólogos que desarrollaran los distintos programas y estrategias expuestas en este lineamiento, este costo lo asumirá la respectiva institución universitaria por medio de su capital humano.

Las universidades públicas autónomas, asumirán el recurso financiero, de acuerdo a la cantidad de personal involucrado en el desarrollo de las actividades propuestas, las cuales, se realizarán durante su actividad laboral cotidiana. En caso de no disponer del personal idóneo para llevar a cabo dicha actividad se procederá a realizar la actividad con la comunidad universitaria, la cual está conformada por docente, directivos y estudiantes que apoyen estas acciones sociales.

Si no se cuenta con los recursos, se les indicaría a los directivos, y coordinadores de dependencias la importancia de la implantación de un modelo socialmente responsable para seguir vinculados con la institución, para que estos asuman el compromiso.

Además de los recursos humanos y financieros, otro aspecto fundamental a tener en cuenta es que los directivos y coordinadores de las universidades públicas autónomas, deberán efectuar la implantación de un modelo socialmente responsable.

Gráfica No. 2 Modelo Socialmente Responsable En Universidades públicas Autónomas



Fuente: Mendoza (2012)



VISIONAR DESDE EL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO LA UNIVERSIDAD SOCIALMENTE RESPONSABLE

Es claro que en el pensamiento estratégico está inmersa la visión institucional, de allí que es clave para las universidades tener un horizonte de tiempo de largo plazo plasmado en una visión que involucre la responsabilidad social en sus distintos campos de acción. A partir de ese momento, el reto es poner en práctica ese pensamiento estratégico, para que no se convierta en letra muerta. En el siglo XXI, las exigencias a las universidades son cada día mayor, se requiere mayor reflexión, un análisis profundo de la situación interna y externa, universidades que fomenten la innovación, que adecuen su currículo a las necesidades de la región donde operan.

Así las cosas, y teniendo en cuenta lo que afirma Vivas (2000), el pensamiento estratégico se presenta como una forma de evolución de los conceptos de planificación estratégica y gerencia estratégica, que lleva a transformar estos conceptos de procesos a un estado de conciencia, debido a que en el nuevo entorno competitivo, los directivos organizacionales deben pensar y actuar estratégicamente. De allí que las universidades deben buscar la forma de dar respuesta a esos interrogantes de los distintos grupos de interés, donde se les exige tomar conciencia de la responsabilidad que les asume en esta nueva era, puesto que están llamadas a contribuir al desarrollo económico, político, social y ambiental. La invitación es que las universidades se conecten con el entorno social, con su contexto local, a fin de contribuir con el desarrollo de la sociedad.

Con esas consideraciones, se propone para visionar desde el pensamiento estratégico una universidad socialmente responsable, llevar a cabo las siguientes acciones:

- a. Dejar plasmada en la visión y misión universitaria, como resultado de un pensamiento estratégico, el compromiso que se tiene con relación a la Responsabilidad Social Universitaria.
- b. Formular directrices a partir del Proyecto Educativo Institucional universitario, para la realización de un autodiagnóstico que refleje las fortalezas y debilidades de la institución en relación con su responsabilidad social.
- c. Diseñar en los planes estratégicos, las estrategias a implementar relacionadas con la responsabilidad social universitaria.
- d. Concebir desde la filosofía gerencial de las universidades el contraste de los resultados arrojados en el diagnóstico institucional, lo expuesto en la misión de las universidades públicas autónomas.
- e. Describir en los planes de desarrollo y agendas prospectivas, las estrategias de socialización de la Responsabilidad Social Universitaria como política
- f. Estructurar los informes o balance social a la responsabilidad social universitaria como política institucional
- g. Establecer en el PEI, la forma de evaluar y controlar las acciones descritas en el Pensamiento Estratégico universitario.



Discusión de los resultados

Las universidades deben considerar la responsabilidad social como el todo que busca, además del éxito académico, contribuir con su comunidad en el sentido más amplio. Debe ser concomitancia la misión y sus logros lo que la hace digna de su originalidad por parte de la sociedad donde actúa, lo cual requiere que el progreso de su actividad institucional, el generar recursos, debe realizarse teniendo en cuenta las características, principios, igualdad y valores dominantes en su tejido social.

Otro de los componentes fundamentales es la responsabilidad legal en las Universidades, los cuales favorece a las tomas de decisiones de acuerdo con las leyes y regulaciones del gobierno, contribuyendo la sociedad y al personal de la que forman parte, para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad afirmando los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. En este sentido, en las Universidades pueden intervenir en la sociedad de manera ética y legítima para realizar acciones de responsabilidad social. Esta actividad, representa los sueños de muchos de los universitarios ocupados por vivir en una sociedad mejor, apunta no sólo a una formación técnica sino también humana, solidaria y participativa.

Se concluyó que en la actualidad las universidades públicas autónoma requieren la implementación de lineamientos de pensamiento estratégicos y responsabilidad social con el fin que estas se adapten a los requerimientos que se hacen en estas, por ello se proponen lineamientos mediante Conformación de métodos que permitan a los actores universitarios desarrollar el pensamiento estratégico en estas universidades

Afianzamiento del pensamiento estratégico como proceso liberador del potencial humano en universidades públicas autónomas además del fortalecimiento de la responsabilidad social apoyando acciones sociales en universidades públicas autónomas. Y la implantación de un modelo socialmente responsable en universidades públicas autónomas.

Visionar hacia donde se quiere llevar a la organización, mediante la implementación de los componentes del pensamiento estratégico, como instrumentos conceptuales y herramientas prácticas para la acción para seguir de cerca lo que esté ocurriendo en el entorno, procurando establecer enfoques, estilos y categorías que faciliten la comprensión de lo nuevo y la necesidad del cambio hacia lo mejor.

Promover la responsabilidad social como un modelo estratégico en, misión, visión y objetivos de las universidades, mediante el desarrollo de programas, charlas, talleres a miembros y comunidades. Tomar como indicador de evaluación personal, la acción de voluntario ejercida por trabajadores, en aras de estimular su permanencia en el grupo y motivar a otros trabajadores. Planificar estrategias relacionadas con objetivos, metas y políticas organizacionales referidas a la rotación del personal.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Aguirre R, De Pelekais C. y Paz A. (2012) **Responsabilidad social. ¿Compromiso u obligación en las universidades?** Telos Vol. 14, No. 1 11 – 20.

Altbach, P. (2007). **Introduction: the underlying realities of higher education** in the 21st



- century, McGill Peterson (eds.) Gustavo E. Fischman (2008) Revista Scielo.
- Arellano, D (2004), **Gestión Estratégica para el Sector Público**, México.
- Bernal Alarcón H. (2012), Bernardo Rivera Sánchez. **Responsabilidad social universitaria: Aportes para el análisis de un concepto.** <http://www.cna.gov.co/>.
- De La Cuesta (2003). **La Responsabilidad Corporativa: Una aplicación a España**, UNED, Madrid.
- Guédez, V. (2006). **Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial**. Editorial Planeta Venezolana S.A. Caracas. Venezuela.
- Martínez, M (2007). **Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa**. Editorial Trillas, México.
- Mendoza, D. (2012). **Pensamiento Estratégico como base para la Responsabilidad Social en Universidades Públicas autónomas**. URBE.
- Morrisey, G. (1996). **Pensamiento Estratégico. Construya los Cimientos de su Planeación**. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México.
- Seijo, C. (2009). **Valores Éticos y Responsabilidad Social Empresarial: una plataforma gerencial en universidades privadas.** Artículo digital: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/view/603>. Consultada en Marzo de 2012.
- Vallaes, F. (2007). **Responsabilidad social universitaria**, su impacto en la formación y el conocimiento. Centro de Comunicaciones (CECOM) de la Universidad Católica de Asunción. Chile.
- Vivas, R. (2000). **La Planificación y el Pensamiento Estratégico**. Revista Edición. Gerencial. Septiembre Editorial OPECA. Año 1, No. 3 Caracas-Venezuela.



DIVERSIFICACIÓN DEL PORTAFOLIO DE INVERSIONES, UNA ÓPTICA DESDE EL COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE)

Yudelis León

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
ycleon@hotmail.com

Ruth Fernández

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
ruthfe@cantv.net

José Toyo

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
jtoyo87@gmail.com

RESUMEN

Las instituciones financieras en América Latina y el mundo, representan un valor importante en el desarrollo de las economías, por ende, la creación de alternativas dispuestas al aumento socio económico y las mejoras de inversión, deben ser tomadas en cuenta ante la crisis de un país o un sector de la economía. Asimismo, la revisión teórica, permite precisar que el sector al que se dedica, pueda emplear los servicios de comercialización electrónica, el cual permite captar y comercializar usuarios, clientes o consumidores, así como diversificar las maneras de cómo promocionar o hacer crecer el portafolio de inversión dentro de la misma. Venezuela posee diversos portafolios cuya finalidad es brindar un apalancamiento a las nuevas organizaciones a las bolsas de valores y retribuyendo, según el instrumento seleccionado, lo devengado, pero son pocos los que presentan esta tendencia de comercialización electrónica para su crecimiento económico. Adicionalmente, el Estado ante la aplicación de estrategias, debe garantizar la posibilidad de redituabilidad monetaria ante la inversión, aunque los niveles de riesgo país, determinados, hagan posible la inversión de las personas. La presente investigación tiene como finalidad identificar la diversificación de los portafolios pertenecientes al e-commerce venezolano, determinando su impacto económico en el desarrollo del país y ante las situaciones de riesgo que perturben o generen inversiones sustentables.

Palabras clave: Diversificación, Portafolio de Inversión, e-commerce

INTRODUCCIÓN

En Venezuela, las organizaciones están tomando un papel activo y participativo en cuanto al uso de sistemas y redes tanto computacionales como sociales, el cual proviene de la evolución tecnológica que de manera constante se ha dado a nivel mundial, permitiendo que las organizaciones se preocupen por estar a la vanguardia y así mismo, día a día ser competitivas, como lo establece Hart (2011).

En este sentido, la adaptación tecnológica es una etapa que se debe llevar a cabo para sobrevivir en el sector al que pertenece, tomando en cuenta que para poder pertenecer o formar parte de la nueva economía es necesario pasar por varias etapas, desde la tecnología hasta la búsqueda de la confiabilidad en la organización o los clientes; de igual forma los grandes



cambios que se han suscitado en todo el mundo se ha incorporado al mercado electrónico que permite un crecimiento sostenido y garantizado en corto, mediano o largo plazo.

Es por ello que, el comercio electrónico es una metodología moderna para hacer negocios que detecta la necesidad de las empresas, comerciantes y consumidores de reducir costos, así como mejorar la calidad de los bienes y servicios, además de mejorar el tiempo de entrega de los bienes o servicios, por tanto no debe seguirse contemplando el comercio electrónico como una tecnología, sino que es el uso de la tecnología para mejorar la forma de llevar a cabo las actividades empresariales. Ahora bien, el comercio electrónico se puede entender como cualquier forma de transacción comercial en la cual las partes involucradas interactúan de manera electrónica en lugar de hacerlo de la manera tradicional con intercambios físicos o trato físico directo.

En este sentido, la manera de comerciar se caracteriza por el mejoramiento constante en los procesos de abastecimiento, y como respuesta a ello los negocios a nivel mundial están cambiando tanto su organización como sus operaciones, siendo el comercio electrónico el medio de llevar a cabo dichos cambios dentro de una escala global, permitiendo a las organizaciones ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, para así trabajar de una manera más cercana con sus proveedores y estar pendiente de las necesidades y expectativas de sus clientes.

De igual forma, permiten seleccionar a los mejores proveedores sin importar su localización geográfica para que de esa forma se pueda vender a un mercado global; así la modalidad del comercio electrónico más utilizada, en un porcentaje muy alto, es la que realizan las organizaciones entre sí, Bussines to Bussines (B2B), seguida de la que hacen con los consumidores finales, Bussines to Consumers (B2C), especialmente con organizaciones de servicios financieros y de turismo.

En este caso, las operaciones que se hacen en el Venezuela bajo esta modalidad, son aquellas cuyos dirigentes son emprendedores natos, el cual aprovechan las oportunidades presentadas para posicionar sus marcas o sus productos en el mercado, quienes de manera indirecta, crean una ventana a la creación de carteras de clientes o portafolios electrónicos, capaces de brindarles estabilidad económica, de aplicar de manera correcta estos canales; para superar esta situación hay que definir una estrategia dentro del concepto de competitividad sistémica, ya que no solo es un tema organizacional, sino que interesa a la sociedad en su conjunto.

Ante este planteamiento, el objetivo de esta investigación es identificar la diversificación de los portafolios pertenecientes al sistema de comercialización electrónica venezolano, de manera específica en activos financieros, determinando su impacto económico en el desarrollo del país y ante las situaciones de crecimiento sostenido ante emprendedores.

PORTAFOLIOS ELECTRÓNICOS DE INVERSIONES EN VENEZUELA.

Se hace difícil hoy en día pensar en una organización de calidad que funcione sin el apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ya que gran parte de la misma, para la producción, promoción, compra y venta, actividades que esta realiza se sustenta en las tecnologías, como lo asegura Aguaded y Hernando (2011).



Para ello, también se requiere participación activa del cliente tanto interno como externo, además de necesitar un fuerte compromiso que apoye y resguarde la iniciativa, tal como lo asevera Aguaded y otros (2011); así las organizaciones deben cambiar y la gran mayoría lo está haciendo, al centrar sus procesos en las características y necesidades de sus clientes, y al incorporar escenarios flexibles y abiertos para la comercialización, siendo esta una oportunidad para la creación de portafolios electrónicos de inversión.

En este sentido, el sistema de portafolios, se desenvuelve en un ambiente de riesgos e incertidumbre y se encuentra expuesto a los riesgos de mercado en casi todas sus operaciones ya que sus principales movimientos operativos se dan en los mercados financieros, estos se encuentran expuestos a la volatilidad ocasionando pérdidas económicas debido a que no pueden ser pronosticadas; asimismo, la incertidumbre está inmersa en cualquier actividad de los mercados, donde los administradores deben adaptar sus operaciones a cualquier cambio brusco experimentado y buscar sobrevivir a ellos, obteniendo ventajas en lugar de pérdidas, como lo asevera Guzmán y Quiroz (2011).

Por otra parte, es bien sabido que la manera de usar el dinero para obtener más ganancia es la inversión y para ello se requiere hacer un análisis del comportamiento de una serie de variables como son: inflación, tasas de cambio, tasas de interés, entre otra; de igual forma, para invertir dinero es conveniente consultar antes a los expertos para que el riesgo sea el mínimo posible.

Además, la rentabilidad de una inversión está en función de la cantidad que se invierta en los activos financieros y el riesgo está inmerso en esta actividad: entre mayor sea el riesgo, se tendrá mayor rentabilidad; y la liquidez se tendrá si se pueden vender fácilmente los títulos o activos, tomando en cuenta las operaciones electrónicas que permiten esta rentabilidad.

De manera simultánea el comercio electrónico se ha desarrollado de forma sorprendente en los últimos años. La transformación es imparable y las oportunidades ofrecidas están a la vista de cualquiera. Un sinnúmero de organizaciones está demostrando a diario cómo el comercio online puede ser usado en los sectores (B2C o B2B) para aumentar los beneficios, el número de clientes, mejorar los servicios y la relación con el cliente, acelerar los procesos de venta y disminuir los costes de distribución.

Así, durante el proceso, el uso de Internet como un canal de ventas adicional se ha convertido en un modelo de negocio normalizado para organizaciones de todos los tamaños y sectores. Los ingresos obtenidos mediante el comercio electrónico aumentan sin cesar y el número de consumidores que utilizan Internet para recabar información o ir de compras continúa creciendo.

Por su parte, la rápida proliferación del número de conexiones tipo Banda Ancha ha tenido un factor decisivo como estímulo del comercio electrónico. Hoy en día el e-commerce (comercio electrónico) es una práctica estándar entre aquellas compañías que desean incrementar la eficiencia de sus ventas, sus beneficios, y mejorar su servicio al cliente.



TEORÍA Y MODELO DE MARKOWITZ

Harry Markowitz recibió el Premio Nobel de Economía en 1990 por sus investigaciones sobre la selección de carteras óptimas, como lo asevera Dowd y Blake (2006), donde Markowitz (1959) detectó que el factor clave en los inversionistas era la rentabilidad, no les importaba nada más, querían maximizar la rentabilidad de sus inversiones, pero posteriormente él incorporó un factor más, el riesgo, Markowitz propone usar la variabilidad de los rendimientos de los activos financieros como medida de riesgo.

En este sentido, la varianza de los rendimientos se usó como medida de riesgo en todo el mundo de 1980 a 1990, después se le reconoce como una medida de incertidumbre y no de riesgo, al transcurrir una serie de crisis se vio que había la necesidad de una medida de riesgo que se expresara en términos de pérdidas potenciales, con una probabilidad de ocurrencia. En la teoría moderna, para seleccionar carteras de inversión, se propone que el inversionista vea la cartera como un todo, estudiando las características de riesgo y rentabilidad global, en lugar de escoger valores individuales, de acuerdo al valor esperado de cada valor en particular.

Además Markowitz (1959), explica si dos activos tienen la misma rentabilidad, se elige aquel que corra el menor riesgo; por otro lado, el inversionista está dispuesto a asumir un cierto riesgo entonces elige el activo que corra dicho riesgo y que tenga la mayor rentabilidad, usó el binomio rentabilidad-riesgo, el riesgo es medido por la varianza por lo que su modelo es conocido como media-varianza.

Los portafolios de inversión se componen de una serie de activos financieros seleccionados y que cotizan en los mercados, es una combinación de instrumentos de renta fija o renta variable, para equilibrar el riesgo, se conocen bien los instrumentos que están disponibles en el mercado y se eligen las opciones que más convengan al que realiza la inversión, adicional a esto, se define bien el nivel de riesgo dispuesto a correr, los objetivos a alcanzar con la inversión y la capacidad de ahorro que se tenga. Esta es una alternativa para las personas u organizaciones que quieren invertir su dinero.

Los inversionistas se pueden considerar como consumidores que salen de compras y son influenciados por la publicidad y el precio, no suelen irse por una sola oportunidad de inversión y procuran hacer una selección entre los instrumentos disponibles en el mercado de valores. Para cada instrumento se puede analizar el riesgo individual, en función de su volatilidad y, además, el riesgo conjunto, que viene a ser el grado de correlación con los otros activos que también forman parte del portafolio de inversión.

CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO: INDICADORES DE INVERSIÓN Y PARTICIPACIÓN

Los objetivos de adaptación del comercio electrónico por parte de las organizaciones, parte de aquellos negocios tradicionales (offline) que presente la necesidad de utilizar e-commerce como un canal de ventas adicional, principalmente para dar un mayor servicio a sus clientes actuales. Su objetivo es, por tanto, optimizar y automatizar los procesos de venta para mejorar las relaciones con sus clientes, por encima de la captación de nuevos clientes.

Asimismo, las organizaciones con reciente creación que buscan una oportunidad de negocio en Internet y quieren poner en marcha ventas puramente online, cuyo objetivo es abrir nuevos



mercados, obtener un grado de reconocimiento significativo en el mercado al que están orientadas, atraer y retener en el tiempo nuevos clientes utilizando una combinación de tienda online y efectivas campañas de marketing, en pocas palabras generar carteras de clientes factibles y sostenibles.

Por otro lado, esta modalidad incluye aquellas organizaciones que están llegando a su techo en su negocio tradicional de modelo de distribución clásica y que buscan nuevas áreas de crecimiento y oportunidades en el comercio electrónico, las cuales, buscan principalmente alcanzar nuevos mercados que hasta ese momento resultaban inaccesibles, como por ejemplo, otros países, regiones, ciudades, o nuevos colectivos.

De igual forma, es necesario establecer una estrategia de negocio ante la modalidad electrónica, tomando en cuenta sus variantes o modelos de negociación, el cual al aplicarse pueden ser conocidas como portafolios de inversión o carteras de clientes de negociación electrónica. Para ello, se tiene la siguiente clasificación:

- E-commerce: representa los procesos externos que permiten el contacto con los consumidores, los socios y proveedores de una organización o negocio, en el cual se incluyen las actividades de marketing, venta, toma de pedidos (órdenes), entrega, servicios al consumidor, servicios postventa y la gerencia de lealtad del propio consumidor.

- E-Business, cuya característica principal es la inclusión del e-Commerce, pero además cubre aquellos procesos internos conocidos como: producción, gerenciamiento de inventario, desarrollo de productos, gerenciamiento de riesgos, finanzas, desarrollo de estrategias, gerenciamiento del conocimiento y todo aquel talento humano que conforma la organización.

- E-Government, constituye la utilización de plataformas tecnológicas de información así como el conocimiento de procesos internos gubernamentales, incluyendo la entrega tanto de productos como servicios Estatales, a ciudadanos e industrias, según sea el caso.

En lo particular, se denota que el mejor modelo a tomar en cuenta para la aplicabilidad de un portafolio de inversión electrónico, es aquel que engloba todos los procesos de la organización, tomando en cuenta el comercio electrónico, con el que se proyecta la filosofía, objeto y raíces organizacionales.

LA ORGANIZACIÓN Y LA CONFORMACIÓN DEL PORTAFOLIO DE INVERSIONES ELECTRÓNICOS

En una concepción más básica, los negocios electrónicos son el uso de las tecnologías de Internet para mejorar y transformar los principales procesos organizacionales; de igual forma la mayoría de las mismas son conscientes de esta necesidad y han comenzado a complementar progresivamente las prácticas organizacionales tradicionales con las propias del e-Business.

En este sentido, muchas de ellas se encuentran ya en una fase avanzada, donde han empezado a adaptar sus procesos esenciales a la presencia en la red con el fin de reforzar el servicio al cliente, optimizar las cadenas de suministro y acceder a mercados nuevos y desconocidos. Es por ello que, la accesibilidad y el amplio alcance de Internet han transformado para siempre las expectativas de los clientes respecto a la prestación de asistencia y la capacidad de respuesta de las organizaciones.



De esta manera, los negocios electrónicos tienen una serie de ventajas que parten de la accesibilidad global al campo de ventas, representando aquellas instituciones o personas que hacen uso del internet para comercializar y entablar relaciones de negocios; el acceso funcional y característico de los elementos del producto sin generar costos de consulta, permitiendo determinar la funcionalidad del producto, las presentaciones y diferentes situaciones según el gusto del consumidor; una reducción de costos por parte del demandante y el ofertante; y, genera una fidelización constante del cliente.

Así, el e-business es mucho más que vender productos en Internet, el cual constituye una vía esencialmente nueva de llevar a cabo operaciones comerciales, fomento de portafolios de inversión, creación de inversiones netas, relaciones de negocio, por medios electrónicos, sirviéndose de las más recientes tecnologías, como Internet.

Asimismo, implica un abandono de los planteamientos organizacionales convencionales para competir en un entorno nuevo y dinámico: el ciberespacio, donde se otorga mayor prioridad a la habilitación de los clientes y a una participación más amplia de estos en el proceso organizacional, siendo estos, los procesos internos que ganan en automatización y se reduce de manera sustancial el papeleo. De igual forma, el e-commerce y el e-business, son modalidades de negociación compuestas, el cual ambos comprenden la creación de nuevas cadenas de valor entre las organizaciones, sus consumidores y sus proveedores, así como hacia adentro de cada compañía.

El e-commerce incluye solo dos direcciones de cambio, a saber: (a) **interna**: integrando las aplicaciones de front-end para un Website de e-commerce con los sistemas transaccionales ya existentes en la organización; (b) **externa**: mediante la integración de negocios entre la compañía, los clientes y los sites de proveedores e intermediarios.

La estrategia de e-Business es menos glamorosa y más detallada y se enfoca en mejorar los procesos internos de negocios. Genera cambios en cuatro direcciones: (a) **interna**: entre el front-end web y los sistemas back-end.; (b) **externa**: entre la compañía y sus consumidores, proveedores e intermediarios, (c) **horizontal**: entre el e-commerce y herramientas de tipo ERP (enterprise resource planning), CRM (customer relationship management), KM (knowledge management) y SCM (supply chain management); y (d) **endógena**: con una profunda integración de TIC con procesos de negocios radicalmente rediseñados.

Por estas razones, las estrategias de e-business tienen también mucho mayor impacto a nivel rentabilidad. Bajo esta explicación, en Venezuela, la negociación se establece bajo normativas y regularidades comerciales, donde existen realidades diversas en materia de infraestructura tecnológica, así como las organizaciones que operan dentro del territorio.

Es por ello que, independientemente de las asimetrías y de la crisis internacional que afecta a la economía global, puede observarse que la Economía Digital en Venezuela ha crecido en los últimos años generando mayores volúmenes en las transacciones de los mercados internos como en términos transfronterizos, generando así la oportunidad efectiva y eficiente de generar estos portafolios de inversión, el cual se emprendió a través de los canales de comunicación electrónico, permitiendo darse a conocer en otros sectores del mundo.



CONSIDERACIONES FINALES

En los mercados existen riesgos, se presentan eventos adversos que pueden llevar a pérdidas económicas, en el caso de los portafolios de inversión la pérdida será en su valor; el riesgo puede ser de diferentes dimensiones y las pérdidas serán de diferentes magnitudes, se puede reducir o manejar, además la gestión del riesgo puede prevenir desastres por lo que se ha buscado la forma de medirlo para lo cual es muy importante poder identificar los factores de riesgos.

Ante esta situación, es necesario tener en cuenta que la confianza y seguridad son la base más importante para cualquier relación de negocios, especialmente para aquellos que se realizan en Internet, ya que aquí se pierde el habitual contacto humano. Si se cumple un par de sencillas normas básicas, puede crearse la confianza en los clientes potenciales y construir una relación duradera y estable con ellos, porque en los negocios online también aplica la norma de que es mucho más fácil y barato mantener un cliente que crear uno nuevo.

Si no se está familiarizado con el mercado al que se desea dirigir para la conformación de estos portafolios electrónico, se corre el riesgo de que el mensaje transmitido en las actividades de marketing no sea comunicado a quien realmente se quiera llegar, o que la gama de productos no sea la apropiada para el mercado objetivo. Por ello, para tomar la decisión en la inversión se toman en cuenta los factores que pueden intervenir tales como, el ambiente político, social y económico; también existen variables cambiantes como el interés, el valor del dólar, el crecimiento económico, la inflación y el desempleo, éste último es una de las principales causas de la caída de una economía.

Es por ello y para una efectiva elección, debe tomarse en cuenta aspectos que, según Ortega (2012), para algunos son básicos como el nivel de riesgo que está dispuesto a correr, pero para otros determinan los objetivos que busca alcanzar con su inversión, de igual forma, antes de decidir su integración a la cartera de crédito o a cualquier portafolio de inversión, es vital conocer a cabalidad los instrumentos disponibles en el mercado para validar las opciones más convenientes, de acuerdo a sus expectativas económicas y personales.

Los portafolios se han diseñado para correr riesgos de mercado altos a cambio de un alto rendimiento, pero no hay la necesidad de exponer el ahorro de otros y perderlo, ante esta situación, el diseño de los portafolios electrónicos ahora debe hacerse más medido y de forma responsable, evitando grandes pérdidas en su valor esperado, adicional a esto, se debe contar con los canales o modelos necesarios, según sea el caso, Business to Business, Business to Customer o Business to Government, cuyas finalidades permiten crecimiento organizacional y económico.

A manera de conclusión, como lo establece Rodríguez (2007), se tiene que tomar en cuenta el ambiente político, social y cultural, ya que cualquier cambio en ellos puede causar grandes desviaciones de los propósitos de la actividad organizacional o la creación del portafolio como tal, que es apoyar al desarrollo de la economía para beneficio del país. En la realidad se está recibiendo información de forma no equitativa y sesgada, por lo que cualquier esfuerzo que se haga, por muy bien realizado que sea, no tendrá buenos resultados.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUADED, Ignacio; HERNANDO, Ángel (2011). «**Recursos tecnológicos en la Universidad de Huelva: hacia la universidad digital**». En: J. CABERO, I. AGUADED, E. LÓPEZ MENESES, Y. SANDOVAL, G. DOMÍNGUEZ (eds.). Experiencias innovadoras hispano-colombianas con tecnologías de la información y la comunicación. Sevilla: Mergablum. Págs. 65-85.
- AGUADED, Ignacio; MUÑIZ, Cristina; SANTOS, Nieves (2011). «**Educación con medios tecnológicos. Tecnologías telemáticas en la Universidad de Huelva**» [ponencia]. En: I Congreso Internacional Comunicación y Educación: Estrategias de alfabetización mediática. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Dowd, K., & Blake, D. (s.f.). **The Journal and Risk and Insurance**. 73(2), 192-229.
- Guzmán, M., & Quiroz, J. (2011). **Ixe Grupo Financiero**. *El Economista*, 18.
- HART, Jane (2011). **The Top 100 Tools for Learning 2011 List. Centre for Learning y Performance Technologies**. (C4PLT). [Fecha de Consulta: 28 de Mayo de 2014. www.c4plt.co.uk/recommended/2011.html]
- Markowitz, H. (1959). **Portafolio Selection Efficient Diversification of Investments**. New York: John Wiley.
- Ortega, E. (2012). FCH pide al G-20 **Mejorar la Regulación Financiera**. *Finanzas*, 4.
- Rodríguez, A. (Marzo de 2007). **El Mercado de Capitales como Alternativa de Inversión**. *Visión General*, 6, 105-116.



RESILIENCIA EMPRESARIAL E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL, UNA PERSPECTIVA GERENCIAL

Yudelis León

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
ycleon@hotmail.com

Jeanmir Urdaneta

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
chinitademaracaibo@hotmail.com

RESUMEN

Este artículo tiene como propósito analizar cómo la resiliencia empresarial ajusta los procesos organizacionales como medida preventiva a su participación en comercios integrados intrarregionalmente, para ello se diseña un estudio documental, en el cual se observa, que existen cada vez más empresas en el mundo que tienen especial atención a esta competencia al momento de reclutar un nuevo integrante a la organización. De esta manera, la persona, profesional u organizaciones tienden a utilizarla para recuperarse rápida y efectivamente ante cualquier adversidad, incertidumbre y consecuencia del mercado, a tal efecto, la resiliencia en esencia supone extraer lo bueno de lo malo, a través de la visualización de lo positivo de la situación negativa, logrando aprender a interpretar efectivamente los escenarios adversos generando las herramientas necesarias para revertir la situación y sacar provecho de ello. Se considera finalmente, que MERCOSUR debe prever mecanismos para la protección de la radicación de inversiones externas de la subregión en las economías menores, lo cual disminuya la incertidumbre de la subregión y situaciones disruptivas, aunque la empresa resiliente ya debe tener en marcha medidas preventivas ante cualquiera de los supuestos acá descritos.

Palabras clave: Resiliencia Empresarial, Integración Internacional. Mercosur.

INTRODUCCIÓN

La dinámica empresarial está sujeta a cambios repentinos, en los cuales las posibilidades de restituir un orden deja de ser la pauta y la reconfiguración es la norma. Tiempos en los cuales, el acercamiento entre los pares sociales dirige la ruta de nuevas supra estructuras socio-productivas que denotan el cambio entre paradigmas. Es allí, donde la connotación de humano le da relevancia y trascendencia al conocimiento gerencial.

Este mismo abanico de posibilidades, llena de incertidumbre el espectro de acción a los planificadores y evaluadores que desde sus perspectivas buscan que la organización sea competitiva en el entorno, pues de esta manera es que garantizan el retroactivo monetario a su trabajo. Pero cuando esta línea se escapa de la normalidad y las funciones se ven interrumpidas por nuevos lineamientos políticos tanto internos como externos, plagados de incertidumbre y riesgo ante cualquier decisión, un entorno que se nubla por las complejidades políticas de los países y aquellas estructuras que deben servir de trampolín comercial, manifiesta fallas importantes, es cuando el gerente debe hacer uso de sus habilidades gerenciales.



En tanto, el entorno seguirá siendo complejo, las asociaciones comerciales más heterodoxas y la organización más resiliente, es una condición que cada vez más se hace norma en los diferentes escenarios, por ello este artículo trata de contextualizar aquellos factores que desde el Mercosur, hacen necesario que la empresa, gerente y trabajadores sean resilientes, aprendan de la disrupción del entorno para encontrar salidas antes de que ocurran. En virtud de lo anterior, se diseñó una investigación de cohorte documental, utilizando los aportes teóricos de Becoña (2006); Caballero (2011); Erol (2010); Gallopín (2006); Minoli (2005); Steffi y Rice (2005), entre otros. De esta manera, se presentan los argumentos que derivan de esta investigación, considerando en primer término el significado de la resiliencia cuando esta trasciende al hombre; seguidamente, cuáles son aquellas situaciones disruptivas que se presenta en el entorno internacional; a continuación se estudian las principales debilidades de la estructura productiva en Mercosur, finalmente se presentan las consideraciones finales.

CUANDO LA RESILIENCIA TRASCIENDE AL HOMBRE

El cambio proveniente de las catástrofes naturales y de la globalización son acontecimientos inesperados, inhabituales y extraordinarios, generando que el mundo viva entornos cada vez más turbulentos, con una dinámica además de acelerada compleja. Estos inesperados escenarios, le otorgan a las organizaciones la necesidad de demandar profesionales altamente competentes, cuya capacidad de adaptación al cambio, adversidades, crisis financieras y al fracaso (Becoña, 2006).

Por su parte, existe una competencia directiva que mucho puede ayudar en estos escenarios, la cual inicialmente es una habilidad que todos los seres humanos poseen, pero pocos la reconocen en sí y la desarrollan a su favor; sin embargo, las personas han nacido o vivido bajo situaciones adversas y se han podido desarrollar en forma sana y útil para las sociedades, mientras que otros bajo las mismas situaciones de vida y acontecimientos no han podido conllevar sus entornos adversos en sus vidas, obteniendo como resultado indeseables consecuencias.

Por ello, plantea Becoña (2006), que existen cada vez más empresas en el mundo que tienen especial atención a esta competencia al momento de reclutar un nuevo integrante a la organización. Esta competencia y habilidad en el campo de la psicología se denomina "Resiliencia". De esta manera, la persona, profesional u organizaciones tienden a utilizarla para recuperarse rápida y efectivamente ante cualquier adversidad, incertidumbre y consecuencia del mercado, a tal efecto, la resiliencia en esencia supone extraer lo bueno de lo malo, a través de la visualización de lo positivo de la situación negativa, logrando aprender a interpretar efectivamente los escenarios adversos generando las herramientas necesarias para revertir la situación y sacar provecho de ello.

Desde un punto de vista general, Chile, ha sido un país asediado por diversas catástrofes, sin embargo ha manifestado una alta capacidad de sobreponerse a la adversidad, promoviendo la improvisación de soluciones rápidas y efectivas para enfrentar sus realidades, ejemplo de ello, lo acontecido en el caso de los 33 mineros de Atacama.

Por eso, a criterio de este autor, los profesionales y directivos en la actualidad, deben responder con una alta capacidad resiliente, con la finalidad de enfrentar esos turbulentos y desastrosos escenarios. Y esto se logra porque la resiliencia personal puede ser traspasada a las organizaciones, con el propósito que éstas aprendan a adaptarse constantemente al cambio



para recuperarse de manera rápida y efectiva a cualquier impacto, sin perder la capacidad de continuar además de cumplir con los objetivos trazados por la organización.

Tomando en consideración las definiciones hasta ahora disertadas, el concepto de resiliencia se ha analizado desde numerosas disciplinas, dentro de ellas la psicología, ciencia de materiales, redes computacionales, ecología, gestión del riesgo, economía, sociología y teoría de redes. A este respecto, Dalziell y McManus (2004) sugieren que la resiliencia fue propuesta por primera vez en investigación del campo de la ecología por Holling (1973) y la aproximaba a un concepto desde dos aristas, la primera como un sistema, llámese ecosistema, sociedad u organización, los cuales persisten en un estado de equilibrio o estabilidad; en segundo lugar, por la manera como los sistemas dinámicos se comportan cuando son estresados y se mueve de este equilibrio.

En base a lo anterior, estos autores proponen utilizar el término resiliencia aplicado al entorno empresarial al momento de describir aquel objetivo general de un sistema capaz de seguir funcionando en la mayor medida posible frente a una situación disruptiva con el fin de lograr su propósito, siendo de esta manera la resiliencia una función tanto de la vulnerabilidad del sistema como de su capacidad adaptativa.

Por lo anterior, en el momento en el que ocurre un evento disruptivo, una organización es llevada desde un estado de relativo equilibrio a otro caracterizado por la inestabilidad. Donde la facilidad con la que la organización es ubicada a este nuevo estado inestable es una medida de la vulnerabilidad de la misma, mientras que el grado con el cual la organización se enfrenta a dicho cambio, es una medida de su capacidad adaptativa.

En ese sentido, Minoli (2005) afirma que las empresas resilientes son capaces de absorber cambios y rupturas, desde los entornos internos como externos, sin que por ello se afectada su rentabilidad, incluso llegan a desarrollar cierta flexibilidad, orientada a los procesos de adaptación rápida, en los cuales logran obtener beneficios extras, sean éstos tangibles o intangibles, derivados de circunstancias adversas o imprevistas.

Por su parte, Erol et al. (2010) argumentan que una empresa resiliente, tiene la capacidad para disminuir la vulnerabilidad, asimismo, la habilidad manifiesta para cambiar y adaptarse así como para recuperarse rápidamente ante imprevistos. A este respecto, Gallopín (2006) sugiere que la resiliencia es una capacidad adaptativa de la empresa, con la cual esta trata de adaptarse y recuperarse ante una perturbación. Por ello, La resiliencia muestra cómo una empresa puede disminuir su nivel de vulnerabilidad ante riesgos esperados o no; a la vez que muestra la capacidad de ser flexible reorganizándose a pesar del entorno cambiante y lo efectiva que puede ser recuperándose en el menor tiempo posible y con el menor coste.

Por todo lo anteriormente descrito, Becoña (2006) insiste que las empresas en la actualidad se caracterizan por desempeñarse en escenarios altamente competitivos, donde los clientes están más informados, los observadores de calidad en los productos y servicios que adquieren son conscientes de su poder, manifestando una mínima o nula lealtad; Asimismo, los cambios tecnológicos cada vez más frecuentes exigen de todos los niveles de la organización una gestión adecuada del conocimiento.

Los recursos humanos por otra parte, están conformados por una mayoría de profesionales jóvenes, los cuales egresan bien preparados y ambiciosos, con un nivel acorde a la consciencia



en que sus vidas útiles laborales son en esencia decrecientes, por lo que se moverán libremente de un cargo a otro dentro de la misma compañía, de una compañía a otra o saltando a otros mercados.

En este escenario, los ejecutivos se ven sometidos a presiones permanentes en que el lema es “rendir más con menos”, donde se toman en cuenta los recursos, tanto los humanos como los de capital, los cuales deben ser exigidos al máximo, con el riesgo de desaparecer por márgenes en permanente que desde la óptica de la competitividad van en descenso.

De esta manera, las llamadas “espaldas financieras” son importantes, pero en ella va implícita la capacidad de gestión de sus ejecutivos, ello implica, que estos no solos posean, sino que además mantengan y actualicen sus conocimientos, desarrollando competencias que los determinen a formar equipos de alto desempeño, que lideren proyectos en ambientes de fuertes indefiniciones en los cuales la única constante es el cambio y mantenerse mentalmente equilibrados ante presiones crecientes (Becoña, 2006). En consecuencia, las fronteras empresariales han caído y los competidores son ahora corporaciones transnacionales, donde los mercados trascienden los límites geográficos haciendo que las ventajas competitivas sean cada vez más escasas o replicables.

De allí que, la resiliencia en la organización se acompañe de la capacidad de aprender con mayor rapidez que los competidores, ya que quizá sea la única ventaja competitiva sostenible por cuanto tras ella está la particular capacidad para percibir el futuro y adaptarse con rapidez a los nuevos escenarios de negocios. Por ello, los conocimientos, ya no bastan para poder navegar adecuadamente en las aguas de la economía digital global, es necesario preparar a las nuevas generaciones profesionales, en el desarrollo de habilidades y competencias personales, básicas para los ambientes turbulentos.

SITUACIONES DISRUPTIVAS Y EL ENTORNO INTERNACIONAL

Las empresas en la teoría, consisten en proveedores, fabricantes y clientes los cuales están interconectados, trabajando en conjunto para proporcionar productos o servicios a sus clientes finales, argumentos utilizados por Hu et al. (2008). Basándose en esta definición, un evento disruptivo está delimitado por aquella situación en la cual se dará lugar a la pérdida parcial de los componentes de la red antes mencionada, o que inutilizará algunas de las conexiones entre los componentes en un corto período de tiempo pudiendo causar un impacto significativo en la economía; de manera que, la empresa necesite volver a configurar su red.

Continúan los autores, esta vez refiriendo una clasificación de los eventos disruptivos que pueden afectar a una empresa, primero englobando a todas las catástrofes naturales; en segundo término, los accidentes dentro de las instalaciones de la organización los cuales responden a múltiples causas, dentro de ellos los incendios, cortes de energía, o fallos en los equipos, entre otras; por último, aquellas creadas por el hombre, denotando las huelgas, terrorismo, guerras, epidemias, entre otros.

Sin embargo, las empresas experimentan su debilidad ante los riesgos en diferentes niveles, todos ellos caracterizados por la incertidumbre basada en la demanda, particularmente debido a las expectativas de los clientes, apalancada por una competencia global, estructurada por cadenas de suministro más complejas, donde existe una mayor variedad en la producción con tiempos de entrega reducidos. Además, Sheffi y Rice (2005) consideran que las empresas



todavía tienen que sobrellevar las interrupciones convencionales soportadas por la variabilidad de la cadena de suministro, asimismo las restricciones de capacidad, problemas de calidad y rendimiento de la producción, entre otros.

En la literatura existen numerosos casos de estudio que analizan las respuestas de diferentes organizaciones ante diversas situaciones disruptivas. Por ejemplo, después de los ataques del 11 de septiembre de 2001, el gobierno de Estados Unidos cerró su espacio aéreo. Dicha decisión hizo que ningún vuelo, tanto entrante como saliente, pudiese llegar a su destino. El impacto sobre numerosas líneas de suministro fue inmediato. Ford Motor Co. tuvo que parar de forma intermitente numerosas líneas de ensamblaje ya que tuvo que fletar camiones provenientes de Canadá y México con ciertos componentes para sus cadenas de montaje, pero el transporte por carretera implicó demoras considerables en la llegada de las piezas necesarias y, por tanto, el paro de ciertas líneas. Como consecuencia, la producción del cuarto trimestre de 2001 descendió un 13% respecto a su plan de producción (Sheffi y Rice, 2005).

Otro ejemplo es el caso descrito por Stolker et al., (2008) que abarca a las compañías Philips NV, empresa holandesa del sector de la electrónica con una planta industrial en Albuquerque, así como a dos de sus clientes principales Nokia y Ericsson. La noche del 17 de marzo de 2000, un rayo impactó en la planta industrial de Philips y se inició un incendio. Entonces Philips anunció que se demoraría una semana en proveer a sus dos clientes principales. Sin embargo, ambas empresas respondieron de manera diferente a este anuncio.

Nokia respondió mediante la internalización de las noticias y rápidamente se identificó los chips provenientes de dicha planta, se convocó a personal clave de la empresa y se formó un gabinete de crisis para estudiar las diferentes posibilidades. Nokia encontró otros proveedores de tres de los cinco tipos de chips que les suministraba Philips, y negoció con Philips la utilización de capacidad extra de otras plantas industriales, con lo cual se garantizó su suministro en 107 horas de demoras.

Por el contrario, Ericsson asumió que los chips les serían entregados con una semana de retraso, sin tomar ninguna acción correctiva. Finalmente, Philips tras realizar una investigación, anunció que necesitarían más tiempo (varias semanas) para poder reiniciar su producción y que podrían tardar meses para ponerse al día en el programa de producción.

Por todo ello, la participación de mercado de Nokia de teléfonos móviles aumentó de 27 a 30 por ciento, mientras que Ericsson pasó del 12 al 9 por ciento. Dicho ejemplo contextualiza las diferentes respuestas ante una interrupción en el suministro de componentes claves. Se analiza la resiliencia de Nokia y Ericsson mediante sus respuestas y decisiones ante dicha situación disruptiva, aunque también se debería analizar la resiliencia de la planta industrial de Philips NV que tardó 6 meses en recuperar su nivel de producción.

PRINCIPALES DEBILIDADES DE ESTRUCTURA PRODUCTIVA EN MERCOSUR

En virtud de lo anterior, las situaciones disruptivas derivadas del hombre también pueden devenir del diseño inadecuado de las políticas que hacen posible el mercado internacional, en el caso que priva en el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), se identifican en un principio situaciones como la rigidez de la oferta exportable, en este caso la producción exportable especialmente fuera de la subregión, se encuentra limitada a unos pocos bienes de



transformación primaria, fenómeno que ha condicionado absolutamente la estrategia de inserción comercial internacional (Caballero, 2011).

Otra de las situaciones que impactan en el mercado y que reviste si se quiere de mayor atención por su complejidad, es el caso las asimetrías, las cuales determinan la relación costo-beneficio de la inserción comercial, sea este una dimensión que se ocupe a nivel de integración regional, en el caso cuando existen socios con economías de diferente tamaño relativo, o bilateral. Dichas asimetrías pueden ser observadas esencialmente en la mayor diversificación y las diferencias de escala. Las mismas marcan también que los intereses ofensivos sean menos que los intereses defensivos que presenta la contraparte.

La situación puede, como ha sucedido en el marco del MERCOSUR, consolidar déficit comercial estructural muy difícil de resolver fuera de un esquema de integración o complementación económica siempre y cuando prevean mecanismos para enfrentar estos problemas, que obviamente no pueden ser negociados en un marco que simplemente contemple excepciones.

En este mismo orden de ideas, Caballero (2011) plantea que existen las situaciones por disfuncionalidades de las cadenas productivas, en las cuales la estabilización y crecimiento requieren medidas permanentes a través de las cuales poder absorber los efectos negativos que son inducidos a la economía, ya sea desde los mercados externos, o por disfuncionalidades supervinientes dentro del MERCOSUR. Estas generan condiciones difíciles de superar para las economías menores que por esta condición, son también las más dependientes de la subregión.

De lo anterior, la salida de las crisis subregionales no ha sido fácil, especialmente por su complejidad, al existir vínculos débiles entre el sector exportador y el resto de la economía dadas las estructuras de producción, empleo y empresa; en los cuales, los crecimientos de exportación generalmente conforman enclaves dentro de las estructuras económicas de los países en desarrollo. Por ello, Este crecimiento no es un motor de reducción de la pobreza si no se desarrollan complementariamente un vinculación efectiva entre la agricultura, sectores económicos y sociales, para lo cual se necesita una agenda interna que contemple esta situación.

CONSIDERACIONES FINALES

Por todo lo anteriormente expuesto, las empresas resilientes son aquellas que, en épocas de cambios constantes derivados de crisis económico-sociales o de la globalización de los negocios, manifiestan un desempeño superior a otras y obtienen beneficios extras provenientes de circunstancias adversas o imprevistas. A tal efecto, más allá de su existencia jurídica, las organizaciones, al estar constituidas por personas, son humano-dependientes y están supeditadas al estado psico-físico de sus integrantes.

Desde una perspectiva intra-empresarial, algunos aspectos de la gestión de los recursos humanos pueden contribuir a crear organizaciones resilientes, donde la empatía y la habilidad social, los cuales conforman el marco de trabajo de la aptitud emocional, cristalizan las ventajas que la comunicación abierta y eficaz, empowerment y la motivación de las personas que se desempeñan en el medio laboral pueden dar a las organizaciones haciendo de ellas empresas verdaderamente resilientes.



En cuanto a la configuración de un entorno de mercado de alta incertidumbre, donde los países que se integran deben considerar la armonización de políticas económicas, puesto que, es un proceso dinámico el cual requiere compromiso político de todos los socios; es imperante así, comenzar por el intercambio y consulta de información y experiencias, para luego avanzar hacia una compatibilización gradual del uso de ciertos instrumentos de política financiera, empezando por aquellos más vinculados con el comercio exterior y la competencia en el mercado ampliado y frente a terceros.

Por ello, la coordinación de políticas macro-económicas debe ser un proceso, gradual y progresivo, cuyas formas actuales deben ser re-dimensionadas a fin de poder avanzar hacia formas más elaboradas, dándole impulso a una política de inversiones del MERCOSUR con el fin de favorecer la complementación productiva en sectores que sean especialmente importantes para nuestro país, a través de prácticas diferenciales en materia de financiamiento, normas de origen e incentivos y ventajas para la producción y comercialización intra y extra bloque. Es decir, revertir completamente las políticas de incentivos actuales de las economías mayores.

Es imperante entonces, a partir de ello trabajar a nivel de MERCOSUR en pro de inversiones concretas en las economías menores en cadenas industriales, así como en el sector del software y en los servicios turísticos, por ejemplo. Asimismo, el MERCOSUR debe prever mecanismos para la protección de la radicación de inversiones externas de la subregión en las economías menores, lo cual disminuya la incertidumbre de la subregión, disminuya las situaciones disruptivas, aunque la empresa resiliente ya debe tener en marcha medidas preventivas ante cualquiera de los supuestos acá descritos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Becoña, E. (2006). **Resiliencia: Definición, Características, y Utilidad del Concepto**. Revista de psicopatología y psicología clínica, 11(3), 125-146.
- Caballero, S. (2011). **El proceso de integración del MERCOSUR a través de las teorías de la integración regional**. Documento de Trabajo 012. Uruguay: CEFIR
- Dalziell, E. P.; McManus, S. T. (2004). **Resilience, Vulnerability, Adaptive Capacity: Implications for System Performance**. International Forum for Engineering Decision Making (IFED), Stoos, Switzerland, Diciembre 5-9, 2004.
- Erol, O.; Henry, D.; Sauser, B.; Mansouri, M. (2010). **Perspectives on Measuring Enterprise Resilience**. 4th Annual IEEE International Systems Conference, San Diego, California, USA, 5-8 Abril, 2010.
- Gallopin, G. C. (2006). **Linkages between vulnerability, resilience, and adaptive capacity**. Global Environmental Change, Vol. 16, No. 3, pp. 293-303.
- Holling, C. S. (1973). **Resilience and stability of ecological systems**. Annual Review of Ecology and Systematics, Vol.4, pp. 1-23.
- Hu, Y.; Li, J.; Holloway, L. E. (2008). **Towards modeling of resilience dynamics in Manufacturing enterprises: Literature review and problem formulation**. Automation Science and Engineering, pp. 279 – 284.



Minolli, C. B. (2005). **Empresas Resilientes. Algunas Ideas para Construir las, Temas de Management**, Vol. 3, pp. 20-24.

Sheffi Y.; Rice Jr., J.B. (2005). **A Supply Chain View of the Resilient Enterprise**. MIT Sloan Management Review, Vol. 47, No. 1, pp. 41-48.

Stolker, R.J.M.; Karydas, D.M.; Rouvroye, J.L. (2008). **A Comprehensive Approach to Assess Operational Resilience**. 3rd Symposium on Resilience Engineering, Antibes Juan-Les Pins, Francia, Octubre 28-30, 2008.



CAOS ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS SOCIEDADES DEL SIGLO XXI

Francisco Pastor

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE
fpastor@urbe.edu.ve

Jeanmir Urdaneta

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo describir aspectos importantes del caos organizacional y su influencia en la gestión del talento humano en las sociedades de este convulso siglo XXI, en la cual la configuración de la complejidad juega un papel primordial en la relación organizativa, donde sus principales elementos son el estudio tanto de los sistemas complejos como caóticos en el mundo en donde vivimos. Fundamentada teóricamente en autores como Torres (2011), Montoya (2010) Kotler y Caslione (2009), Almarza (2006), Arango (2004) y otros. Metodológicamente es una investigación de tipo documental, descriptiva con análisis hermenéutico. Los resultados plantean futuras investigaciones relacionadas específicamente con la teoría del caos y la condición del ser humano, lo cual conduce al logro y mejora de la gestión del talento humano, así mismo, resulta interesante la profundidad sobre el ordenamiento de las organizaciones en un contexto complejo, como una forma de procurar aportes reveladores a las limitaciones de las habilidades humanas para alcanzar, controlar y gerenciar los procesos de cambio y transformación en las organizaciones en donde resulten más eficientes, flexibles y productivas. El caos organizacional en la nueva gestión del talento humano está enmarcado dentro de las características de un paradigma innovador.

Palabras clave: Caos Organizacional, Talento Humano, Sociedades Siglo XXI

INTRODUCCIÓN

Se viven tiempos diferentes, turbulentos en donde el caos y la complejidad conducen a unas series de acontecimientos de gran magnitud que muchas veces sobrepasan lo imaginable. Significa enfrentar cambios casi a diario que ponen en jaque a la mayoría de los modelos tradicionales de planificación estratégica y mercadeo, así como de gestión del talento humano. Para evitar esos errores las organizaciones deben prestar constante atención a las nuevas direcciones estratégicas que ayudarían en los desafíos y contradicciones dentro de la misma.

En consecuencia, los líderes en las organizaciones han vivido con ciertos riesgos e incertidumbre, donde innovaciones disruptivas, es decir, aquellas que según Christens en y Raymor (2003) citados por Kotler y Caslione (2009) modifican radicalmente el juego competitivo, así como grandes sacudidas inesperadas inciden a la hora de gestionar acciones para minimizar los cambios que existen en las organizaciones actuales.

Al respecto, cuando emergen nuevas teorías con planteamientos opuestos a lo antes nombrado, significa que los tiempos nuevos exigen distintos conocimientos beneficiosos para la organización, la cual ayudará a una rápida adaptación de los procesos de cambios y transformación, teniendo la capacidad de aprender a actuar en los diferentes escenarios



incierto o de cambios. De igual manera, los autores antes mencionados refieren a que las organizaciones deben disponer de instrumentos de gerencia y planificación que sustituyan a aquellos diseñados para sociedades tradicionales.

Bajo esta perspectiva, Arango (2004) plantea que las organizaciones se están caracterizando por grandes cambios y procesos de turbulencia que invita a renovar las viejas estructuras organizacionales que se mantienen aun buscando una estabilidad y subsistencia contraria a un mundo que constantemente está cambiando, con frecuentes inestabilidades, manteniendo una incertidumbre general en la forma de respuesta a los mismos.

En otras palabras, mantienen la poca habilidad de entender la situación; una totalmente diferente a las teorías organizacionales y estructurales que se utilizaron en épocas anteriores pero que actualmente se esgrimen para resolver problemas que no se adecuan con la realidad presente, es decir ya que no pueden controlar todas las variables del entorno, asociado a ello, el comportamiento de los sujetos que allí colaboran se hace también difícil de controlar.

Al respecto, señala que debería establecerse para la renovación de dichas organizaciones una vinculación entre los elementos de la post-modernidad (complejidad) y las organizaciones como tal, permitiendo la investigación de las posibilidades para resolver los procesos complejos; tomando en cuenta las viables salidas a la crisis, mediante un esfuerzo sinérgico por adecuar las teorías tradicionales utilizadas hasta ahora para enfrentar a las variables que desequilibran los diferentes sistemas organizacionales.

Cabe destacar, que lo dicho anteriormente conduce a pensar de manera diferente dichos procesos, cuando la teoría del caos, permite visualizar de manera contextual que es un procedimiento fundamental para determinar si es posible o no predecir el futuro de tales sistemas a partir de los datos actuales y con qué exactitud, por lo que la curiosidad es una herramienta insustituible para sobrevivir.

CAOS Y COMPLEJIDAD

Para Hofstadter (1979) citado por González (2013, p: 52) se refirió al tema explicando que "sucede que una misteriosa clase de caos acecha detrás de una fachada de orden, y que, sin embargo, en lo más profundo del caos acecha una clase de orden todavía más misterioso". En otras palabras el caos es impredecible, específicamente no significa desorden, sería más bien un orden que la mayoría de las veces es difícil de comprender.

El caos ha estado presente en prácticamente toda la historia de la humanidad, a través de las leyendas que han acompañado a las distintas civilizaciones antiguas. Como mencionan Briggs y Peat (2005), los pueblos antiguos creían que las fuerzas del caos y el orden formaban parte de una tensión inestable, una armonía precaria pensando que el caos era algo creativo.

De igual manera, explican que el soporte del caos como una ciencia nueva se debe al matemático, físico y filósofo francés Henri Poincaré, quien a fines del siglo XIX, a partir del planteamiento matemático de las ecuaciones diferenciales no lineales, dio explicación a los sistemas dinámicos característicos del mundo no lineal.

Este autor citado por Briggs y Peat (2005), manifestaba que el caos, o el potencial para el caos, pasan a ser la esencia de un sistema no lineal, y que aún un sistema completamente



determinado como los planetas en órbita podía tener resultados indeterminados. Es decir, había visualizado que la retroalimentación podía engrandecer los efectos más pequeños, advirtiendo que un sistema simple podía convertirse en una perturbadora complejidad

Por otra parte, Levy (1994) citado por Montoya (2010) hace referencia que el caos es la ciencia del proceso, el intento del conocimiento de lo que va a suceder, no de lo que es o de lo que permanecerá. Lo interpreta desde el punto de vista que convierte en inseparables lo simple y lo complejo, donde aparece lo aleatorio a lo confuso, en donde los estados de complejidades y auto – organización, aseguran un conjunto simples de relaciones determinadas produciendo resultados regulares imposibles de pronosticar.

De igual manera, Mandressi (2001) señala que de acuerdo a la mecánica newtoniana, el mundo es un mecanismo regido por leyes naturales, eternas e inmutables donde estas leyes pueden ser expresadas a través de ecuaciones matemáticas determinando que bajo circunstancias idénticas, resultan siempre cosas idénticas y si las circunstancias varían levemente, el resultado también cambiará en forma proporcionalmente pequeña.

No obstante, ocurre a veces, que una diferencia pequeña en las causas produce una enorme diferencia en los efectos, refiriendo este tipo de comportamiento como lo que se conoce con el nombre de fenómeno caótico o lo que otros autores han denominado Efecto Mariposa. Según Hayles (1998,35) citada por Almarza (2006) "el desorden ordenado de los sistemas caóticos no tenía un lugar reconocido dentro de la mecánica clásica. Al demostrar que tales sistemas no sólo existen sino que además son comunes, la teoría del caos abrió, o más precisamente reveló un tercer territorio, que se sitúa entre el orden y el desorden."

Para Von Der Becke (2001) citado por Almarza (2006) el mundo está lleno de fenómenos que parecen caóticos, pero que en realidad se rigen por reglas estrictas pero difíciles de explicar por la gran cantidad de variables involucradas o de combinaciones concebidas. En otras palabras, para este autor el caos o sistema caótico es entonces la conducta de un sistema complejo que aparece como impredecible y falsamente como aleatorio, cuando en realidad tiene un patrón subyacente, es decir un sistema determinista que bajo ciertas circunstancias presenta una dinámica no lineal totalmente irregular e impredecible, excepcionalmente sensible a pequeños cambios en las condiciones iniciales.

GESTIONAR EL CAOS Y EL CAMBIO ORGANIZACIONAL

El panorama actual de las organizaciones no es el mismo de tiempos anteriores las mismas de ayer, hay cambios a nivel mundial, que precisa de renovar las prácticas gerenciales nuevas posturas filosóficas, nuevas prácticas gerenciales, generar nuevos enfoque filosóficos (epistemológicos), para así minimizar los grandes problemas que se están presentando.

De acuerdo a lo anterior, en el proceso investigativo se pudiera inferir que estos cambios han repercutido sobre los diferentes elementos de la organización y por ende ha transmitido sus efectos sobre la gestión del talento humano especialmente en el nuevo talento. En efecto, todos estos cambios influyen en la gestión empresarial, en la cual deben adecuarse y ajustarse a la incertidumbre, caos y transformaciones de estos nuevos escenarios.

En todo caso, el cambio es una constante; por ello una de las principales estrategias debe ser como afrontarlo. A tal efecto, aunque se conozca la dificultad de gestionar el cambio, la



mejor opción adelantándose al mismo, es decir liderarlo, cambiando las reglas del juego renovando las condiciones a las empresas.

Desde luego, para llevar a cabo todo este cambio se debe incentivar los procesos innovativos como búsqueda ordenada de crear oportunidades a fin de afrontar tanto la gestión del trabajo como el equilibrio en los negocios. La innovación llevará a la acción, así como la implantación y ejecución de las ideas para que las organizaciones de hoy en día faciliten tanto la prueba como el error, obteniendo posteriormente el éxito.

Dentro de esta perspectiva, una de las mejores estrategias empresariales antes el caos es promover la creatividad e innovación de todos y cada uno de los equipos de la organización. Dicho de otro modo, cuando la innovación se produce por la presencia de elementos del caos o amenazas del entorno, creando inestabilidad, crisis, es que se debe proceder a gestionar y realizar cambios.

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Todas las organizaciones están formadas por personas, que pasan la mayor parte de su tiempo trabajando en ellas, las cuales dependen de esa labor para funcionar y obtener el éxito, por supuesto para que estos alcancen el éxito personal. En este marco general toda organización dentro de su actividad diaria debería tener en cuenta un análisis reflexivo desde la perspectiva de los valores humanos así como su comportamiento dentro de la misma.

Favorablemente, hay algunos avances aunque de forma muy lenta hacia el logro de una estructura organizativa que sepa armonizar la búsqueda de rentabilidad a través de la mejora de su productividad con la sensibilidad ante las necesidades del talento humano presente en la misma.

Al respecto, Chiavenato (2009) refiere que en una organización, todo cambio representa cierta modificación en las actitudes habituales, en las relaciones laborales, en las responsabilidades, en los hábitos así como en el comportamiento de las personas que conforman la organización. Visto de esta forma, instaurar el cambio, administrarlo, dominarlo y sobrevivir a él son pasos que deben dar los gestores del talento humano que quieran mantenerse en el ambiente empresarial. Por consiguiente, dentro de las disyuntivas de la gestión del talento humano, se requiere enfocarse en prospectiva hacia el escenario del cambio, ya que todo gira en función a este.

Se tiene pues, que, separar el trabajo de la realidad de las personas es muy difícil, casi imposible, debido al valor y la consecuencia que tienen en ellas. La mayoría de las personas que trabajan en las organizaciones lo hacen para alcanzar sus metas individuales. De este modo, las organizaciones dependen directamente de las mismas para alcanzar también sus objetivos generales como estratégicos.

En esta perspectiva, la gestión del talento humano es un espacio muy sensible al pensamiento que predomina en las organizaciones. Depende fundamentalmente del entorno donde se desenvuelva, su cultura, de la estructura organizacional que adopte, sus procesos internos, también considera la situación y aspectos contingenciales del momento, así como otras variables importantes.



Para Chiavenato (2009) la gestión del talento humano es una de las áreas que ha tenido mayores cambios e innovaciones en los últimos años, muy diferente a la del proceso tradicional, en la cual se caracterizaba por la creencia de que el talento humano se debía controlar y dirigir, según opinaba Covey (2005), donde se extrapolan tendencias al futuro, conformándose jerarquías y burocracias para que salgan los números, un obsoleto proceso basado en la reacción que sólo produce culturas de números resguardándose sus intereses.

De tal forma que los gestores, gerentes y líderes anden en la búsqueda de renovar las prácticas y tendencias que les permitan enfrentar las nuevas exigencias de la realidad de este siglo XXI. Esta dependerá fundamentalmente de cómo el pensamiento científico pueda evolucionar, pensando en la no linealidad que es la consecuencia del caos, es decir, reforzar los procesos de toma de decisiones más que en analizar el entorno, asumiendo la incertidumbre

TEORÍA DEL CAOS APLICADA EN LA GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

El caos está presente en todo el mundo como si estuviera demandando finiquitar una etapa para dar inicio a una nueva, tal vez con pensamientos alejados del materialismo predominante en estos últimos siglos para establecer una relación más humana más sensible o quizás más justa, más equilibrada en la parte personal que conlleve a establecer el orden organizacional.

Para Kotler y Caslione (2009) la turbulencia, y específicamente la versión más marcada, es decir, con el caos, el riesgo y la incertidumbre son las condiciones normales para las sociedades de este siglo actual. Consideran estos autores que esta es “la nueva normalidad”, donde existen rachas intermitentes, de prosperidad y declive económico, de allí que los gestores deban reinventarse en su pensamiento estratégico así como en su comportamiento, como bien los señalan para así minimizar sus debilidades y aprovechar mejor las oportunidades en esta denominada nueva normalidad.

Todas las grandes organizaciones del sistema tradicional se han ido disipando lentamente. A tal efecto, en esta nueva transición que por supuesto tardará algún tiempo en establecerse definitivamente pero en la cual ya se están subiendo los primeros escaños, la nueva organización tendrá como principal arma los trabajos en equipo, con la sinergia como ingrediente especial, pero esencialmente la humanización del talento humano.

En esta línea argumental, el caos en sí mismo generando armonía y creatividad, ya que para poder perdurar en él, se debe dejar la llamada zona de comodidad para andar por otros caminos, descubriendo nuevas posibilidades y oportunidades, con la capacidad de crear valor organizacional. Por lo tanto, será preciso reconocer lo impredecible del caos, en vez de resistirnos a él.

DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO EN TIEMPOS DE CAOS

Es importante el desarrollo de las personas en la organización a pesar de los tiempos de turbulencia, caos o incertidumbre actual en las organizaciones. Este se considera como un proceso que ayuda al talento humano a lograr mayor claridad en las que cosas que dicen y que realizan potenciando sus habilidades y por ende mejorando su actitud al trabajo.



Resulta claro, de acuerdo a lo expuesto en el punto anterior y como lo expresaba Senge (2006), permitirá a este nuevo talento la aplicabilidad de los elementos propios a sus prácticas laborales como lo son a) Dominio personal b) Modelos Mentales c) Construcción de una visión compartida d) Aprendizaje en Equipo e) Pensamiento Sistémico permitiendo un desarrollo personal superior. En tal sentido, es primordial que aparte el personal adquiera los conocimientos y habilidades características del puesto de trabajo deben asimilar otras habilidades para tener éxito como miembros de la organización.

Para Werther y Davis (2008) citados por Torres (2011) diferencian el desarrollo del talento humano del entrenamiento como las actividades que ayudan al individuo en el manejo de responsabilidades futuras, independientemente de las actuales. Asimismo, lo relacionan más con la educación y la orientación hacia el futuro que el propio entrenamiento.

Para Simón (2009) el desarrollo de personas refiere al esfuerzo de la organización en proporcionar a los empleados las habilidades que necesitarán para el desempeño futuro de la empresa. Por consiguiente, en esta era de la turbulencia y el caos o de la “nueva normalidad”, como lo indicaron Kotler y Caslione (2009), los colaboradores deben hacerse sentir, que se les considere como personas completas con compromiso genuino, por lo que su desarrollo no debe verse por parte del empleador como una obligación sino como premisa imprescindible para el triunfo de toda organización.

LA FORMACIÓN COMO REFUERZO POTENCIADOR DEL TALENTO HUMANO

En la actualidad, las empresas deben estar concebidas como sistemas en equilibrio con el entorno, con interdependencia entre sus elementos y con una fuerte connotación humanista, por lo tanto debe contar con un talento humano dispuesto a beneficiarse de las oportunidades, garantizando el logro de los objetivos establecidos, que genera la permanencia de la empresa en el tiempo.

En este contexto, las organizaciones captar los mejores talentos debe ser prioridad, pero de igual manera deben esmerarse en establecer adecuadas políticas de formación o capacitación de dicho personal obteniendo así ventajas competitivas determinantes en este estado de normal complejidad en la que se mantienen. Según Torres (2011), la formación del talento humano es de gran importancia para las organizaciones, puesto que está en todos los niveles, constituyendo una de las mejores inversiones en el recurso humano y una de las principales fuentes de satisfacción y bienestar para el personal, puesto que fortalece sus actitudes, potencia sus habilidades y por supuesto el conocimiento.

METODOLOGÍA

Según Arias (2008), la metodología de una investigación representa la parte que pone de manifiesto las orientaciones cómo se efectúa dicha investigación, es como se realiza el estudio para responder al problema planteado. A tal efecto, el presente artículo está basado en una investigación caracterizada como documental descriptiva con análisis hermenéutico. Descriptiva por cuanto se enfoca en describir el caos organizacional y como es la gestión del talento humano en las sociedades del siglo XXI bajo estos entornos complejos.

Asimismo se considera documental, a través de la recopilación, y revisión de teorías referidas al tema en cuestión, y bajo un enfoque filosófico hermenéutico, ya que se considera la



Hermenéutica como la vía expedita de abordaje de la investigación, en virtud a su condición multifacética, lo cual, a la vez de permitir la inclusión de la ínter subjetividad como herramienta de análisis, admite el carácter de rigurosidad necesaria en los procesos de comprensión, interpretación y aplicación.

REFLEXIONES FINALES

Observando, como en la medida en que se hacen más intensas las interacciones entre los miembros de las organizaciones, con la finalidad de generar flujos eficientes y creativos tanto de conocimiento como experiencias, las estructuras han salido de su orden normal, representando inflexibilidad y caos donde todo ello se traduce en dificultad, es decir en complejidad.

Esta actual teoría del caos hace referencia a sistemas que se pudieran denominar sistemas complejos adaptables, que desde el punto de vista del enfoque de sistemas se entendería como un compuesto de elementos independientes, que pueden intervenir en forma relacionada dentro del sistema a fin de adaptarse a las formas cómo funcionan las cosas en el entorno, pudiendo mejorar más prácticas y estándares a través de aprendizaje y el compromiso creciente.

En este orden de ideas, el caos organizacional en la nueva gestión del talento humano estaría enmarcado dentro de las características de un paradigma innovador irrumpiendo en las organizaciones generando gestores más proactivos con conciencia de una nueva visión del pensamiento más claro, dialógico en todos los sentidos que asuma la complejidad real y actúe en todo sentido sobre eso

Se hace necesario el desarrollo de una cultura organizacional fuerte que ponga el conocimiento y el crecimiento de saberes a la disposición de todos los miembros de la organización a fin de poner orden en los procesos rechazando el desorden, apartando los incertidumbre, afrontando lo complejo sustituyendo el paradigma de división, por un paradigma de unión, de sinergia y no la reducción y las diferencias.

En consecuencia, en los venideros años, será necesario reflexionar sobre cuál será el futuro de las sociedades en todos los planos permitidos partiendo de nuevos modelos proponiendo los cambios con el propósito de flexibilizar las estructuras organizacionales, induciendo a la aplicación de modernas metodologías de enseñanza, haciéndolas flexibles y dinámicas permitiendo una rápida asimilación a los constantes cambios en la generación del conocimiento, generando una revolución del talento humano del siglo XXI, a nivel educativo, científico y tecnológico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almarza, F. (2006) **Incertidumbre y Caos en el ámbito epistémico contemporáneo**. Revista Tharsis del Programa de Cooperación Interfacultades de la UCV. Caracas, año 2006,
- Arango, W. (2004) **Perspectiva Compleja, Caótica y viva para las organizaciones. La jerarquía compleja** .Trabajo de Grado. Maestría en Administración de Empresas. Universidad Nacional de Colombia
- Arias, F. (2008) **El proyecto de investigación**. Editorial Episteme. Caracas.



- Briggs, J. Y Peat, F. (2005). **Espejo y Reflejo: Del Caos al Orden**. Guía ilustrada de la teoría del caos y la ciencia de la totalidad. Editorial Gedisa. Barcelona. España.
- Chiavenato; I. (2009) **Gestión del Talento Humano**. Editorial McGraw Hill Tercera Edición. Bogotá. Colombia
- Covey, S. (2005). **El Octavo Hábito. De la efectividad a la Grandeza**. Editorial Paidós. Barcelona España
- González, J. (2013) **Conciencia. De la ciencia a la conciencia**. Editorial Publisng, S.L. España
- Kotler, P. y Caslione, J. (2009) **Caos: El Management y el Marketing en la era de las turbulencias**. Centro de Libros PAPF, SLU. Primera Edición España.
- Mandresi, R. (2001) **Orden, desorden, caos: ¿un nuevo paradigma?** Disponible en: <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Mandressi/Caosorden.htm>
- Montoya, I. (2010) **Una Contribución A La Comprensión De Las Estrategias Deliberadas Y Emergentes De Las Organizaciones, Desde Una Perspectiva Evolutiva**. Trabajo de grado. Facultad de Ciencias Económicas. Doctorado en Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia BOGOTÁ,
- Senge, P. (2006) **La Quinta Disciplina** Editorial Granica, Segunda Edición. Buenos Aires. Argentina.
- Simon, D. (2007) **Psicología de la Organización**. Prentice Hall. México
- Torres, L. (2011), **Organizaciones Inteligentes ¿Cómo desarrollarlas?** Primera Edición. Caracas. Venezuela
- Werther, W. Y Davis, K (2008) **Administración de personal y Recursos Humanos**. McGraw Hill. México



LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO ELEMENTO POTENCIADOR DEL CAPITAL INTELLECTUAL EN LA PRÁCTICA DEL CONTADOR PÚBLICO

Yoemnis D'Vicente

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
yoemnisdvicente@gmail.com

Janeth Hernández

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
jhernandezc@urbe.edu

RESUMEN

Las organizaciones en el mundo de hoy, exigen cada vez más personas con capacidad intelectual y emocional, las cuales son capaces de influenciar positivamente en los individuos, desarrollando eficientemente las tareas que realiza. La presente investigación tiene como objetivo: Analizar la inteligencia emocional como elemento potenciador del capital intelectual en la práctica del contador público. El fundamento teórico se basó en Goleman (2008), Ramos, Enríquez y Recondo (2013), Muro (2008), entre otros. La investigación es analítica, descriptiva y documental. Concluyendo que las emociones juegan un papel importante en el capital intelectual de las empresas, el cual le permite mejorar la práctica del profesional de la contaduría, logrando las metas dentro del ejercicio de su profesión, por lo tanto, El capital emocional de un profesional de la contaduría pública, tiende a desarrollarse a medida que establece relaciones con personas de rasgos o cualidades diferentes, que le permitan adaptarse y controlar en beneficio propio las situaciones sociales, además de todo componente afectivo en el desafío intelectual al que se expone, es decir, En la medida que logre el equilibrio entre el capital emocional y el capital intelectual, el contador público sabrá aprovechar las virtudes y potencialidades que se le presentan para brindar a sus clientes o las empresas a las que presta servicio, las mejores prácticas dentro de su profesión

Palabras clave: Inteligencia Emocional, Capital Intelectual, Contador Público

INTRODUCCIÓN

La globalización ha producido en las economías mundiales, marcados cambios que han hecho de las organizaciones, estructuras de constantes transformaciones, planteándose innovaciones que les permita ser competitivas y productivas para mantenerse en el mercado; debiendo proyectar sistemáticamente sus técnicas, metodologías y herramientas, para garantizar la información, contar con una buena definición de los procesos, desarrollar su capital intelectual, empleando las mejores tecnologías con el propósito de interpretar, decidir y reaccionar ante un número creciente de factores del entorno empresarial, aprovechando al máximo la cadena de valor.

Dada estas circunstancias, el desarrollo del capital intelectual dentro y fuera de las empresas, implica la renovación de una relación intrínseca de capital - trabajo, que garantice el flujo de ideas, de aportes futuros además de renovados conocimientos, que puedan garantizar los objetivos a largo plazo de las empresas con la promoción de cambios organizativos y culturales, lo cual requiere de una política general que genere confianza para promocionar a



través de programas de capacitación, un ambiente de participación donde surja espontáneamente la colaboración en la consecución de dichos objetivos.

No obstante, la inteligencia emocional, es un factor importante para fortalecer las relaciones interpersonales, el trabajo en equipo, fortalecer los lazos, entre los empleados y muy importante el proceso de automotivación, de allí la importancia de analizar la inteligencia emocional en los profesionales de la contaduría pública.

En tal sentido, la inteligencia emocional es analizada, tomando en cuenta, las emociones del profesional de la contaduría, deben tomar en cuenta el control que tiene sobre ellas, con la finalidad de lograr ser cada vez más personas capaces de tener una actitud positiva con respecto a las demás personas y a los eventos que deben manejar, incorporándolos en los procesos de cambio que las organizaciones actualmente requieren.

De allí la importancia de que los profesionales en todas las áreas, especialmente en el de la contaduría pública, desarrollen habilidades y destrezas en el control emocional, donde las relaciones interpersonales sean positivas, sean empáticos en su propio trabajo y con las personas que están cerca de él realizando otras actividades, a su vez que posea una visión compartida, es decir que comparta con sus compañeros de trabajo la visión propia y la organizacional, así como las de sus clientes.

INTELIGENCIA

Al hablar de inteligencia emocional, se puede iniciar con la conceptualización de Inteligencia, por el autor Gardner (2011), quien la entiende no como un fenómeno singular o aislado, expone que cada persona es una mezcla única de inteligencias dinámicas que varían en el desarrollo, dentro y entre los individuos, además pueden servir para desarrollar otras inteligencias, así como, proporcionar recursos alternos y capacidades potenciales para el desarrollo humano, sin importar edad o circunstancia. De igual forma, la inteligencia puede definirse como esa capacidad de adaptación a situaciones nuevas y la capacidad que tienen las personas de generar productos de valor.

De lo planteado anteriormente se puede exponer el caso de los profesionales de la contaduría como todo individuo, también poseen la capacidad de adaptarse a nuevas situaciones y poseer la habilidad para solucionar problemas y generar valor en el área laboral.

INTELIGENCIA EMOCIONAL

Para Goleman (2008), expone que la Inteligencia emocional, destaca sobre el coeficiente intelectual, en aquellos dominios blandos, donde la relevancia del intelecto para el éxito es relativamente menor, es decir en aquellos dominios en las habilidades como la autorregulación y la empatía por ejemplo son mucho más decisivas que las competencias cognitivas; por lo tanto, el autor antes mencionado, plantea que las personas con habilidades emocionales bien desarrolladas tienen más probabilidades de sentirse satisfechas y ser eficaces en su vida, así como de dominar los hábitos mentales que favorezcan su propia productividad; las personas que no pueden poner cierto orden en su vida emocional libran batallas interiores que sabotean la capacidad de concentrarse en el trabajo y pensar con claridad.



Según Ramos, Anchondo y Recondo (2013), la Inteligencia Emocional, es la habilidad para percibir, asimilar, comprender y regular las propias emociones y las de los demás promoviendo un crecimiento emocional e intelectual, de igual forma, Belzunce, Danvila y Martínez (2011), plantean que la Inteligencia Emocional consiste en:

- El conocimiento de las propias emociones
- La capacidad de controlar las emociones
- La capacidad de motivarse uno mismo
- El reconocimiento de las emociones ajenas y
- La capacidad para controlar las emociones de terceros

De allí la importancia que tiene que todo profesional, sepa manejar y controlar las emociones, tal como lo plantea Sternberg (1997), citado por Ramos, Enríquez y Recondo (2013), que las personas con inteligencia exitosa, no solo tienen esa habilidad sino que reflexionan sobre cómo y cuándo usarla de manera eficaz, es así como los profesionales hoy día deben ser personas con inteligencia exitosa para lograr ser eficaces en su trabajo.

Para Goleman (2008), la inteligencia emocional, determina el potencial para aprender las habilidades prácticas, las cuales están divididas en dos aptitudes personal y social. La aptitud personal, determina el dominio de sí mismo, estas están constituidas por el autoconocimiento, la autorregulación y la motivación, de igual forma, las aptitudes sociales, se determinan en el manejo de las relaciones, siendo estas la empatía y las habilidades sociales.

EL AUTOCONOCIMIENTO

Goleman (2008), plantea que el autoconocimiento es la capacidad de conocer lo que se siente en cada momento y utilizar esas preferencias, con el fin de orientar la toma de decisiones, a su vez la destaca como una herramienta valiosa para el cambio.

LA AUTORREGULACIÓN

Cooper y Sawaf (2005), exponen que el conocimiento emocional, exige reconocer y respetar los sentimientos, conservando al mismo tiempo la conciencia y la disciplina para no dejarse llevar por las emociones del momento, con el fin de dirigir activamente la energía emocional, para hacer más de las cosas que se deben hacer. De igual forma Goleman (2008), afirma que la autorregulación consiste en manejar las emociones de modo que facilite las tareas a realizar, en vez de dificultarlas, es decir, poder elegir la forma de expresar los sentimientos y recobrar bien de las tensiones emocionales.

De lo anterior, se puede decir, que la Autorregulación es la habilidad para controlar los impulsos y los estados emocionales negativos el cual debe estar unido a la capacidad suspender juicios antes de actuar, sin dejar a un lado el Auto-control, la confiabilidad, la conciencia, la adaptabilidad y la orientación a resultados.



LA MOTIVACIÓN

Según Robbins y Coulter (2007), la motivación son los procesos responsables del deseo de un individuo de realizar un gran esfuerzo para lograr los objetivos organizacionales, condicionado por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual, sin embargo, Goleman (2008), asevera que las emociones son las que impulsan a las personas a ir tras un objetivo, impulsan las motivaciones y esos motivos a su vez dirigen las percepciones, originando los actos, que nos impulsan a lograr las metas.

Es importante destacar, que las personas optimistas, son capaces de automotivarse ven la vida con entusiasmo, disminuyen la idea de pensar en el fracaso, dado que piensan más en la felicidad y ven el trabajo como una manera de ganarse la vida con entusiasmo, logrando alcanzar los objetivos pese a los obstáculos que se les presenten. De allí la importancia de que los profesionales de la contaduría, se automotiven, con el fin de lograr el éxito personal y organizacional.

APTITUDES SOCIALES

Para Goleman (2008), las aptitudes sociales, determinan el manejo de las relaciones, a través de la empatía, la cual permite la captación de sentimientos, necesidades e intereses ajenos y las habilidades sociales, son aquellas habilidades para inducir en los otros la respuesta deseable, por lo tanto, Mosley, Meginson y Pietri (2005), plantean que la empatía, es cuando aceptan y reconocen a los demás por sus dones y sus energías.

Sin embargo, Goleman (2008), manifiesta que esta aptitud consiste en percibir lo que sienten los demás, la empatía es necesaria para lograr un mayor desempeño, esta requiere percibir las preocupaciones y los sentimientos de los otros y responder a ellos. De allí la importancia que todo profesional, cultive esta aptitud, con la finalidad de lograr comprender a sus compañeros de trabajo, así como, ayudarlos a que estos se desarrollen en el ámbito empresarial.

HABILIDADES SOCIALES

Es esa habilidad para tratar y congeniar con las demás personas, sin embargo, Goleman (2008), asevera que estas consisten en manejar bien las emociones, en las relaciones e interpretar adecuadamente las situaciones sociales e interactuar sin dificultad con el objeto de persuadir, dirigir, negociar y resolver conflictos para poder trabajar en equipo.

En las empresas, donde se encuentre un profesional de la contaduría, este no solo debe saber trabajar los estados financieros, sino que es importante, conocer y manejar esta aptitud como saber tratar y congeniar con las personas que forman parte del equipo y de sus clientes, para así minimizar los conflictos logrando los objetivos propuestos por la organización.

CAPITAL INTELECTUAL

Navas y Ortiz de Urbina (2001), citados por Araya, Ortiz y Chaparro, (2006) consideran que el capital intelectual es el conjunto de recursos intangibles que dispone una empresa en un momento determinado del tiempo, es decir todos aquellos activos y habilidades basados en la información y el conocimiento.



Por otra parte, Muro (2008), define el capital intelectual como el conjunto de capacidades, que tiene que ver con la forma de hacer negocios de la empresa, sus productos, sus habilidades, que sintetizan los puntos fuertes y débiles en su relación con el sector, es su forma de ser y de operar, es un valor interno que recoge experiencias además de valores aportados por asesores externos.

En ese orden de ideas, Muro (2008), considera que el impulso al capital intelectual significa un modelo de desarrollo que convierte al internet y a las tecnologías digitales en elementos decisivos en el proceso de ajuste hacia la sostenibilidad, puesto que no propicia al gasto ni al consumo excesivo, lo que ahorra tiempo e incrementa la eficiencia con menos desembolsos, por lo tanto su avance, está íntimamente ligado con su formación, que constituye el factor elemental del desarrollo del conocimiento a largo plazo dentro de una organización.

Reflexiona el autor, además, que el proceso de globalización ha roto las fronteras que separan lo interno y lo externo en las organizaciones, donde muchos procesos organizacionales pueden desarrollarse dentro o fuera, contratarse y subcontratarse, sin embargo, su esencia misma, su identidad debe permanecer dentro del núcleo de poder de la empresa, por cuanto afecta su manera de operar al igual, a las rutinas planificadas de trabajo desplegadas dentro de la empresa.

Dentro de este contexto la práctica profesional del contador público, puede estar inmersa en lo interno y lo externo de los procesos organizacionales, ya sea contratado o subcontratado, cumpliendo con estrictas normas de ejecución del trabajo, bajo un entorno de capacidad y competitividad que le permita desarrollar las habilidades intelectuales así como afianzar los valores, la experiencia, la observación, la reflexión además de otras actividades no programadas que están dirigidas al desarrollo de las capacidades requeridas para demostrar su competencia profesional.

COMPONENTES DEL CAPITAL INTELECTUAL

Marchant (2011), considera que el momento actual presenta grandes desafíos y nuevas complejidades donde el tamaño de la organización, la competitividad, la calidad del sistema de educación superior, como su inserción en un sistema global de interconexiones políticas, económicas, sociales y culturales, que abarcan los ámbitos de educación así como las empresas, requieren de nuevas adecuaciones al igual que nuevos aprendizajes, derivándose una excelente oportunidad de intercambio entre organizaciones gubernamentales, empresariales, comunitarias al igual que las universitarias, permitiendo de esta manera la construcción de aprendizajes colectivos que contribuyen al desarrollo de las regiones.

En tal sentido, las organizaciones por estar compuesta por personas, pueden implementar las más eficientes estructuras de dirección y planificación, aplicando las mejores herramientas de gestión, donde las funciones de planeación, organización, integración y evaluación, requieren desarrollar competencias de liderazgo, conducción de equipos de trabajo, comunicación, dirección de personas, toma de decisiones, entre otras, que por estar enmarcadas en un contexto de organizaciones dinámicas requieren de creatividad, emprendimiento y visión de futuro, además de un estado permanente de renovación, innovación y adecuación al cambio.



Por ello, Martín de Castro (2008), establece que los componentes del capital intelectual lo constituyen:

1. El capital humano que representa el conocimiento creado y residente en las personas de una organización, siendo la base del resto de componentes.

2. El capital estructural: representa el conocimiento colectivo, que sirve de infraestructura y soporte para el desarrollo, almacenamiento y aprovechamiento eficiente del capital humano. El capital estructural incluye dos componentes básicos: (i) capital tecnológico, que se refiere al conocimiento colectivo existente en la organización de carácter técnico-científico e incluye aspectos como los esfuerzos en dotación de infraestructura tecnológica y propiedad industrial e intelectual, y (ii) capital organizativo, que se refiere al conocimiento colectivo existente en la organización de carácter general, que se almacena, recupera, gestiona y transfiere vía cultura organizativa, rutinas organizativas, estructura organizativa, así como capacidades en tecnologías de la información y las comunicaciones.

3. El capital relacional, considerando como capital social, se refiere al conocimiento fruto de las relaciones que mantiene la empresa con el resto de agentes externos fundamentalmente clientes, proveedores, aliados, Administraciones Públicas, medios de comunicación, etc.

Por otra parte, Carrión Maroto (2007), los define de la siguiente manera:

1. El capital humano: se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la empresa que poseen las personas y equipos de una organización, así como la capacidad de regenerarlos (capacidad de aprender), es la base del capital intelectual y no es propiedad de la empresa.

2. El capital estructural: Es el conocimiento que la organización consigue explicitar, sistematizar e interiorizar, que en un principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa, incluyendo todos aquellos conocimientos estructurados de los que depende la eficacia y la eficiencia organizacional interna como lo son los sistemas de información y comunicación, la tecnología disponible, los procesos de trabajo, las patentes, los sistemas de gestión que si son propiedad de la empresa.

3. El capital relacional, se refiere al valor que tiene para la empresa el conjunto de relaciones que tiene con el exterior. La calidad y la fidelidad de los clientes, la capacidad de captar nuevos clientes. Alianzas estratégicas, proveedores que son claves para el éxito empresarial.

Bajo esta perspectiva, en el desarrollo del capital intelectual en el ejercicio profesional del contador público, cada componente mencionado forma parte esencial tanto de la práctica independiente como su trabajo en relación de dependencia, necesita de un capital humano el que dirige así como el que emplea, incluyendo su propia capacidad intelectual dentro de una estructura organizativa y tecnológica que pueda dar respuesta a ese capital relacional en el que se desenvuelve, su capital emocional tiende a desarrollarse a medida que establece relaciones con personas de rasgos o cualidades diferentes, que le permitan adaptarse y controlar en beneficio propio las situaciones sociales, además de todo componente afectivo en el desafío intelectual al que se expone.



INTELIGENCIA EMOCIONAL Y CAPITAL INTELECTUAL EN LA PRÁCTICA DE LA CONTADURÍA PÚBLICA

Para Valenti, Casas y otros (2013), las empresas basan su desarrollo y competitividad en el manejo de un conjunto de recursos, donde el conocimiento adquiere cada vez más importancia, considerando que se considera un recurso estratégico, por lo tanto se debe administrar explícitamente el capital intelectual al igual que el conocimiento, avanzando hacia un nuevo patrón de eficiencia.

Manifiestan los autores, este nuevo patrón se basa en aprendizaje y mejoras continuas, entrenamiento, capacitación, puestos variables, trabajadores adaptables además de valores como iniciativa, colaboración, motivación, así como los lazos de colaboración con proveedores, clientes y en ciertos casos con sus competidores, lo que implica desarrollo de habilidades, sistematización, creación, transferencia y uso de conocimiento.

Es por ello, que dentro de los componentes del capital intelectual, el contador público en su ejercicio profesional permite coordinar acciones, ideas y proyectos futuros, tanto individuales como grupales, a todo nivel dentro de las organizaciones o fuera de ella, manteniéndose de acuerdo a los vínculos y alianzas que se generen.

En tal sentido, el profesional de la contaduría pública, por desenvolverse en entornos diversos para gestionar sus competencias, debe desarrollar aptitudes, conocimientos y habilidades técnicas que incrementan su capital intelectual, en tanto su capital emocional, logra incrementar sus experiencias, el aprendizaje, la capacidad de adaptación, el liderazgo, la proactividad, la motivación, los intereses vocacionales, las aptitudes personales y sociales, sus potencialidades y la salud, lo cual constituye las prácticas del éxito en la gestión profesional. En la medida que logre el equilibrio entre el capital emocional y el capital intelectual, el contador público sabrá aprovechar las virtudes y potencialidades que se le presentan para brindar a sus clientes o las empresas a las que presta servicio, las mejores prácticas dentro de su profesión.

CONSIDERACIONES FINALES

Luego de haber desarrollado los conceptos de Inteligencia Emocional y Capital Intelectual, con autores reconocidos en el ámbito de las variables, puede considerarse lo siguiente:

A las organizaciones hoy día se les presenta un gran reto, el cual las lleva a aspiraciones de mayor crecimiento, promoviendo al capital intelectual hacia el mayor control de las emociones, tanto de las aptitudes personales como de las sociales, es así como, cada vez más exigen personas con capacidad intelectual y emocional integradas adecuadamente, donde las mismas sean capaces de influenciar positivamente en los equipos de trabajo.

En este sentido, se puede aseverar que las empresas capaces de contar con un capital intelectual, cuyos trabajadores y específicamente el profesional de la contaduría, desarrollen su inteligencia emocional, podrían tener mayores posibilidades de adaptarse a los cambios del entorno, así como, autoregularse, autocontrolarse además motivarse él al igual que sus colaboradores. De allí que, los profesionales de la contaduría, puedan manejar sus emociones, dominando las aptitudes tanto personales como sociales, haciendo buen uso de esa inteligencia, para poder desarrollar sus habilidades.



Es importante hacer énfasis, como el capital intelectual, en ese recurso intangible como lo denominan los autores, es capaz a través del conocimiento de producir y lograr que la empresa obtenga el éxito, dentro del proceso organizacional, ya que se consigue la eficacia y la eficiencia por medio de la sistematización e interiorización de los procesos de trabajo, las patentes, los sistemas de gestión que son propiedad de la empresa.

El capital emocional de un profesional de la contaduría pública, tiende a desarrollarse a medida que establece relaciones con personas de rasgos o cualidades diferentes, que le permitan adaptarse y controlar en beneficio propio las situaciones sociales, además de todo componente afectivo en el desafío intelectual al que se expone.

En la medida que logre el equilibrio entre el capital emocional y el capital intelectual, el contador público sabrá aprovechar las virtudes y potencialidades que se la presentan para brindar a sus clientes o las empresas a las que presta servicio, las mejores prácticas dentro de su profesión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Araya, Segio, Ortiz, Lourdes y Chaparro, Julián (2006) **Tekhne: Revista de la Facultad de Ingeniería**, No. 9. Facultad de Ingeniería. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. Venezuela.

Belzunce, J. Danvila, I y Martínez, F. (2011) **Guía de competencias emocionales para directivos**. ESIC, Madrid

Carrión Maroto, Juan (2007). **Estrategia: de la visión a la acción**. ESIC Editorial. Madrid. España.

Cooper R. y Sawaf A. (2005), **La inteligencia emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones**. Editorial Norma, México

Gardner H. (2011), **La Inteligencia Reformulada. Las Inteligencias Múltiples**. Editorial Paidós

Goleman D (2008), **Inteligencia Emocional**, Editorial Kairos S.A. Barcelona. España

Marchant, Loreto (2011). **Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional**. Universidad de Viña del Mar. Chile.

Martin de Castro, Gregorio (2008). **Reputación Empresarial y ventaja competitiva**. Libros Profesionales de Empresa. ESIC Editorial. Madrid. España.

Mosley, D. León, M. Pietri, P. (2005), **Supervisión**. Sexta Edición.

Muro Ignacio. (2008). **Esta no es mi empresa: El desapego de los profesionales del siglo XXI**. Ecobook. Editorial del Economista. Madrid. España

Ramos, N. Enríquez, H. y Recondo, O. (2013), **Inteligencia Emocional Plena. Mindfulness y la Gestión eficaz de las emociones**. Editorial Kairós

Robbins S. y Coulter M. (2007), **Administración**. 8VA Edición, Editorial Pearson **Valenti**



Valenti, G.; Casalet, M.; Casas, R.; Dettmer, J.; Cimoli, M.; Primi, A.; Varela, G.; Lesemann, F.; Villavicencio, D., García, J.; Del Castillo, G.; Salazar, R., Tezanos, J.; Yoguel, G.; Pacheco, C.; (2008) **Instituciones, sociedad del conocimiento y mundo del trabajo**. FLACSO, México



GESTIÓN DEL MIEDO AL FRACASO DESDE LA PERSPECTIVA HUMANIZANTE EN ORGANIZACIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS

Heddymar Molero

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
heddycm@hotmail.com

Martín Leal

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
lealguerra@hotmail.com

RESUMEN

El mundo actual, exige a las organizaciones responder efectivamente ante situaciones de incertidumbre; el no alcanzar los objetivos propuestos implica un declive para la misma, por tanto, el talento humano requiere incorporar estrategias potenciadoras para la comprensión de su esencia afectiva: sentimientos y emociones que inciden en el comportamiento social a raíz de elementos circunstanciales. El presente artículo tiene como objetivo: analizar la gestión del miedo al fracaso desde la perspectiva humanizante en organizaciones educativas públicas. Para este propósito se realiza un estudio descriptivo, documental orientado a indagar las prácticas gerenciales actuales en apoyo a la consolidación de la vida laboral. Sustentada en la revisión bibliográfica por autores: Jericó (2009), Rodríguez (2010), Jiménez (2008), Muñoz (2006), como resultado de este análisis, es de suma importancia reconocer que el manejo del fracaso, en un sentido humano, es clave fundamental para el surgimiento del valor, optimismo, la confianza personal y organizacional. La conclusión gira en torno a la realidad educativa en función de la capacidad de acción de los Directivos y Docentes ante factores adversos con ánimos de superarlos a través de las herramientas del aprendizaje emocional desde la autoconciencia, autoconocimiento, autocontrol para mejorar el desempeño con el fin de alcanzar el éxito.

Palabras clave: Fracaso, humanizante, organización

INTRODUCCIÓN

Durante muchos años, el modelo clásico de gestión organizacional estuvo enmarcado por el paradigma mando – control sustentado en la disciplina, actitud de obediencia, conducta de atacamiento y actuación automatizada de los profesionales en sus tareas. Con la llegada del siglo XX, la sociedad del Conocimiento otorga especial interés a los procesos neuropsicosociales del hombre para contribuir en su calidad de vida.

Adicionalmente, los descubrimientos Neurocientíficos abren una brecha a la génesis de la emoción y las dimensiones que intervienen en ella; explicando que el circuito abierto del sistema límbico, también llamado “cerebro emocional” se encarga de procesar la información recibida a través de la percepción asociados a diferentes componentes sensoriales; en este dinamismo surge en primer lugar, una respuesta afectiva antes que racional.

Para entender lo cognitivo y emocional inherentes al ser, es necesario mencionar a Goleman (2001), quien afirma: las personas emocionalmente desarrolladas saben gobernar sus emociones, interpretarlas, relacionarse efectivamente con las emociones de otros; disfrutan de



una situación ventajosa en los dominios de su interior. Además, suelen sentirse más satisfechas siendo eficaces a la hora de modular hábitos mentales hacia la productividad.

Hasta el presente, el proceso evolutivo está vinculado con la existencia terrenal de acuerdo a los sentimientos, valores, conducta, todo esto fundamentado en un enfoque multidisciplinario a partir del grado de reflexión de las emociones fundamentales: el amor y el miedo, éste último como reflejo de la cultura o educación recibida en la sociedad.

Biológicamente, el miedo es una emoción adaptativa generada por un efecto psíquico o físico que puede llegar a convertirse en tóxica debido al desconocimiento sobre situaciones, lugares, personas. Esta sensación defensiva reside en forma de supervivencia, aunque en el plano laboral puede convertirse en impedimento para la creación de un ambiente armónico que afecta la salud mental, física y relacional de quienes la integran.

Por tal motivo, este fenómeno adquiere relevancia en las Ciencias Gerenciales tratando de ofrecer mecanismos de actuación hacia la optimización humana orientados al talento, cambio e innovación. Considerar el papel que ejercen las emociones sobre las acciones, sin olvidar la consecución de objetivos propuestos, es requisito para alcanzar el éxito.

Desde este planteamiento, la perspectiva humanizante es un punto clave en la gestión del miedo al fracaso, tomar conciencia de los propios pensamientos, sentimientos y conducta permitirá direccionarlos en beneficio colectivo. Por lo tanto, incorpora estrategias potenciadoras a su personal para el desenvolvimiento idóneo en comunión con sus espacios. Según Lozano (2006), “la organización es el entorno donde el hombre desarrolla el diálogo referente a la dualidad entre su racionalidad y emotividad, en el cual se manifiesta como ser social” (Pág. 5)

En el caso de las organizaciones educativas públicas como centros de interacción primarios requieren un reconocimiento de sus vivencias afectivas para comprometerse hacia nuevos escenarios con visión de futuro, fortalecer el liderazgo, relaciones interpersonales, la confianza, el sentido de pertenencia, y revalorizar las emociones que impulsan el amor, entusiasmo, humor, felicidad, alegría.

Por consiguiente, los constantes cambios a nivel político, económico, cultural, social se polarizan, frecuentemente, en las instituciones educativas provocando en su personal tensiones, ansiedades, constante estrés y sobresaltos que dificultan el desempeño afable y el proceso formador de gente de calidad. En tal caso, la formación en el aprendizaje emocional podrá vencer la inercia ante necesidades contextuales.

El presente trabajo investigativo está estructurado en diferentes tópicos iniciando por el miedo al fracaso, clave para el éxito; pedagogía del miedo, autoconciencia emocional, autoconocimiento, autocontrol y humanización en la organización educativa. El propósito central del artículo, es el análisis de la gestión del miedo al fracaso desde la perspectiva humanizante en organizaciones educativas públicas, iniciando por rescatar el sentido de lo humano acorde a la oportunidad de desarrollo personal y profesional.



EL MIEDO AL FRACASO, CLAVE PARA EL ÉXITO

Generalmente, el miedo es una reacción ante el peligro, aunque al analizarlo desde la emocionalidad organizacional, se convierte en trasfondo de comportamientos que impiden el ejercicio sano de sus responsabilidades en concordancia al desaprovechamiento del potencial colectivo. Ante esta posición, es válido preguntar: ¿De qué manera afecta el miedo al fracaso en las organizaciones y cuál es su influencia en la acción gerencial?

Según Agramunt (2010), esta emoción base “es una construcción de nuestra mente, un movimiento de nuestra conciencia parecido a un alud de incertidumbres”. (Pág.50). Para canalizarlo en una intensidad no destructiva se hace pertinente asimilar el funcionamiento de la mente, sus bases psicológicas, fisiológicas, de comportamientos, causas y consecuencias.

Cabe destacar, que el dinamismo y la competitividad llegan a ser imperantes en el mundo actual, la incertidumbre se apodera en ocasiones del sistema de gestión en las organizaciones; en la conceptualización de Bauman (2007), miedo es el “nombre que damos a nuestra ignorancia con respecto a la amenaza y lo que hay que hacer para combatirla”. (pág.50)

Existen múltiples grados de representaciones emocionales estableciendo una variedad en su tipología; aquellos filogenéticos, es decir, presentes en las relaciones evolutivas de los seres humanos, es decir, el miedo al fracaso. Sin embargo, éste se ha posicionado en el primer lugar del entorno laboral, tal como señala Jericó (2009), “esto es lógico, el no alcanzar los objetivos propuestos implica consecuencias poco deseables” (41). En tal sentido, el fracaso constituye una limitante al logro debido a lo imprevisible de la época.

Paulatinamente, los sistemas sociales están reinventándose en cuanto a la forma de dirigir desavenencias para obtener el éxito tan anhelado, Fombella (2012), precisa que, “los psicólogos también han contribuido a entender mejor este concepto, la clave está en las creencias de las personas sobre su capacidad para aprender” (Pág.2). Las personas que se arriesgan son audaces ante situaciones de riesgos, toman en cuenta los errores del pasado en función de nuevas alternativas.

En este orden de ideas, el fracaso, es uno de los miedos sociales con mayor proyección existente en el inicio de la humanidad, que tiene un impacto de gran profundidad en los comportamientos individuales y colectivos más destructivo. Según Rodríguez, (2010), no conseguir lo que se desea o perder aquello que se ha obtenido es causante de esta emoción, a raíz de la falta que tienen las personas en darle sentido a la vida, autenticidad, autorrealización, ansiedad o desconfianza en sí mismo bloqueando su proyección. Si se realiza una acertada gestión del miedo al fracaso:

No viviremos paralizados y condicionados por el miedo a equivocarnos, a arriesgarnos a intentar alcanzar nuestros sueños y fracasar. Cualquier proyecto personal o profesional lo afrontaremos con confianza y positividad, y aunque no siempre tengamos éxito (es absolutamente imposible), aprenderemos de nuestros errores y fracasos para conseguir lo que nos proponíamos (es absolutamente necesario). Es decir, a pesar de cosechar algunos fracasos, sabremos convertirlos en oportunidades para alcanzar el éxito (defina cada uno como desee la palabra éxito). (Pág. 80)



Ante las afirmaciones anteriores, la esencia está en quién es realmente, expresar lo que piensa, siente, quiere, desea, necesita en su vida o en su trabajo, es un proceso individual. Resulta imprescindible, la apertura al diálogo interior y mentes abiertas ya que el hecho no está en el fracaso de la organización, está en que usted se sienta fracasado convirtiéndose en un agente transmisor de emociones tóxicas a donde quiera que vaya.

Reafirma Evens (2002), un individuo que se valora en virtud de sus éxitos o fracasos está siempre en la cuerda floja porque sitúa sus juicios en factores externos sobre los que no tiene ningún control; en cambio, si renuncia a valorarse por sus logros, siempre podrá considerarse un ser humano valioso independientemente de si ha tenido éxito o no. Es preciso aceptarse incondicionalmente incluso cuando se cometen errores.

Por otro lado, este tipo de persona necesita ser aceptada por los demás para poderse aceptar a sí misma, limitando su campo de acción y renunciando a sus propósitos, lo que se considera baja tolerancia al fracaso, ante la posibilidad de lanzarse a lograr una meta importante para él, suele sentirse indefenso y profundamente ansioso.

Seguidamente, Carrillo (2004) expone, “El miedo al fracaso causa una aversión a aceptar riesgos y a generar nuevas ideas” (Pág. 3). Detrás de este miedo se esconde una personalidad que busca complacer al jefe a costa de lo que sea, hasta de ir contra las convicciones personales siguiendo directivas equívocas. Asimismo, siempre encuentra que tiene derecho, culpa a otros de las circunstancias, critica, habla de los demás, esconde información, entre otros indicios que pueden ser observables detalladamente.

Por su parte, Jiménez (2008), plantea “este miedo está sustentado en la necesidad de controlar el entorno” (Pág. 4). Por su carácter situacional, la emoción puede activar o inhibir el modo de reacción automáticamente, al momento de tener pensamientos limitadores es necesario alquimizar aceptando las interpretaciones mentales para entender las sensaciones en virtud de minimizarlo y transformarlo positivamente. Definitivamente, prepararse para vencer cualquier circunstancia que perturbe el ánimo de los colaboradores en la organización, es clave para el éxito.

PEDAGOGÍA DEL MIEDO

Haciendo énfasis en el término, la pedagogía significa el arte de enseñar. Este apartado tiene su esencia en el conjunto de saberes para reforzar la conducción de las emociones. En tal sentido, la pedagogía al fracaso es una forma de educarse que lleva implícito la intencionalidad del mejoramiento humano. Así se podría establecer una serie de pasos básicos procedentes de la inteligencia emocional, entre ellos: autoconciencia, autoconocimiento y autocontrol.

Sentir miedo es una emoción natural, inmerso en un ciclo biológico, el foco de atención se concentra en cómo las personas mantienen una postura proactiva ante este estado identificarlos, analizarlos, socializarlos con el propósito de impulsar el talento humano en la creación de una atmosfera estable tomando en cuenta aspectos como liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, entre otros.



AUTOCONCIENCIA EMOCIONAL

En términos sencillos, la autoconciencia emocional es la relación que el hombre posee con su mundo. La mente se ocupa de observarse a sí mismo para comprender el estado físico o de comportamiento. Para Vivas, Gallegos y González (2002), “las personas dotadas de esta competencia saben qué sensaciones están sintiendo y por qué; conocen el modo en que sus sentimientos influyen sobre las decisiones que toman y saben expresarlas” (Pág. 29).

Adicionalmente, el autor indica que la meditación es un soporte de la conciencia, otorga valor sobre la reacción ante las personas y los hechos que forman parte de la realidad. En particular, se debe: (1) examinar los juicios, (2) sintonizar sentimientos, (3) saber cuáles son las intenciones y (4) prestar atención a las acciones. Autores como Wiesinger (2003), sugiere dar respuesta a las siguientes interrogantes: ¿Qué siento ahora mismo?, ¿Qué quiero?, ¿Cómo estoy actuando?, ¿Qué valoraciones estoy haciendo?, ¿Qué me dicen los sentidos?

Goleman (1996) utiliza la expresión “self-awareness”, conciencia de uno mismo o autoconciencia, para referirse a la atención continua a los propios estados internos, en la que la mente se ocupa de observar e investigar la experiencia misma, incluidas las emociones. Literalmente, están siempre presentes, sin embargo, no todas las personas pueden entender el recorrido energético que ocurre en el organismo.

Consecuentemente, Dubric (2009), la define como: “el recipiente de todas las virtudes del alma, es la sostenedora de todo principio, contiene atributos, facultades y poderes cognoscitivos que al expresarse sustentan su accionar, esa valoración moral, capaz de llevarnos a la reflexión profunda” (Pág.67). De aquí parte, la razón objetiva que contiene respuestas concretas hacia la toma de decisiones y respuestas concretas.

Vinculado al concepto, la atención consciente podrá definir lo que captan sus sentidos con el fin de reconocer otras sensaciones permitiendo cierto estado de quietud mental en función de apreciaciones coherentes sin verse envuelto en mensajes confusos. La autoconciencia ofrece las posibilidades para desarrollar habilidades puesto que una emoción depende de la importancia que se le asigna, a partir de ella evolucionar hacia el autoconocimiento y autocontrol emocional.

AUTOCONOCIMIENTO EMOCIONAL

Para el autoconocimiento de las emociones, es necesario comprender el proceso del pensamiento que soporta todos los miedos que impide la capacidad de respuestas adecuadas, bloquea la acción o sencillamente mantiene a la persona en su zona de confort. Esto tiene una explicación psicológica debido a lo que se conoce como distorsiones cognitivas que nacen de percepciones erróneas.

Para Jiménez (2008), trabajar las creencias limitadoras permite ampliar las perspectivas de las personas, sustituyendo estas creencias o distorsiones por pensamientos positivos y objetivos, buscando los hechos que sostienen estos pensamientos para poder cuestionar su validez. La gestión de pensamiento persigue superar la autocomplacencia y el victimismo, comprendido por la tendencia a justificar los actos atribuyendo la responsabilidad a elementos externos, es decir buscando fuera del individuo la explicación de su propia forma de vivir.



AUTOCONTROL EMOCIONAL

Según lo expresado por Vivas, Gallegos y González (2012), el autocontrol de las emociones se refiere a la capacidad del ser humano para manejar, regular o transformar lo que se está sintiendo en alternativas de crecimiento de manera que no afecten las relaciones entre el yo subjetivo con el entorno. Esto permitirá una toma de decisiones prudentes y reaccionar de manera controlada ante el acontecimiento.

En efecto, estos autores, afirman que hay personas que poseen la habilidad para enfrentar positivamente las tensiones emocionales, sin embargo, a otras les cuesta mucho o se enfrentan de manera inadecuada, se escapan o las evitan. La evitación y el escape no son buenas soluciones para enfrentarse a las tensiones emocionales porque no resuelven las fuentes del conflicto, crean grandes insatisfacciones y terminan por debilitar la integridad emocional.

Por consiguiente, desarrollar esta habilidad requiere del compromiso que implica en primer lugar, la regulación emocional lograda por medio de la reflexión de emociones positivas o negativas, es decir, la gestión de pensamientos limitadores. En segundo lugar, controlar la expresión de la emoción que le permita favorecer el estado de gratificación y su relación con los demás.

LA HUMANIZACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN EDUCATIVA

El concepto de humanización, es relativamente nuevo pues surge a raíz de la gestión del talento humano bajo la premisa del aprovechamiento máximo de los conocimientos, habilidades y destrezas para la consecución exitosa de objetivos. Hoy en día, el cambio transcendental se basa en que el activo estratégico más importante es el hombre, por lo cual, la organización debe trabajar en función de fomentar la confianza y creer en su gente.

Seguidamente, Muñoz (2006), considera que “la humanización implica no sólo la humanización del trabajo” (Pág. 1). Este concepto abstracto y realista va desde el cuestionamiento de la cultura hasta el diseño en la filosofía institucional, pasando por cantidad de situaciones personales sociales suscitadas en los escenarios educativos. En función del aspecto personal, considerar un ambiente que experimente sentimientos positivos, de satisfacción y transparencia en las relaciones establecidas elevará la eficacia organizacional.

La humanización trae un cuestionamiento imprescindible en el papel del gerente o líder determinado a mirar hacia su interior para comprenderse y consecuentemente comprender a su equipo, adaptándose a la flexibilización de pensamiento en su lugar de trabajo. Cabe destacar, la importancia de ofrecer oportunidades de crecimiento que orienten acuerdos de productividad y competitividad laboral.

Ahora bien, se entiende claramente que toda organización educativa en cualquiera de sus niveles o modalidades deben ser un espacio de construcción social creada por los actores educativos inmersos en la práctica pedagógica, sin embargo, las múltiples funciones gerenciales y las responsabilidades del docente impiden la transformación necesaria para llevar procesos de socialización adecuados, en muchos casos, la falta de esfuerzo coordinado y cooperativo entre las partes interfieren en la práctica pedagógica.



En líneas generales, las organizaciones humanizadas se encuentran interesadas en potenciar a su gente desde la esencia del ser, estudiando las emociones hacia un cambio interno de control personal, siendo cada vez más expresivos, capaces de obtener una visión de vida hacia el aprendizaje, aceptando sus errores, fomentando el respeto mutuo, promoviendo la confianza para hacerle frente al miedo solidariamente y convirtiendo la sensibilidad en una virtud.

En cualquier caso, se consolida como una tendencia o nueva perspectiva para las organizaciones educativas, siendo conscientes y responsables de sus impulsos en la interacción con otros, sin desconocer el proceso continuo de experiencias o significados emocionales, de la observación y capacidad de respuesta en la búsqueda del equilibrio estructural desde su concepción integral, programas, procesos educativos hacia el bien común.

METODOLOGÍA Y CLASIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El método de trabajo seleccionado es de tipo descriptiva, no experimental analizando la gestión del miedo al fracaso desde la perspectiva humanizante en las organizaciones educativas públicas. Asimismo, su enfoque está dirigido a la Gerencia de las Organizaciones adecuándose a las características particulares del objeto de estudio

Por consiguiente, se clasifica como una investigación documental, enmarcada en el aspecto filosófico y doctrinario de la categoría estudiada, bajo un diseño bibliográfico donde la información recolectada se apoya en la reflexión, contraste e interpretación de las teorías con la finalidad de proporcionar un constructo teórico a la comunidad científica.

CONSIDERACIONES FINALES

El miedo es una emoción sana en el sentido que constituye un esquema de supervivencia si se utiliza para el crecimiento propio y de manera `positiva, podrá aceptar sus propias emociones y comprender las de otros, ya sea como gerente o en cualquier posición jerárquica que ocupe en la institución. Los espacios de convivencia social son necesarios para plantear los temas que surgen en la realidad laboral y canalizar la búsqueda de soluciones o alternativas en pro del beneficio organizacional.

La pedagogía del miedo al fracaso implica el uso de herramientas como observación emocional y autoconciencia, es decir, identificando las señales físicas o emocionales de su ser mejorará la atención ante lo que sucede para tomar iniciativa de actuación a través del compromiso y la confianza. En resumen, el plan es observarse, conocer, actuar. La aceptación del mundo, de lo que sucede, en que nada es previsible ni controlable, todo es flexible lo cual, permite interpretar la incertidumbre como una fuente de posibilidades.

En un mundo impredecible, las organizaciones educativas públicas necesitan responder acertadamente ante las situaciones que se les presentan a diario, el personal es quién puede potenciarse a sí mismo en el manejo de las emociones con el fin de lograr la verdadera conexión entre su vida introspectiva con la del lugar donde trabajan para mantener un espacio honesto basado en la seguridad, la confianza, la felicidad y sin temores.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agramunt, H. (2010) **I Congreso no miedo: Construyendo confianza**. Consultores sin fronteras. Buenos Aires, Argentina.
- Bauman, Z. (2007) **Miedo líquido: La sociedad contemporánea y sus temores**. Editorial Paidós. Barcelona, España.
- Carrillo, R. (2004). **El miedo en su organización**. Gotas de Conocimiento. Caracas – Venezuela.
- Dubric, H. (2009). **El quinto sistema nuevo orden gerencial**. Editorial IGNAKA. Caracas-Venezuela.
- Elster, J. (2002). **Alquimias de la mente**. El Roure-Paidós. Barcelona – España.
- Evans, D. (2002). **Emoción: La ciencia del sentimiento**. Taurus. Madrid – España.
- Gallan, M. (2011). **El miedo Cómo nace y Cómo se trasciende**. Publicación Madrid, España.
- Goleman, D. (1999). **La inteligencia emocional**. Javier Vergara Editor. Buenos Aires – Argentina.
- Goleman, D. (2001). **Emotional Intelligence: Issues in Paradigm Building**. En Chemiss, C. y Goleman, D. (Eds.). *The emotionally intelligent workplace*. San Francisco- Jossey-Bass
- Fombella, I. (2013). **La pedagogía del Fracaso: clave para lograr el éxito**. N°98. El Mundo. Madrid – España.
- Jericó, P. (2009). **No miedo, en la vida y en la empresa**. Ediciones Urano. Barcelona, España.
- Jiménez, P. (2008). **La Gestión del Miedo en Procesos del Coaching**. V Jornadas Internacionales de Mentoring y Coaching: Universidad-Empresa. Universidad Politécnica de Madrid. Madrid - España.
- Lozano, A. (2006). **Humanización de las relaciones interpersonales en las organizaciones**. Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, Vol. XIV, Núm. 2. Universidad Militar Nueva Granada- Colombia.
- Muñoz, A. (2006). **El futuro es la empresa Humanizada**. Universidad Complutense de Madrid – España.
- Rodríguez, J. (2010) **I Congreso del No Miedo y Consultores sin fronteras: Los Miedos Sociales**. Ediciones Urano. Barcelona, España.
- Vivas, M.; Gallego, D. González, B. (2012). **Educación las emociones**. Universidad Nacional de Educación. Madrid – España
- Weisinger, H. (2003). **La inteligencia emocional en el trabajo**. Suma de Letras. Madrid-España.



AGRUPACIONES EMPRESARIALES, ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR LA INCERTIDUMBRE ORGANIZACIONAL EN ENTORNOS INTERNACIONALES

Belys Gnecco

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
begete6@hotmail.com

Yoleny Suarez

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
yoleny75@gmail.com

RESUMEN

El propósito de este artículo es analizar las estrategias para minimizar la incertidumbre en entornos internacionales por parte de las agrupaciones empresariales, para lo cual se diseña un estudio documental basado en los postulados de Stephen (2005), Griffin y Roland (2005) y Mitnik, F. (2011), entre otros. En los cuales se evidencia que dentro de las estrategias se cuenta con la promoción de la comunicación transfuncional; asimismo, fomentar tanto la cooperación como la colaboración con la finalidad de contribuir a que la empresa se adapte adecuadamente a los cambios inciertos, otra de las estrategias asumidas para contrarrestar la incertidumbre, es el establecimiento de óptimas relaciones institucionales que provean la información veraz, confiable y certera permitiendo pronosticar un panorama determinado sobre las políticas públicas nacionales así como de aquellas medidas macroeconómicas a implantar. En conclusión, Por todo lo anteriormente expresado, es claro que la conformación de clúster como tipo de cooperación empresarial es uno de los mejores modelos por su alto valor estratégico, y a criterios de Mitnik (2011) los distritos industriales le confieren el valor social agregado que esta minimizado en la filosofía de los clúster.

Palabras clave: Agrupaciones Empresariales, Incertidumbre, Clúster.

INTRODUCCIÓN

Muchas organizaciones celebran acuerdos de cooperación entre sí, y dependiendo de la naturaleza de dichos pactos las empresas pueden organizarse en consorcios, joint ventures, subcontratistas, entre otras modalidades de asociación, de esta manera los acuerdos van a determinar qué forma organizativa asumirá la empresa. Así mismo, el diseño de una estructura organizativa adecuada es uno de los elementos que requiere la empresa para garantizar aún más su competitividad, en consecuencia, esta asegurará el trabajo coordinado dentro de la cooperación empresarial, sin olvidar que dependiendo del entorno empresarial, así como el tipo de negocios, el sistema tecnológico, disponibilidad de recursos, entre otros factores, permitirán el diseño organizativo.

Por otra parte, haciendo un recorrido por las distintas teorías en el ámbito organizacional, se presenta la escuela clásica compuesta por tres enfoques distintos, el primer enfoque gira en torno a las aportaciones de Weber (1992), plantea su modelo burocrático, afirmando que los trabajadores no obedecen a los individuos por si solos, sino más bien a la autoridad y jerarquías que estos detentan.



Mientras tanto, el segundo enfoque se vincula los supuestos de Taylor y su organización científica del trabajo, quien asevera que para lograr la eficiencia organizacional es crucial descomponer el trabajo en operaciones elementales, aunado a lo anterior, el tercer enfoque incluye los postulados de Fayol, sobre las fases principales del proceso administrativo resaltando la previsión, ejecución y control.

Cabe agregar, que los enfoques antes expuesto parten de una perspectiva mecanicista, por esta razón se concibe la escuela de las relaciones humanas en contraste con la primera escuela, basándose en el estudio del comportamiento humano en las empresas, tratando temas más blandos y sensibles como la motivación, satisfacción, liderazgo y otros.

Sin embargo, surge una tercera escuela relativa a los sistemas sociales, la cual se orienta a abordar el comportamiento racional en las organizaciones, por lo tanto, el proceso de toma de decisiones es su punto central de estudio y sostiene que los sujetos presentan una racionalidad limitada, por no disponer de la información suficiente y completa que podrían favorecer sus decisiones finales.

Además de las primeras escuelas dedicadas al estudio de las teorías organizacionales, vale indicar que predominan otras teorías y enfoques más recientes a este respecto, como por ejemplo la teoría contingente preocupada por comprender como funciona una empresa bajo diversas condiciones, situaciones y circunstancias, a partir de las cuales se establecerán los diseños estructurales, así como las acciones más adecuadas a implementarse en cada caso particular.

Tales condiciones pueden proceder del interior o exterior de la empresa, por dicho motivo, cuanto más desconocido sea el entorno por su grado de dinamismo y complejidad, más flexible y menos estructurada tendrá que ser la organización interna, de modo que pueda adecuarse con rapidez a las diversas condiciones.

Ahora bien, desde la teoría de contingencia se pueden optar por ciertos enfoques para el diseño de la estructura organizativa, el primero de ellos está referido al determinismo del entorno donde la estructura depende del contexto y debe dar respuesta a las contingencias, de lo contrario desaparecería la empresa, por otro lado, el enfoque sobre la discrecionalidad de la dirección consiste en que la misma puede tomar decisiones, fijar objetivos y seleccionar la estrategia que llevará implícita las consideraciones del entorno.

En otro orden de ideas, el enfoque ecológico señala que el entorno representa una restricción a las empresas, desde este enfoque se recomienda adaptar la estructura organizacional al entorno de forma óptima, y dicha condición optima se logra a través del aprendizaje. En sintonía con las consideraciones anteriores, es pertinente acotar que las características presentes en el entorno empresarial también contribuyen a que las organizaciones asuman determinadas estructuras, entre los principales factores del panorama corporativo mundial de gran influencia se encuentra la globalización, la cual refleja dinamismo y profundos cambios, traduciéndose en una interdependencia económica de los mercados, dada las facilidades a nivel internacional de acuerdos celebrados sobre el libre comercio.

Por tal motivo, las empresas deben hacer frente a los nuevos competidores internacionales, todo lo cual exige por parte de los directivos la adopción de estrategias más globales y menos locales. No obstante, la incertidumbre empresarial constituye otra de las características



predominantes, originándose por los acelerados cambios de la economía, que propician diversas transformaciones a veces impredecibles, en este sentido, las organizaciones deberán emprender el seguimiento correspondiente con la finalidad de adaptarse a las nuevas condiciones del entorno.

Entre las principales formas de asociación, se encuentran los joint-ventures que surge de la cooperación entre empresas creándose una tercera independiente, estas se clasifican en función de la aportación de los socios y en cuanto al ámbito geográfico donde actúan pudiendo ser nacionales o internacionales. Así mismo, la subcontratación representa otra forma organizativa de cooperación, a través de la cual una empresa le encarga a otra la realización de algún componente para su producción.

De igual modo, las licencias se incluyen como otras formas de organización, aquí la empresa licenciante le confiere a otra los derechos para la explotación de alguna marca y producto por un periodo determinado de tiempo. Mientras tanto, la externalización juega un papel primordial entre las formas organizativas, donde grandes empresas suelen estimular la creación de otra con la participación de trabajadores bien cualificados de la empresa matriz, ello permite que la empresa principal se concentre mejor en su actividad fundamental.

En otro orden de ideas, la franquicia es aquel acuerdo mediante el cual una organización cede a otra el derecho a comercializar o fabricar un producto a cambio de compensaciones económicas, los acuerdos celebrados por lo general estipulan que el franquiciado es el propietario del negocio, con derechos exclusivos sobre la marca dentro de una zona geográfica, y concerniente al franquiciador, este es quien proporcionara su nombre, diseños, los conocimientos y soporte técnico.

No obstante, los consorcios como formas organizativas de la cooperación empresarial, son agrupaciones temporales cuyo objetivo estriba en llevar a cabo algún trabajo en común, adicionalmente, dada las características e implicaciones del trabajo hacen que las empresas por si solas no tengan la capacidad técnica, económica y comercial. Por último, las redes se conciben como un tipo de cooperación empresarial dentro de la cual intervienen muchas organizaciones públicas y privadas por medio de múltiples acuerdos.

TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN, LA EVOLUCIÓN NECESARIA

Desde la aparición de las primeras teorías de la organización, estas han respondido a la dinámica económica – científica y social, ajustando sus principales elementos a cada uno de estos argumento que han generado cambios importantes y sustanciales a la gerencia de hoy, partiendo del hecho que desde la legitimación de la burocracia en el orden jerárquico de la estructura organizacional, pasando por la necesidad de generar procesos y estándares de trabajo para ejecutar las tareas, así como la reorganización de estas a favor de un enfoque científico para la optimización de los recursos, las teorías han representado una esencia en el desarrollo de las organizaciones tal y como las conocemos hoy.

Por tal motivo, incorporar elementos críticos en los procesos, genera en la gerencia momentos donde se deben tomar decisiones importantes que de alguna manera producen cambios en la estructura organizacional o por lo menos en los procesos tal y como estos se realizan, lo que a criterio de González (1999) conformaría la llamada teoría contingente, este



avance a las teorías de Taylor y Fayol, son un claro ejemplo de la dinámica a las cuales está sometido el desarrollo organizacional.

Así mismo ocurre, cuando se insertan elementos del entorno pero esta vez desde el exterior, tornando la organización adaptiva según las restricciones que afronte, ameritando esta líderes con destrezas en el abordaje y diseño de estrategias competitivas que mantengan el orden inercial del crecimiento de la empresa. A este nivel, ya la organización necesita para sus funcionamiento gerentes con estilos de pensamientos que se adapten a las diferentes estructuras organizativas, tal y como Mintzberg (1999), lo plante en su descripción de las escuelas del pensamiento, donde aparecen todas las variantes que las organizaciones según sus propósitos, el entorno y el tipo de gerente que desarrollan su dinámica general.

Así pues, la necesidad de teorías de organizaciones flexibles, que permitan las condiciones de re-estructuración, aprendizaje y crecimiento sin afectar el desarrollo de las actividades propias, que en su efecto llamaría Senge (1990) Organizaciones Inteligentes, donde sus estructuras depende de la dinámica y del líder que los dirige, aumentando el valor de la organización a la hora de participar en los análisis para iniciar una negociación de acuerdo de cooperación entre empresas.

De esa manera, en un análisis crítico, mientras más rígida la estructura de la organización que se intenta plegar mediante un acuerdo de cooperación, más difícil será engranar las condiciones de producción dispuestas en aquellos renglones de la cadena de valor donde el acuerdo se hará efectivo; por lo tanto los criterios de evaluación deben incluir esta factibilidad.

NOCIONES CONCEPTUALES DE INCERTIDUMBRE ORGANIZACIONAL

Estudiar las nociones conceptuales sobre la incertidumbre organizacional resultan necesarias para entender esta variable, por tal motivo se parte de las aseveraciones hechas por Figueroa (2006), quien precisa que el término incertidumbre alude a posibles resultados ocurridos ante el desarrollo de un evento que está por acontecer, ahora bien, dado el desconocimiento y falta de precisión referente al resultado final, el grado de incertidumbre asociado a los resultados se estima a través de una probabilidad.

Por su parte, Daft (2007), expone que la amalgama de eventos y patrones procedentes del entorno, inciden notoriamente en las entidades laborales por ser sistemas abiertos propiciando incertidumbre organizacional, ya que las empresas normalmente mantienen relaciones habituales o cotidianas con las instituciones externas las cuales pueden alterarse de modo repentino, en otras palabras, la incertidumbre evoca cuando los individuos responsables de establecer medidas y tomar decisiones en su gestión corporativa, no disponen de la información suficiente sobre las factores externos, todo ello pudiendo impactar de alguna forma a sus centros de trabajo, por lo tanto la dificultad de predecir los posibles cambios ambientales que presuntamente influirían en las organizaciones es mayor.

Así mismo, el autor anterior hace una serie de acotaciones sobre las consecuencias de la incertidumbre, las cuales giran en torno a la zozobra permanente existente en los asuntos decisorios de la empresa, añadiendo que para combatir y minimizar los niveles de incertidumbre se deben crear organizaciones con estructuras orgánicas horizontales, en aras de promover la comunicación transfuncional, fomentar tanto la cooperación como la colaboración con la finalidad de contribuir a que la empresa se adapte adecuadamente a los cambios inciertos,



asumiendo en todo momentos un ajuste organizacional prospectivo entre su estructura interna y el entorno.

Otra de las estrategias asumidas para contrarrestar la incertidumbre, es el establecimiento de óptimas relaciones institucionales que provean la información veraz, confiable y certera permitiendo pronosticar un panorama determinado sobre las políticas públicas nacionales así como de aquellas medidas macroeconómicas a implantar, capaces de reflejar una proyección futurista concreta con que las organizaciones deberán hacer frente, sin embargo, los lineamientos gubernamentales proporcionados podrían estar sujeto a alteraciones y modificaciones dependiendo del devenir diario, intereses, acuerdos, cambio de ideologías, convenios y leyes nuevas o reformadas.

En cuanto a las diversas tipologías inherentes a la incertidumbre, a continuación se presentará una clasificación en la cual se detallan concretamente cada una de ellas, en aras de lograrlo Leblebici y Salancik (1981), coinciden en que los tipos de incertidumbres giran en torno a una relacionada con el ambiente y la otra asociada a la toma de decisiones.

De acuerdo con Milliken (1987), tipifica en primer lugar la incertidumbre de estado, como aquella en la cual tomar decisiones acertadas se dificulta por la imprevisibilidad, mientras que la incertidumbre de efecto se refiere cuando los individuos son incapaces de predecir qué consecuencias derivadas por los cambios del entorno impactarían a la empresa, por último, la incertidumbre de respuesta alude a aquellas alternativas de respuestas presentadas por la empresa que versan sobre el entorno.

A este respecto, Cummings y Worley (2007), especifican que indistintamente de su tipología, codificación, clasificación o categorización, mientras mayor sea el nivel de incertidumbre organizacional concerniente a cómo el entorno incidirá en la empresa, será más complicado diseñar e implementar estrategias adecuadas.

IMPORTANCIA DEL ÁMBITO GEOGRÁFICO EN LA CADENA DE VALOR EN EL ANÁLISIS DE LA COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS INTERNACIONALES

El análisis y resumen que a continuación se desarrollan se extraen de los argumentos de presenta Félix Mitnik en su obra, Desarrollo y Cadenas Productivas, Clústers y Redes Empresariales, Herramientas para el desarrollo territorial, publicado por la ADC en Argentina en el 2011, en este se hacen referencia al valor estratégico de la cadena de producción que se desarrollan alrededor de un contexto territorial.

En lo referente a este punto, la disposición de una o más empresas en celebrar un contrato de cooperación bajo la figura que acuerden debe incorporar el estudio geográfico que de manera más expedita le brinde mejores resultados según sus expectativas, por lo tanto son varios los escenarios en el ámbito geográfico que se deben considerar, el primero y más relevante pues, está encabezando la iniciativa de estos procesos es el global; en este se encuentran países que tienen experiencia y la envergadura en términos legales para soportar este tipo de acuerdos, países como Estados Unidos, la Comunidad Europea y Asia; las empresas que aspiran este tipo de contratos deben además de tener respaldo financiero en sus recursos, la capacidad de producción que responda a los requerimientos globales, al mismo tiempo su maquinaria debe fortalecerse en campos como el mercadeo y la producción en masa.



Otro ámbito menos ambicioso, es el Regional, donde coalescen países que entablan acuerdos como el Tratado de Libre Comercio (TLC) de Estados Unidos o la Unión Europea, así como el Mercosur y el Alba – TCP, en los cuales se busca el intercambio comercial sosteniendo un modelo económico según su afinidad o las necesidades empresariales, aunque en la actualidad, son muy criticados los TLC por la parcialidad en la cual apuntan sus intereses desmejorando ampliamente la participación de pequeñas o medianas empresas.

Así mismo, presenta el ámbito Internacional, donde los acuerdos tienen dos vías de presentación, por una parte los convenios entre estados donde las empresas solo consideran su adhesión o el acuerdo directo entre ambas considerando el contexto jurídico en el cual se firma dicho contrato; en el ámbito nacional, el análisis está circunscrito a las leyes y condiciones de un país, que a criterio del autor no solo depende de lo anteriormente expuesto, también depende como es visto el país desde la óptica de otras empresas, valiéndose del denominado Riesgo País y esto se debe a que con la firma de dicho acuerdo se genera una inversión.

Por su parte, el ámbito provincial esta demarcado por todas aquellas circunstancias mostradas en las estadísticas del país así como a sus esquemas de producción marcando la tendencia a utilizar dichos esquemas como ventaja competitiva si el margen de producción solo alcanza para la producción nacional; por último, el ámbito local, en el cual el análisis se basa en las características urbanas según las estadísticas disponibles y que garanticen a las partes las mejores ventajas para su desarrollo organizacional.

En el sentido jurídico más amplio, algunos preceptos del análisis generan en el contratos las cláusulas de negociación, a partir de las cuales las diferentes partes involucradas estudian casa ámbito en particular, que desde la óptica legal y con la información disponible hace posible que se redirijan las expectativas a la conformación de clúster según las capacidades y recursos propios los cuales en conjunto con los de la otra parte permitan elevar la rentabilidad y el desarrollo de todas las partes.

Este autor considera además, que es necesario incorporar a la comunidad como un elemento del entorno importante, el cual no solo le brindara mayor pertinencia en lo local, sino que además favorecería en la aplicación de las medidas necesarias en las cuales la comunidad pudiese ser un obstáculo, como el uso de recursos territoriales, naturales, entre otros.

ENTORNOS POLÍTICOS COMPLEJOS

En las siguientes líneas se expondrá un conjunto de postulados orientados a concertar la esencia compleja de los entornos políticos, en virtud de ello Yanes (2002), sostiene que la complejidad vinculada al entorno se refiere a aquella clase de conocimiento indispensable que se debe poseer, para comprender el ambiente compuesto por una serie de elementos y eventos heterogéneos los cuales complica su análisis e interpretación, así mismo, los entornos de este tipo suelen surgir por la confluencia simultánea de factores como: el riesgo al cambio, las relaciones inter-empresariales, la dependencia, individuos relevantes del entorno.

Por otro lado, Stephen (2005), asevera que la complejidad del entorno vendría a constituir una dimensión de la incertidumbre organizacional, el cual deberá comprender diversos componentes interrelacionados, así como los conocimientos que la empresa posee sobre los mismos aspectos del entorno, todo ello sería esencial para determinar su condición compleja.



Así mismo, volviendo con Yanes (2002), especifica que para el análisis del entorno, es fundamental llevar a cabo un proceso riguroso para tal fin, éste consiste en explorar el panorama con el propósito de identificar las señales tendentes a provocar transformaciones, o en su defecto detectar los cambios ya producidos, el segundo paso implica monitorear los patrones particulares del entorno, luego se deberá pronosticar las próximas direcciones concerniente a los cambios; y por último valorar o evaluar las implicaciones que los cambios del entorno tanto actuales como futuros tendrá para la empresa.

Además, siguiendo el modelo cognoscitivo serán los miembros de una organización quienes elaboren su entorno, en vez de aceptar los atributos de la realidad concreta que los envuelve, trayendo como consecuencia un desajuste entre el ambiente real existente y el percibido por los individuos pertenecientes a la empresa, lo anterior recoge sentido ya que los trabajadores construyen su estructura mental en base a la cultura organizacional, filtrando la realidad exterior convirtiéndola en otra.

De igual forma, Llaneza (2009), agrega que los trabajadores pueden responsabilizar al gobierno como el causante principal de eventos negativos amenazantes, este fenómeno se conoce como “locus de control externo”, entre tanto otros pueden atribuir el fracaso de las actividades empresariales por acciones personales, donde los sujetos se consideran incapaces de enfrentar y superar los entornos adversos “locus de control interno”. Ahora bien, Hitt (2006), indica que el entorno real sería estático si sus factores son constantes y estables a través del tiempo, o dinámico cuando varían de forma permanente.

Sin embargo, para Daft (2007), el entorno político complejo lo componen la confluencia de diversos factores existentes en el panorama exterior de la empresa, como por ejemplo las regulaciones gubernamentales, los cambios sociales y políticas públicas que influyen e interactúan con las organizaciones, dichos escenarios complejos tienen gran alcance y cobertura sobre una cantidad importante de entidades laborales,

Con respecto al ámbito político de Venezuela, Blanco (2012), sostiene que el entorno complejo nacional se constituye por la investidura de un gobernante que, ha traído como consecuencia nuevas regulaciones, la percepción social de mayor inseguridad tanto jurídica como personal, problemas con los trabajadores o sindicatos, incremento de la inflación, ciertos casos de corrupción, expropiaciones sin retribución económica, severo control de cambio, excesivo control de exportaciones e inventarios, así mismo la estricta concesión de divisas y la acostumbrada inamovilidad laboral, a pesar de lo antes indicado en el panorama industrial, muchas organizaciones se han mantenido con éxito gracias a pensamientos estratégicos.

Con relación a las aseveraciones de Diez (2009), el gobierno de Venezuela ha asumido la expropiación como una política de Estado, donde la inseguridad jurídica radica en primer lugar. Por otra parte, Calvo (2010), afirma que la inseguridad personal dada la ineficiencia de servicios policiales y de protección ciudadana, deteriora la imagen gubernamental responsable en resguardar a los habitantes, trabajadores y propietarios empresariales.

INFLUENCIA DEL CONTEXTO POLÍTICO EN LAS ORGANIZACIONES

Una vez abordado los aspectos de la incertidumbre organizacional y sobre los entornos políticos complejos, se procede a explicar la relación entre ambos integrando los supuestos de Griffin y Roland (2005), quienes aseveran que el ámbito político describe el vínculo



predominante entre la organización con el gobierno, traduciéndose esas relaciones en regulaciones de carácter legal, ello es esencial dado que toda normativa desarrolla específicamente las prácticas empresariales posibles en llevarse a cabo o cuáles no, lo anterior ha propiciado el establecimiento de instituciones gubernamentales dedicadas a controlar actividades sobre la seguridad, higiene, salud ocupacional, publicidad comercial, actividades mercantiles entre otras.

A pesar de lo señalado, los autores antes citados agregan que el sentimiento e ideología actual de un gobierno, ya sea a favor o en contra de las organizaciones productivas o de servicios repercuten significativamente sobre las mismas, en aquellos casos donde las autoridades gubernamentales muestren apoyo a la actividad empresarial, los miembros de una entidad laboral no se preocuparán, pero en el supuesto contrario donde los actores políticos sean antagónicos al empresariado, pues la restricción en la ejecución inherente a ciertos trabajos, operaciones y procedimientos sería evidente.

En cuanto a la estabilidad política, los mismos autores resaltan éste elemento como determinante para las empresas tanto a escala nacional pero sobre todo internacional, porque no pocas empresas estarían dispuestas a constituirse o expandirse hasta otros países si las condiciones políticas se encuentran inestables, inseguras, débiles y peligrosas, a menos de constatar una realidad definida y concreta, resaltan además los cambios de alcalde o gobernador regional lo cual puede influir ampliamente en las pequeñas y medianas empresa de manera especial, puesto que estarían sometidas a nuevas restricciones locales.

De manera similar, Daniels, Radebaugh y Sullivan (2007), resaltan que los inversores deben estudiar las condiciones políticas de un país para tomar la decisión de establecer sus organizaciones, de tal forma para garantizar el éxito una vez asignado los recursos en el territorio, no obstante, un clima político cambiante bien sea bajo un régimen totalitario o democrático, se podría tornar turbulento, brusco y sorpresivo, representando un alto riesgo que comprometiese los recursos empresariales, tambaleándose a su vez la estabilidad, seguridad y bienestar de los trabajadores, sumergidos por tales circunstancias en una coraza de incertidumbre.

Así mismo, los procedimientos emprendidos a partir de diversas decisiones políticas que notablemente pueden perjudicar la actividad empresarial son las expropiaciones según los autores antes señalados, de manera similar se encuentran todas aquellas restricciones gubernamentales que minimizan ciertas prácticas empresariales, viéndose reflejado lo anterior al mermar las ventas por dichas limitaciones, o peor aun deteriorando la estructura física de la compañía y ejerciendo algún daño contra el personal.

Por otra parte, los mismos autores afirman que las opiniones, pronunciamientos y puntos de vista que puedan asumir los dirigentes políticos consoliden un panorama sociolaboral envuelto de incertidumbre, de igual forma, la sustitución de otras autoridades o funcionarios elegidos a través del sufragio, no escapan de los acontecimientos tendentes a generar entre los grupos de trabajadores un ambiente laboral agitado, caótico e impaciente, por desconocer si las nuevas regulaciones gubernamentales serán adversas o favorables, en cuanto a impuestos, obligaciones, deberes, entre otros elementos.

Mientras tanto, Flores (2007), manifiesta que para tomar decisiones importantes o relevantes en las organizaciones, resulta fundamental no solo dejarse guiar por un sentido



lógico y la manera acertada para lograr los objetivos, al asegurar la conveniencia de tomar en cuenta las creencias, dogmas, ciertas actitudes, los prejuicios mentales y modos de producción, más un énfasis en el aspecto político de la región, ya que los contextos de carácter político inciden en las empresas por ser sistemas abiertos, propensos así como vulnerables a las corrientes del entorno, por dichas razones los problemas de este tipo se contrarrestan por la comunicación con el exterior participando ampliamente en la planeación con el Estado.

CONSIDERACIONES FINALES

El desarrollo organizacional en los diferentes países, no solo en los desarrollados, en los emergentes y lo que se encuentra en desarrollo, se ha orientado al crecimiento primero de sus rentas a la par de su capital intelectual, este último manifestando su importancia en todos los niveles de la estructura empresarial, recientemente el capital social así como todo lo referente a la responsabilidad y las redes sociales las cuales han revolucionado la misma dirección corporativa.

En lo que corresponde a la dirección estratégica, cada organización estima las formas y manera de desarrollarlas para cumplir con su marco filosófico, a este respecto Porter (2002), sugiere que desde 1991 hasta sus más recientes aportes en el 2002, ha estimado el papel de las pequeñas empresas en su contexto país, sus interacciones internacionales, así como este se conduce estratégicamente hacia el éxito empresarial, brindando a la cooperación empresarial un elemento de trabajo que ha generado diferentes teorías y tendencias.

De la misma manera, la incorporación de las agrupaciones por su cadena de valor, así como las redes y clúster empresariales, han presentado relevancia con estrategias para maximizar la competitividad al componer grandes emprendimiento según el aporte a la especialidad del área en la que convergen, para Porter (2002), el Clúster debe conformarse por aquellas empresas con un comprobado éxito y alta competitividad, sin embargo, a este argumento, Mitnik (2001), se orienta más a esas pequeñas empresas que tienen comprometido sus recursos, muchos de los cuales son limitados como el financiero.

Este autor introduce al debate de las formas de cooperación entre empresas el ya conocido distrito industrial, en el cual la interacción empresa – comunidad – instituciones coinciden en la posibilidad de generar desarrollo local, a partir de acuerdos de cooperación, por lo que plantea en sus estudios las diferencias más importantes a la hora de enfocarse en la realización de los análisis necesarios para negociar acuerdos de cooperación entre empresas considerando algunos factores.

El primero, se refiere al aspecto geográfico puesto que si bien ambos se ajustan a territorios, el distrito se pliega a las condiciones socio-territoriales, considerando así la interrelación entre la empresa y las comunidades circunscritas al entorno; lo que lleva al segundo factor, el desarrollo local que se consigue bajo este tipo de cooperación, mientras su contraparte se traduce en la búsqueda de ventajas competitivas; el tercero, estrechamente relacionado con el anterior, ya que se centra en el desarrollo de las capacidades de producción y de trabajo de la comunidad, por su parte los clúster lo hacen centrados en la conformación de redes empresariales.

Un cuarto factor, es presentado desde la óptica económica, donde los distritos obedecen a un desarrollo económico integral comunidad – empresa, y en los clúster solo es el económico,



pudiendo estar lo social como contexto; el quinto factor se basa en la unidad de análisis, para el distrito es el proceso socio-productivo culturalmente definido por el territorio, centrando su análisis en la dinámica de las relaciones empresas – instituciones – comunidad desde una arista multidisciplinaria, mientras que en el clúster el análisis se realiza considerando el agrupamiento geográfico, a través de estudios de casos que favorezcan el diseño de estrategias competitivas.

Por último, el quinto factor que diferencia ambos tipos de cooperación es la forma como en los distritos las redes sociales y la confianza entre los actores permiten la construcción social en equilibrio considerando las reglas de competencia y colaboración, para de esta manera dejar claro que lo local, será el lugar de vida, donde coexistirán los vínculos empresas – comunidad - instituciones; mientras que los clúster se basan en la Cooperación por una parte para innovar, por la otra para conseguir recursos estratégicos.

Por todo lo anteriormente expresado, es claro que la conformación de clúster como tipo de cooperación empresarial es uno de los mejores modelos por su alto valor estratégico, y a criterios de Mitnik (2011), los distritos industriales le confieren el valor social agregado que esta minimizado en la filosofía de los clúster.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanco, E. (2012). **Tener Éxito en Entornos Complejos**. Debates IESA Volumen XVII, Número 4 Diciembre – Octubre (2012). Caracas.
- Cummings, T, y Worley, Ch. (2007). **Desarrollo Organizacional y Cambio**. Thomson Editores. México.
- Daft, R. (2007). **Teoría y Diseño Organizacional**. Cengage Learning Editores. México D.F.
- Daniels, J., Radebaugh, L., y Sullivan, D. (2007). **Negocios Internacionales: Ambientes y Operaciones**. Pearson Educación. México.
- Diez, E. (2009). **Globalización y Educación Crítica**. Ediciones Desde Abajo. Colombia.
- Figueroa, M. (2006). **El Comportamiento Económico del Mercado del Petróleo**. Ediciones Díaz Santos. España.
- Flores, J. (2007). **Como Crear y Dirigir la Nueva Empresa**. Ecoe Ediciones. Bogotá.
- González, M. (1999). **El futuro de la gestión de los recursos humanos**. Revista de la Asociación Española de Dirección de Personal. Aedipe, No. 4. Pp. 3-8
- Griffin, R., y Ronald, E. (2005). **Negocios**. Pearson Educación. México.
- Leblebici, H. y G.R. Salancik (1981) **Effects of Environmental Uncertainty on Information and Decision Processes in Banks**. Administrative Science Quarterly. Illinois.
- Llaneza, J. (2009). **Ergonomía y Psicosociología Aplicada**. Editorial Lex Nova. Valladolid, España.



Mitnik, F. (2011). Desarrollo y Cadenas Productivas, Clústers y Redes Empresariales, Herramientas para el desarrollo territorial. Argentina: ADC.

Milliken, FJ (1987). **Three Types of Perceived Uncertainty About the Enviroment: State, Effect and Response Uncertainty**. Academy of Management Review. New York.

Mintzberg, H. (1999). **Safari a la Estrategia**. Argentina: Ediciones Granica.

Porter, M. (2002). **Ventaja Competitiva**. México: ALAY EDICIONES.

Senge, P. (1990). **La quinta disciplina. El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje**. España: Granica.

Stephen, R. (2005). **Administración**. Pearson Educación. México.

Yanes, V. (2002). **Incertidumbre Percibida del Entorno y Riesgo Estratégico Asumido en la Toma de Decisiones Estratégicas**. Universidad de la Laguna España.

Weber, M. (1992). **Economía y sociedad**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.



CONSILIENCIA COMO FACTOR DE ÉXITO EN LAS ORGANIZACIONES POSMODERNAS

Lorena Espina

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
lore428@hotmail.com

Liliana Ramírez

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
liliana1784@gmail.com

RESUMEN

La disgregación de esfuerzos y talento humano en la gestión de la gente en la organización posmoderna, luce como un problema que persiste e intensifica a pesar de las múltiples tendencias gerenciales existentes. Es por ello, que la consiliencia como competencia del líder, contribuiría a la convergencia, integración e implementación de los talentos y recursos requeridos para la solución de un determinado problema o el logro de objetivos apremiantes para la rentabilidad de la organización. En este sentido el presente estudio tuvo como propósito comprender la consiliencia como factor de éxito en las organizaciones modernas, para tal fin se sustentó en la doctrina de Goleman (2012), Wilson (1999), Sambrano (2012), Cook (2011), entre otros. Conducido bajo el paradigma postpositivista propio de la metodología cualitativa, cuya tradición se encuentra simbolizada por la hermenéutica con un enfoque interpretativo. De las evidencias expuestas en el presente trabajo se infiere que la organización consiliente es una estructura social multidisciplinaria, humanista, rentable, cuyo accionar multinivel le posibilita el análisis de factores dispersos para buscar los puntos convergentes a fin de alcanzar los objetivos previstos en el momento oportuno.

Palabras clave: consiliencia, organización posmoderna, liderazgo, competencias.

INTRODUCCIÓN

LA ORGANIZACIÓN POSMODERNA

La supervivencia de la especie humana se encuentra sustentada en el instinto natural de actuar en grupo, en la disposición, habilidades y destrezas que garanticen los equilibrios necesarios para la satisfacción, en el orden determinado por la pirámide de Maslow, de las necesidades más apremiantes, las cuales también obedecen a los contextos histórico – geográfico, culturales, sociales, políticos, en conclusión humanos.

En cuanto a la jerarquización de las necesidades (Teoría de la Motivación de Maslow) Kotler y Keller (2006: 185), consideran que Maslow intentó dar respuesta al orden prioritario que proporciona el individuo a determinados requerimientos y como éstos una vez satisfechos pierden el interés de la persona, para entonces iniciarse un nuevo ciclo en el que carencias de otra índole pasan a ser apremiantes.

Es propio entonces asegurar que la evolución histórica – social del hombre es impulsada por sus necesidades, muchas de ellas comunes por lo que está obligado a trabajar en comunión con sus congéneres y esta característica permitió el desarrollo de las diversas formas



sociales en la que el hombre expresa e incluso define su poder sobre su entorno u otros grupos humanos.

De allí el nacimiento de la organización, entendida ésta como “la forma más racional y eficiente que se conoce de agrupación social” Etzioni, mencionado por Detlev y Martín (2007: 34). Asimismo, los citados autores refieren que a través de la organización las personas determinan actividades trascendentales de la vida como el matrimonio o la educación, pero ésta se transforma en “pieza clave del desarrollo humano a partir de la revolución industrial”, en este periodo algunas formas organizacionales se constituyeron en empresa al adquirir su condición económica.

Según Detlev y Martín (2007: 34) este fenómeno dio paso al surgimiento de la sociedad moderna, definiendo las relaciones sociales dentro y fuera de la organización, al igual que ordenando “la vida social del hombre moderno”; creando los conceptos de trabajo, manager, empresario, producción ocio y consumo. Pero, la organización ha cambiado profundamente desde la revolución industrial hasta el día de hoy, con ella han evolucionado todas las características señaladas, así como las personas que las dirigen, quienes construyen nuevas formas de cultura organizacional.

Resulta innegable como el vertiginoso avance de las tecnologías de la información y la comunicación, así como la valorización que en consecuencia se le otorga a la denominada sociedad del conocimiento, han incidido en la conceptualización, al igual que en las funciones de las organizaciones, redefiniendo los roles de los implicados en los procesos naturales de ésta.

Es así como de una tradición burocrática, basada en la disgregación del personal, junto a sus múltiples talentos, consecuencia de aspectos como la racionalidad de la división del trabajo, que transformaba la labor en una consecutiva ejecución de acciones estandarizadas, normadas, por tanto ajenas a la creatividad y deshumanizadas; la organización lucha por cambiar, enfilarse hacia innovadoras tendencias gerenciales, las cuales basadas en la gente dan cabida a nuevos principios y valores.

En tal sentido, construir una organización para este siglo requiere de personas con capacidades consilientes, es decir, actitudes necesarias para capitalizar la comunicación, información, habilidades, talentos, estrategias, tecnología, infraestructura, entre otros, para la toma de decisiones efectivas en el momento y lugar indicados. Ello implica ampliar, así como desarrollar el liderazgo, junto a la creación de nuevas competencias que faciliten el logro de objetivos financieros, bajo la premisa de la integración de los conocimientos y habilidades motoras de los individuos, preservando la visión humana que debe caracterizar a la organización posmoderna.

LA ORGANIZACIÓN CONSILIENTE

Para hablar de Consiliencia necesariamente se tiene que mencionar el pensamiento de William Whewell en 1840, mencionado por Wilson (1999: 15) quien habló por primera vez del novedoso término, refiriéndose a éste como un “Saltar Juntos”; cita a la que se agrega, que el mismo no es hacia el vacío, sino al conocimiento, su construcción, pero de manera muy especial a la conexión entre éstos y los hechos naturales de la sociedad.



En el entendido que la organización es primordialmente una estructura relevante para la sociedad, cuyo origen y funciones han determinado en buena parte el desarrollo de ésta, se concluye que requiere para su funcionamiento de competencias como la consiliencia, ya que para la consecución de los objetivos, horizonte tangible de la organización formal, requiere de la capacidad para determinar la integración o aplicación de determinados conocimientos, así como talentos, en un momento determinado y bajo la premisa del sentido de la oportunidad.

Igualmente, la consiliencia no es nueva, definirla ha sido el objetivo de varios teóricos como Edward Wilson (1999: 11) quien aludía a ésta como “La Unidad del Conocimiento”, afirmaba que el descubrimiento de esta palabra en el libro de Ernst Mayr (1942) “*Systematics and the Origin of Species*”, lo indujo a experimentar un “Hechizo Jónico”, término que de acuerdo a este autor conceptualiza la creencia griega en la unidad de las ciencias, como fórmula para explicar el mundo a través de un “pequeño número de leyes naturales”.

Para Wilson (1999: 12), Einstein “el arquitecto de la gran unificación en física, era jónico”, esta perspectiva constituía su mayor fortaleza, por ello comenta en su libro “Cosiliencia la Unidad del Conocimiento”, una carta escrita por el célebre científico a su amigo Marcel Grossmann en la cual explicaba: “Es una sensación maravillosa reconocer la unidad de un complejo de fenómenos que con la observación directa parecen ser cosas completamente distintas”.

Paradójicamente, casi cualquier definición de organización equivale a la percepción de una cantidad de características disimiles, pero todas concebidas para la construcción de la misma. Por ello, autores como Franklin (2014: 4) refieren que una de las acepciones de la organización la define como una unidad productiva de carácter social “orientada hacia la consecución de metas con base a un sistema coordinado y estructurado vinculado con el entorno”, de igual manera enuncia que al referirse a la organización de empresas, se tiene en cuenta que la misma está en facultad de:

- Reunir recursos para alcanzar resultados
- Generar bienes y servicios de calidad
- Utilizar eficazmente la tecnología de la información y la manufactura
- Desarrollar capacidad para aprender de la experiencia
- Conformar un lugar que desarrolle el sentido de pertenencia y respeto
- Crear valor para sus grupos de interés

En tal sentido, para la convergencia de todos los elementos mencionados, la organización consiliente es una estructura social multidisciplinaria, humanista, rentable, cuyo accionar multinivel le posibilita profundizar en el análisis de objetivos, temas, personas, entorno, estrategias; agudizando con ello la visión para precisar que factores parecen dispersos o congestionados, a fin de lograr una situación razonablemente conveniente para todos los actores implicados en los procesos organizacionales, lo que le permitirá: realizar planes estratégicos, prospectivos, crear equipos de trabajo compenetrados y altamente efectivos, la



toma de decisiones acertadas, al igual que oportunas, así como hacer frente desde las vicisitudes de la cotidianidad empresarial, hasta problemas de mayor envergadura.

Todo lo anteriormente descrito solo es posible porque la consiliencia como competencia puede ser propuesta a partir de aceptar las ventajas de las tendencias existentes como la inteligencia emocional, el liderazgo espiritual o el resiliente, los talentos de las personas, los recursos materiales, las tecnologías, entre otros; como herramientas cuya convergencia crea un terreno fértil para la actuación de los líderes en la consecución de los intereses de la empresa.

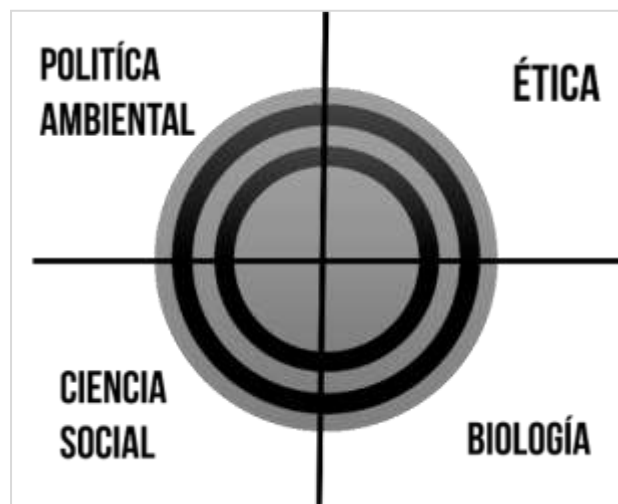
Esta afirmación es reforzada desde el enfoque del trabajo en equipo por Cook (2012:56), quien expone que para la garantía de un liderazgo efectivo, no basta con el dominio de las principales tendencias de la gerencia empresarial, sino que muy por el contrario, se requiere de asumir éstas como parte de un conjunto de habilidades a ser conjugadas a la hora de tomar decisiones e impulsar tácticas para la solución de problemas o alcance de objetivos específicos.

ASIDERO TEÓRICO SUSTANTIVO

DETERMINANDO LA UNIDAD DEL CONOCIMIENTO

Wilson (1999), ejemplariza la consiliencia explicando la intersección de dos líneas que conforman una cruz, en cada uno de los cuadrantes establecidos (ver figura 1) se colocarán determinados temas de interés, que en su caso estarán referidos a la ética, la política ambiental, la biología y la ciencia social.

Figura 1. Cuadrantes



Fuente: Wilson (1999)

Asevera el mencionado autor que una vez seleccionadas las especialidades dispuestas dentro de la figura, se percibe la conexión entre éstas, tanto así que la “investigación racional en una de ellas informa el razonamiento en las otras tres”. Sin embargo, cada una de ellas es concebida por la experiencia académica, por separado, asimismo cuenta con un cuerpo teórico, especialistas e incluso un tratamiento distinto, pero resulta innegable su interconexión. Al mismo



tiempo alude: “puede obtenerse consiliencia en los ámbitos más internos de los círculos, de manera que de una disciplina a otra fluya un sólido juicio”.

CEREBRO CONSILIENTE ORGANIZACIONAL

Sambrano (2012), asegura que los límites entre lo psíquico y lo biológico son difusos, que la “dualidad cerebro-mente es solo una creación del ser humano para poder justificar su sentido de separatividad”. Para esta autora no existe diferencia entre conocimientos como la ciencia y la poesía; igualmente describe el potencial humano como psicoespiritual, un aprendiz de la intensidad del universo, hecho que ha decir de la autora permite sentir a las personas en su interior la interconexión que sucede entre todos los elementos que conforman el mundo, sintiendo lo que denomina como una gran totalidad.

Asimismo explica Sambrano (2012: 22) que el cerebro cuenta con dos hemisferios, izquierdo y derecho, conectados por un “poderoso haz de fibras nerviosas” que permite la integración de ambos, lo que posibilita procesos “tan disímiles como la síntesis de las proteínas y las conductas compasivas”. Este proceso refleja la importancia de la interconectividad del cerebro y como éste influye en procesos imprescindibles para la vida y funcionamiento de las personas.

Al igual que en el cerebro, es la interconectividad de las diferentes partes del entramado organizacional, la cual permite que funcione de forma amalgamada para alcanzar el éxito en cada proceso emprendido. Constituyéndose en la respuesta a paradigmas que caracterizaban a la organización como dicotómica, incapaz de integrar los factores que la conforman, dada la diferencia de éstos en cuanto a su naturaleza y objetivos, sin afectar su rentabilidad, por ejemplo. En tal sentido, es una conducta sabia el disponer de los conocimientos existentes en materia de tendencias gerenciales, al igual que avances tecnológicos, para la consecución de los objetivos, lograr el bienestar del personal, así como el de la sociedad.

COMPETENCIAS DEL LÍDER CONSILIENTE

Existen líderes que impregnados por su condición humana, podrían errar, o pecar por desconocimiento, pero la respuesta consiliente que determinaría su competencia como tal, estaría en el conocimiento de todos estos aspectos científicos, para a través del dominio de sus emociones, sus experiencias, obtener en beneficio de la organización lo mejor que cada uno de sus compañeros de equipo puede proporcionar; para ello requiere de ser un comunicador asertivo, pertinente, así como oportuno. Son muchas las competencias que deben caracterizar a un líder consiliente, así como las virtudes y valores que rigen su accionar gerencial. Asimismo, es basta la literatura sobre el tema del liderazgo, toda esta información es muy valiosa, pero lo más relevante para este trabajo, es el mejor aprovechamiento que se puede hacer de la misma.

Atendiendo a estas consideraciones, Achua y Lussier (2011: 6) definen el liderazgo como un “proceso de influencia entre líderes y seguidores para lograr los objetivos organizacionales por medio del cambio”. De este concepto se desprenden 5 elementos que ha decir del mencionado autor son claves para la comprensión de esta definición (figura 2). Los cuales se describirán a continuación:



Figura 2. Elementos del Liderazgo



Fuente: Achua y Lussier (2011)

- **Líderes y seguidores:** en esta concepción el liderazgo es una relación recíproca, se ratifica en la misma que el saber desarrollar las habilidades de liderazgo deben hacer del líder una mejor persona. Esta afirmación es particularmente razonable, dada las investigaciones orientadas hacia el llamado “trabajo del conocimiento” que valora el esfuerzo en equipo.

- **Influencia:** consiste en el desarrollo de habilidades comunicacionales para difundir ideas y ganar la aceptación de las mismas con estrategias motivacionales que incidan en los seguidores, generando cambios.

- **Objetivos organizacionales:** Para Achua y Lussier (2011: 7), la posibilidad de influir del líder efectivo sobre sus seguidores debe éticamente perseguir el logro de los objetivos planteados en los planes estratégicos de las organizaciones indiferentemente a la naturaleza de las mismas, lo que redundará en el beneficio de todos los integrantes de la empresa o ente estatal.

- **Cambio:** muchas personas con la mención de esta palabra sienten angustia, que resulta natural, pues dar un paso a lo desconocido origina sentimientos encontrados en lo referente a lo que depara el futuro inmediato, por ello, son muy importantes en estos procesos las herramientas comunicacionales. A ello se debe sumar, como ya se ha mencionado, el entendimiento de los procesos cerebrales, los cuales se explicaran a profundidad más adelante. Asimismo, advierten Achua y Lussier (2011: 7) que los cambios son necesarios para las organizaciones que obliga tanto a líderes como seguidores a hacer de la adaptabilidad una habilidad necesaria para su supervivencia en el trabajo de equipo.

- **Personas:** sin este elemento no puede existir definición de líder, liderazgo u otros aspectos que los conforman, pues se basan en las acciones actitudes y aptitudes de las personas, en consecuencia las relaciones interpersonales, además del uso apropiado de mecanismos de comunicación efectivos son vitales en la gerencia posmoderna, constituyen una de las habilidades más importantes para el trabajo en equipo. Volviendo la mirada hacia las



personas, se puede afirmar que en éstas se encuentra el mayor tesoro de cualquier organización independientemente de su naturaleza y porque son quienes ostentan dentro de sus características los llamados Talentos.

En consecuencia, todas las personas cuentan con talentos, características que les permiten relucir, ser apreciados y que son inherentes a su individualidad, por ello no pueden ser generalizados. De igual forma, también se entiende por talento a la combinación de competencias, capacidades, al igual que habilidades, las cuales pueden ser cultivadas, acción en la cual pueden intervenir las organizaciones. Éstas se adquieren dentro de ambientes académicos, empíricamente o a través del ejercicio de una determinada labor.

Aún hoy en día se continúan estudiando rasgos, comportamientos, situaciones, entorno, roles para determinar el liderazgo más eficiente, que proporcione las rutas hacia logro de las metas. Sin embargo, se mantiene dentro del interés de científicos sociales y la sociedad en general, seguir redefiniendo el liderazgo, pues la sola mención de la palabra dentro de las experiencias de los seres humanos, está vinculada a ser requisito sine qua non para el éxito organizacional e individual. Es por ello, que se consideran los factores descritos a continuación como cualidades ideales que caracterizan el liderazgo consiliente.

LA GENIALIDAD DEL LÍDER

La disertación kantiana de Rodríguez (2002: 145), asoma una definición de genio y la conducta genial al explicar que “la producción genial aparece como feliz conjunción entre imaginación y entendimiento”, es decir que se requiere de un razonamiento, al igual que de formación académica, potenciadas por la creatividad para llegar a actitudes geniales que propicien soluciones acordes a los esfuerzos aplicados.

En referencia a lo expuesto, Sambrano (2012: 23), habla de genialidad como una característica o cualidad apreciada por las personas, la cual se alcanza:

Cuando todo el cerebro trabaja conjuntamente para la consecución de un objetivo: la realización plena y la explotación máxima de los recursos personales, todo ello unido a sentimientos de solidaridad, eficiencia y competencia. Los altos niveles de desempeño de los profesionales de esta nueva era se miden por la habilidad que desarrollan para actuar con sinergia, de una manera integral y sincronizada; así evitan la entropía, el estrés.

A través de lo expuesto por la mencionada autora y teóricos como Goleman (2012: 15) o Pittaluga (2014: 37), se concluye no solo la reconocida importancia del cerebro en la vida del ser humano, sino el poder auto-renovador que lo caracteriza, de acuerdo a investigaciones difundidas a partir de los años 90 del siglo pasado, con las cuales se mostró al mundo dos interesantes fenómenos: la Neurogenesis y la Plasticidad Cerebral.

En referencia a ello, Pittaluga (2014: 37) explica que: “La neurogenesis es la producción de nuevas neuronas en el cerebro adulto. La expresión comprende un proceso muy complejo que comienza con la división de las células precursoras y termina con la existencia de nuevas neuronas funcionalmente activas”. En ese orden, asevera el autor que este fenómeno solo puede ser comprendido a plenitud dentro de la concepción de la plasticidad cerebral, la cual consiste en la capacidad del cerebro para “cambiar la organización interna en función de la



experiencia”, lo que de acuerdo a Hebb (mencionado por Pittaluga 2014), es el fundamento del aprendizaje a nivel de la sinapsis: si la actividad de dos células es lo suficientemente cercana en función del tiempo, tal actividad fortalecerá las conexiones entre ellas.

Se discierne entonces, que las personas cuentan con la capacidad de aprender, ser creativo e ingeniosos, constantemente y toda la vida, gracias a las virtudes de un órgano enigmático, del cual falta mucho por investigar, pero de noble condición, al igual que adaptabilidad. Del mismo modo, se puede aseverar, que las investigaciones sobre el cerebro, dieron paso a la Neurociencia, además de toda una diversidad de disciplinas o tendencias de las que destacan: la Neurogerencia, Neuromarketing, Neuroética y la reconocida Inteligencia Emocional, todas reflejo de la convergencia de teorías, para la constitución de un cuerpo consistente de conocimientos, es decir, son un ejemplo de consiliencia.

INTELIGENCIA EMOCIONAL

Gardner (1983) mencionado por Goleman (2012: 13), explica que para reconocer como inteligencia a un “conjunto diferenciado de capacidades”, es preciso que las mismas cuenten con un “conjunto subyacente y exclusivo de zonas cerebrales que las gobierne y regule. En el caso de la Inteligencia Emocional (IE), según Goleman (2012: 16), estos centros nerviosos específicos son los siguientes:

- **La Amígdala Derecha:** “centro nervioso dedicado a las emociones y situado en el cerebro medio”, en éste se manifiesta la autoconciencia emocional, a través de ésta se es consciente y se comprenden los sentimientos propios.
- **Hemisferio Derecho del Cerebro:** o Córtex Somato Sensorial Derecho, donde también tiene asiento la autoconciencia y la Empatía que a su vez depende de otra estructura del hemisferio derecho, la Ínsula o Córtex Ínsular “nodo de los circuitos cerebrales que detectan el estado corporal de la persona”. Contribuye en la percepción y comprensión de las emociones de las demás personas.
- **Circunvolución del Cíngulo Anterior:** ubicado en el cuerpo caloso que conecta ambos lados del cerebro. Es el responsable de controlar los impulsos, proporciona al individuo “la capacidad para manejar las emociones, en especial las angustiosas y los sentimientos intensos”.
- **Franja Ventromedial del Córtex Prefrontal:** ubicada detrás de la frente, es el “centro ejecutivo de la mente, donde reside la capacidad de resolver problemas personales e interpersonales, de controlar los impulsos, de expresar los sentimientos de un modo eficaz y de relacionarnos adecuadamente con los demás”.

Según Goleman (2012: 15) la inteligencia emocional se enmarca en cuatro dominios genéricos: la autoconciencia, la autogestión, la conciencia social, la gestión de las relaciones. Las cuales según el mencionado autor, tienen su fundamento en los procesos cerebrales anteriormente descritos y son denominados por éste como “las competencias laborales adquiridas que distinguen a los líderes de mayor éxito” reflejadas en el Marco de Competencias (figura 3):



Figura 3. Marco de Competencias



Fuente: Goleman (2012)

En este orden de ideas, la inteligencia emocional, ha de ser entendida como la capacidad desarrollada a través del conocimiento de los procesos cerebrales, que permite a las personas el manejo de sus emociones, disponerlas en función de los objetivos previstos (ya sean personales o empresariales), así como regular el comportamiento, facilitando de este modo las relaciones interpersonales y la exaltación de actitudes positivas hacia las personas con las cuales se comparten vivencias, sean éstas laborales o no.

LIDERAZGO CONSCIENTE: ESPIRITUAL

De acuerdo a Chatterjee (2010: 93), el liderazgo está en la acción de empoderar al otro, colocándolo en la posición de reconocer y ser reconocido por sus talentos, que es su fuente de poder, para la creación constante de nuevas capacidades a ser desarrolladas. El líder requiere de una habilidad extraordinaria, ajena completamente a las pequeñeces humanas, para ver la chispa en cada compañero y contribuir para que ésta se transforme en fuego.

Las organizaciones del siglo XXI han de tener como urgencia el erigirse sobre la base de los valores éticos y valorización de la condición humana como requisito sin el cual no para la subsistencia de la organización. Cabe resaltar que cuando se habla de liderazgo espiritual, no se hace referencia a dogmas religiosos, sino al deseo de implementar una práctica gerencial que tiene como propósito la vida, en la cual los intereses económicos no están por encima del ambiente dentro o fuera de la organización, ni de las personas o colaboradores, ya que éstos son percibidos de manera integral, dentro una atmosfera laboral equilibrada.

LIDERAZGO RESILIENTE

Ciertamente, las organizaciones son entes sociales dinámicos, como lo son todas las circunstancias de la vida; lo más probable es el cambio, sin embargo el experimentarlo provoca incertidumbre, pero si son adversos, pueden conmocionar a las personas. Pittaluga (2014: 78)



señala a la resiliencia como una respuesta a circunstancias negativas e incluso de peligro; explica que ésta se caracteriza por ser un “conjunto de procesos sociales y psicológicos que posibilitan tener una vida sana en un medio insano”. En tal sentido, implica un proceso intrínseco que puede ser aprendido y que es una respuesta de supervivencia. La resiliencia es una atributo personal, pero también el sello característico de un equipo, organización e incluso colectivo.

Para Pittaluga (2014: 81), seis competencias definen el liderazgo resiliente:

- **Inteligencia Emocional:** de la cual ya se ha hablado en el presente trabajo, pero la misma consiste en la capacidad para percibir, evaluar y expresar emociones adecuadamente.
- **Inteligencia práctica:** “habilidad de razonar con sentido común de forma estructurada para resolver problemas” Albrecht (2007) mencionado por Pittaluga (2014: 83)
- **Inteligencia Social:** relacionada con la Inteligencia Emocional; ésta se corresponde a los lazos afectivos que las personas desarrollan con respecto a su entorno familiar, laboral y social.
- **Autoeficacia:** “es el conocimiento exacto del patrón de conducta que es más correcto o conveniente para un determinado contexto”. Se identifica con los conceptos de Autoconciencia y Autocontrol de la IE.
- **Disciplina Personal:** se requiere de compromiso, propósitos claros, perseverancia, además de cultivar un pensamiento y conductas enfocados a la superación exitosa de obstáculos de diferente naturaleza.
- **Modelos mentales flexibles:** esta es una competencia especialmente importante. Pittaluga (2014: 92), este aspecto lo enfoca a partir de dos acepciones: pensamiento por hábito o como habilidad. La primera lo identifica con patrones o esquemas recurrentes (modelos mentales), además de que el mismo puede ser de forma automática. La segunda está referida a la habilidad, y como tal susceptible a mejorar con la práctica; asimismo sensible al método por lo que su eficacia depende del mismo. Por otra parte, se dispone de los aportes de Riso (2007: 31), en lo relativo a la mente flexible, la cual se identifica con la mentalidad abierta, al igual que el pensamiento crítico, determinan las decisiones de las personas con una mente flexible, por lo que cuentan con la importante “virtud correctiva”.

En el marco de la compleja cotidianidad de las organizaciones, es ésta una competencia vital. La resiliencia como cultura posibilitaría que las organizaciones además de sortear la adversidad, la superen rápidamente para seguir el paso de sus actividades, logrando con ello que los planes estratégicos previstos se cumplan a cabalidad sin desmedro de la organización, su personal, el entorno, clientes o proveedores, entre otros.

CONSIDERACIONES FINALES

Pese a las múltiples tendencias existentes en materia de gerencia, la complejidad del ser humano, inmerso a su vez en organizaciones que por ser producto del hombre resultan complejas, unido a conceptos sobre la organización, la gerencia, el liderazgo, el trabajo en equipo, entre otros, que en ocasiones son implementados a la sombra de visiones vetustas en cuanto a las relaciones laborales, provocan en las empresas obstáculos para alcanzar el éxito;



pareciera que la sociedad se viera imposibilitada de romper con los viejos paradigmas abordados durante la revolución industrial, originándose disgregación vana de esfuerzos, recursos y talento humano.

En ese orden de ideas, la consiliencia que es una filosofía la cual desde 1840 exalta como una cualidad necesaria la fusión de los conocimientos, alude a la convergencia de constructos teóricos disimiles para la creación de cuerpos sólidos de conocimiento que responderían a situaciones específicas de la sociedad. Para tal efecto, se considera que transpolar las características de la consiliencia a las organizaciones, así como al accionar de los líderes, establece una nueva tendencia gerencial que provee de innovadoras soluciones a la cotidianidad de los grupos de interés que hacen vida dentro de las mismas.

En consecuencia, se considera que la disgregación de esfuerzos y talento humano en la gestión de la gente en la empresa posmoderna, luce como un problema, el cual persiste y se torna infranqueable ante las múltiples tendencias gerenciales producidas por los científicos sociales. Es por ello, que la consiliencia como competencia del líder, contribuiría a la convergencia, integración e implementación de los talentos y recursos requeridos para la solución de un determinado problema o el logro de objetivos apremiantes para la rentabilidad de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achua Christopher y Lussier Robert (2011) **Liderazgo. Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades**. Cuarta Edición. Cengage Learning Editores S.A. México D.F.
- Chatterjee, Debashis (2010). **El Liderazgo Consciente. Un Peregrinaje hacia el Autocontrol**. Ediciones Granica. S.A.
- Franklin F. Enrique (2014). **Organización de Empresas**. Cuarta Edición. Mc Graw Hill. Education. México.
- Cook Gary M (2012) **Consilience Leadership. Using innovative ideas from economics, science, and neuropsychology to create breakthroughs in leading organizations**. Published by Inflection Point Press. Denver - USA
- Detlev Holm y Martín Antonio (2007) **Manual de la Sociología del Trabajo y de las Relaciones Laborales**. Publicaciones Delta. España
- Goleman, D. (2013). **Liderazgo: El Poder de la Inteligencia Emocional**. Editorial Grupo Zeta. Barcelona, España.
- Goleman, D. (2012). **El Cerebro y la Inteligencia Emocional: Nuevos Descubrimientos**. Editorial Grupo Zeta. Barcelona, España.
- Kotler Philip, Keller Kevin (2006). **Dirección de Marketing**. Pearson Educación. Impreso en México.
- Pittaluga, Carlos (2014). **Deterioro Cognitivo. Prevención y Tratamiento**. Editorial Galac. Venezuela.



Pittaluga, Carlos (2014). **Liderazgo Resiliente. La Innovación en Entornos Adversos.** Editorial Galac. Venezuela.

Rodríguez, Juan (2002). **Idea Estética y negatividad sensible: la fealdad en la teoría estética de Kant a Rosenkranz.** Editorial Montesinos. España

Sambrano, Jazmín (2012). **Cerebro: Manual de Uso. Ejercicios para Desarrollar la Inteligencia.** Colección Memorándum. Editorial Alfa. Venezuela

Riso, Walter (2007). **El Poder del Pensamiento Flexible.** Editorial Norma Bogotá

Wilson, Edward (1999) **Consiliencia. La Unidad del Conocimiento.** Traducción de Juandomènec Ros. Galaxia Gutemberg. Círculo de lectores. Primera edición. Barcelona España.



GERENCIA DEL CONOCIMIENTO COMO ARISTA DE LA INNOVACIÓN PARA SOSTENERSE EN VIGENCIA LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA

Hernán Carrillo Hernández

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

herca65@yahoo.es

Ivonne Gil Osorio

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

ivongil68@gmail.com

RESUMEN

Hoy por hoy la nueva sociedad del conocimiento, a raíz de los procesos de la globalización, es de vital importancia que las instituciones de educación superior implementen en sus proyectos educativos institucionales la gerencia del conocimiento, la innovación, con la aplicación de sus componentes principales; el trabajo en equipo, liderazgo, estructura organizacional flexible, actitudes, mecanismos de aprendizaje, cultura y valores, a su vez el conocimiento es un activo intangible. De igual forma la innovación en las IES, juega un papel importante como factor de creación de nuevos conocimientos para subsistir porque se convierte en un compromiso de las instituciones como herramienta de competitividad. Esta investigación se da desde la perspectiva interpretativa bajo el uso del método hermenéutico en contexto teórico, documental la cual está sustentada por los autores, Nonaka y Takeuchi (1995), Malhostra (2005), Moya (2009), Godin (2008), Carrasco (2009), Albornoz (2009), Larrea (2006), Gros y Lara (2009), Lester y Piore (2004), MEN (2012), entre otros. En ese sentido, las instituciones de educación superior en referencia a la universidad están obligadas promover la gerencia del conocimiento, la innovación, haciendo más funcional la formación académica y fortaleciendo la presencia institucional del sector público, cumpliendo con la normatividad regida por el estado propiciando por ende una sinergia de la academia con los procesos de innovación.

Palabras clave: Gerencia de conocimiento, innovación, instituciones.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en este siglo XXI, el efecto del conocimiento como factor de la economía del conocimiento en las instituciones ha sido renovado a medida que la sociedad del conocimiento como paradigma vigente desde un enfoque estratégico de las organizaciones, siendo el conocimiento un activo intangible que genera valor a la sociedad. En tal sentido que las instituciones de educación superior aprendan a gestionar conocimiento por medio de sus funciones sustantivas, desarrollen e implementen modelos de gestión de conocimiento a su vez la innovación como ejes claves e impulsores de ventajas competitivas.

Este orden de ideas debe existir la gerencia del conocimiento y la innovación para que las universidades pongan a disposición y trabajen en sinergia para innovar, transformar como adoptar procesos productos, tecnologías de acuerdo al mundo cambiante en la que están inmersas. De tal forma es necesario que se incluya la innovación para fortalecer a su vez cumplir con la misión encomendada por la normatividad apropiada por el estado y que permite que las IES, puedan desarrollar sus programas académicos para sostenerse en el mercado.



Subsecuentemente, es fundamental que se reconozca el papel que deben adoptar las instituciones públicas en lo que tiene que ver con la educación superior en Colombia, no solo se deben dedicar a cumplir con funciones económicas sino que puedan ampliar el radio de acción en el campo social, político, cultural, ambiental y hacer un profundo enfoque en el campo investigativo.

Amparado en concepto de (Malhostra, 2005; citado por Carrillo, 2013:341):

La Gestión del Conocimiento contribuye con los aspectos fundamentales de la adaptación, supervivencia y competencia organizacional, frente a los cambios ambientales discontinuos. Que esencialmente incorpora los procesos organizacionales que persiguen la combinación sinérgica de las capacidades tecnológicas de procesamiento de datos e informaciones, y la capacidad creativa e innovadora de los seres humanos. Esto genera un pensamiento muy interesante para las IES, se puedan sostener con vigencia y sostenibilidad en el mercado.

REFERENTES CONCEPTUALES DE LA GERENCIA DEL CONOCIMIENTO

A raíz del fenómeno de la globalización que se viene presentando en el mundo contemporáneo, en lo que respecta a la gerencia del conocimiento en el contexto mundial gira hacia la orientación de la información, generada gracias a los estándares de calidad propiciada por algunas instituciones de educación que hacen uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

En tal sentido, Nonaka y Takeuchi (1995), proponen que la gestión del conocimiento se enfoca de manera crítica en el origen del conocimiento que se origina en la persona como tal y se propicia una relativa importancia a su pertinencia con el entorno o con el ambiente que rodea la generación del mismo, el conocimiento emerge de la siguiente forma: de lo tácito a tácito mediante la adquisición, de tácito a explícito por conversión, de explícito a explícito por creación y de explícito por incorporación.

Por otro lado, Malhostra (2005), refiere que la gestión del conocimiento (KM) es más sobre la aplicación pragmática y reflexiva de cualquier concepto o definición, ya que no está en la definición, pero en la ejecución del mundo real donde las oportunidades y los desafíos. Cualquier definición debe entenderse en el contexto específico de los resultados del desempeño esperado y propuestas de valor que responder a la pregunta "por qué" la relevancia de la gestión del conocimiento (GC).

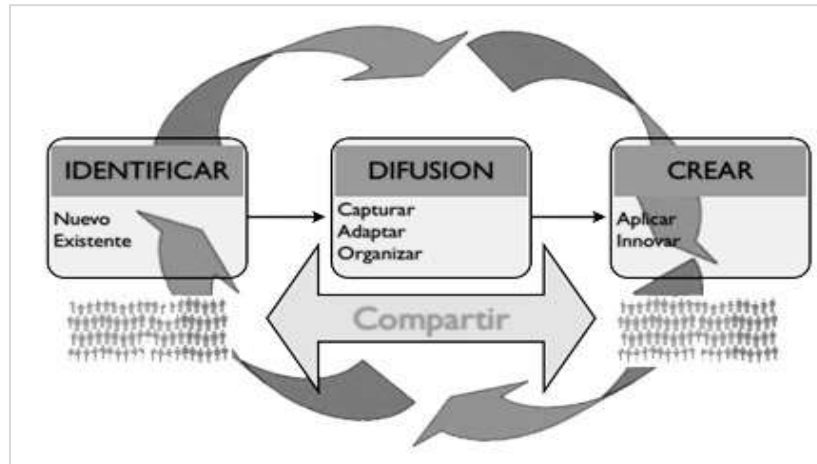
Asimismo, el autor expresa que la Gestión del Conocimiento contribuye con los aspectos fundamentales de la adaptación, supervivencia y competencia organizacional, frente a los cambios ambientales discontinuos. Que esencialmente incorpora los procesos organizacionales que persiguen la combinación sinérgica de las capacidades tecnológicas de procesamiento de datos e informaciones, y la capacidad creativa e innovadora de los seres humanos.

En tal sentido, el conocimiento es el activo más importante de las organizaciones, porque es el único capaz de generar innovación, de ahí la importancia de su gestión. La Gestión del Conocimiento es la forma de aprovechar y potenciar el conocimiento que está en las personas y organizaciones, con el objeto de aprender y compartir buenas prácticas, casos de éxito, experiencias.



De igual forma, la Gestión del Conocimiento dentro de las organizaciones se encarga de: identificar, difundir y crear conocimiento.

Figura 1. La gestión del conocimiento



Fuente: Malhostra (2005)

En ese orden de ideas, para que exista una Gestión del Conocimiento favorable el contexto tiene que ser adecuado, debe estar formado por cuatro componentes principales. En ese mismo sentido, es muy importante entender que la gestión del conocimiento se facilita a través de: trabajo en equipo, liderazgo, estructura organizacional flexible, actitudes, mecanismos de aprendizaje, cultura y valores.

Figura 2. Componentes de la gestión del conocimiento



Fuente: Malhostra (2005)



Por otra parte Moya (2009), la gestión del conocimiento es uno de los principales retos del Management Democrático, es el de generar valor en la organización, por la difícil asociación que se da entre las actividades que tiene que ver en el proceso de generación de valor de la empresa. A lo que le debe añadir, la dificultad de establecer medidores que establezcan valor real de lo aportado por las personas a los resultados de la empresa.

En otras palabras la gestión del conocimiento surge cuando a través de las tecnologías de la información y comunicación, se ofrece una oportunidad de generar valor en el ámbito global de la empresa. Es por ello que el conocimiento es un activo intangible como también factor clave de la producción de muchas organizaciones, aunque estas no lo aprecien, y es muy valorado por las grandes empresas, guarda una estrecha relación con la innovación y la competitividad de la organización cuando actúa en el mercado.

Consecuentemente otro elemento fundamental que ha tenido una importancia vital es el hecho de que las nuevas tecnologías han aportado toda una serie de herramientas y metodologías que permiten hacer muchas cosas relacionadas con el conocimiento que antes no podían llevarse a cabo. En cierta medida, la tecnología ha sido la clave para realizar toda una serie de procesos que ahora pueden automatizarse o estructurarse y que, por lo tanto, permiten gestionar algo más de eso que denomina conocimiento.

LOS MATICES DEL TÉRMINO INNOVACIÓN

Por tal razón, Godin, (2008). Afirma, que el significado de la innovación es evidente y uniforme, la innovación se encuentra reflejada en muchas partes, en bienes, productos y el la tecnología, además en el juego las palabras; la innovación es discutida en la literatura científica y técnica, se ubica en las ciencias sociales como la historia, administración, economía y en la sociología. La innovación se enmarca en una idea central en el mundo imaginario popular los medios y en la política pública. Por lo tanto, la innovación es un estandarte de la sociedad moderna y se ha convertido en la panacea para tomar decisiones en la resolución de problemas.

En términos más específicos, la innovación entraña el propósito de mejorar posición competitiva de las empresas mediante la incorporación de nuevas tecnologías y conocimientos de distinto tipo. (Albornoz, 2009. Citado por álzate, 2013): El proceso de innovación se refiere a en una serie de actividades científicas, tecnológicas, organizacionales, financieras, comerciales; que potencia, transforman las fases productiva y comercial de las empresas, en gran escala, constituyéndose ella, en un motor fundamental de la sociedad del conocimiento, de igual manera funciona como un eslabón de la globalización permitiendo con ello un crecimiento y desarrollo para las comunidades involucradas en el contexto de lo que hoy se le llama innovación.

En ese mismo orden, sus diferentes matices significativos, la innovación comporte la capacidad de asumir los cambios y desarrollar capacidades creativas. Es por ello destacar la importancia de las instituciones de educación superior como instrumento para hacer posible que los individuos de una sociedad y ella misma en su conjunto sean capaces de desplegar y aprovechar su talento. Sin embargo, la carga de significados se torna compleja la reflexión acerca de sus consecuencias para las instituciones educativas en general y para la universidad en particular.



En ese sentido, el núcleo del debate aproxima al nuevo modelo universitario que sería preciso implantar para dar respuesta al desafío de la innovación que viene transcurriendo entre los juicios apodícticos de una suerte de “pensamiento único” portador de nuevos modelos asumidos como verdades transformadoras y una amalgama de opiniones rebeldes a cambios de los últimos tiempos que no se comprende suficientemente.

En tal sentido, la sociedad de hoy, supone que el conocimiento dejó de ser un monopolio de las universidades, promoviendo el crecimiento de las empresas y corporaciones, que han institucionalizado sus departamentos u oficinas de investigación e innovación. Los procesos de conocimiento son abiertos, las universidades se interesan por los problemas del mercado y las empresas por las universidades. Se prevé un mayor efecto en la globalización por la investigación y el desarrollo. La información trasciende, crece la formación de esa manera se genera el conocimiento, que se encuentra en primer plano, mediado por tecnologías que facilitan y transforman la comunicación haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, contando una forma de producir su propio conocimiento.

En este contexto, Larrea (2006). La innovación surge como un elemento de creación de nuevos conocimientos, productos y procesos. Forma parte de la creación del conocimiento y de la subsistencia de las organizaciones. De igual forma la innovación se convierte en «una obligación en la vida de las organizaciones» para subsistir en esta era del conocimiento.

Subsecuentemente la innovación está relacionada con la obtención de nuevos conocimientos y con procesos creativos. Gros y Lara (2009). Considera que es posible considerarla como un rasgo característico de determinadas personas que tienen formas creativas de solucionar problemas o plantear cuestiones diferentes, por lo tanto este enfoque no pretende convertir la innovación y la creatividad en rasgos de personalidad o en componentes de una actividad que involucra únicamente a una parte del personal de una organización. Se considera necesario conceptualizar y gestionar la innovación de forma consciente y planificada para que todos los miembros de la organización se sientan partícipes y puedan aportar conocimientos e ideas.

Sin embargo, el reto actual de las universidades es diferenciarse tanto en la investigación como en la propia oferta formativa. La competencia en el sector tiene mucho que ver con la producción de elementos diferenciadores y esto significa que la innovación va a jugar un papel muy importante en el futuro de las instituciones de educación superior.

Finalmente la innovación no puede ser una práctica aislada. Un proyecto de innovación responde a una necesidad de diferenciación estratégica. La diferenciación es la meta y la innovación es el proceso para conseguirla. Por consiguiente, para que una organización sea innovadora ha de sistematizar y ejecutar de forma consciente como controlada su desarrollo estratégico. Los términos riesgo, confianza, colaboración, diferenciación, sostenibilidad, valor, calidad, son parte indisoluble de la innovación.

MODELOS DE INNOVACIÓN

Lester y Piore (2004). Consideran que los estudios e investigaciones que se han realizado se ha podido determinar que existen algunos modelos de innovación que pueden ser tipificados en el ámbito empresarial y universitario, en ese orden de ideas consideran que se pueden encontrar unas metodologías que permitan profundizar aún más en el proceso de innovación, y



que facilitarían el entendimiento de dichos modelos de una manera concisa, siendo ellas la analítica y la interpretativa.

En ese mismo sentido, resulta muy interesante enfatizar lo recomendado por los autores antes mencionados en lo que tiene que ver con los modelos o enfoques de innovación; El «enfoque analítico» supone que la organización establece la innovación como objetivo a través de la generación de proyectos. Es una innovación orientada a la solución de problemas con una clara definición del inicio y el final del proceso. El «enfoque interpretativo» enfatiza más la importancia de la innovación en el proceso que en el producto. No hay punto de inicio y de final claramente definidos siendo que es muy dinámica. En este enfoque, los fines y los medios no se distinguen de una forma clara y adquiere especial importancia la creación de buenas redes de comunicación que se producen más allá de la propia organización y la conectan con el entorno.

Tabla 1. Cuadro Comparativo de enfoques

Enfoque Analítico	Enfoque Interpretativo
Lo central es el proyecto con un inicio y un final del proceso bien definidos	Lo central es el proceso en el que no hay inicios y finales claramente definidos
La gestión se centra en la consecución de las metas.	La gestión se centra en la dirección del proceso.
Los gestores negocian a través de reuniones el producto final para eliminar ambigüedad.	Los gestores gestionan la ambigüedad a través de reuniones con los diversos participantes.
El diseño se basa en estudios previos sobre los usuarios.	El diseño interpreta lo que los usuarios quieren y crea necesidades.
Los objetivos y los medios están claramente diferenciados.	Los objetivos y los medios no están claramente diferenciados.

Fuente: Lester y Piore (2004).

INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: REFERENTES TEÓRICOS

Tomando como referentes autores que se han destacado por producir teorías que van de la mano con el tema en mención es preciso traer a colación un concepto de mucha importancia que cada vez que se hable o se escriba sobre educación superior vale la pena citarlo, es el caso de Ibáñez (2004), quien considera que la educación superior tiene como objetivo la formación de capacidades y actitudes de los individuos para su integración a la sociedad como seres que sean capaces de regular el estatus quo y a la vez puedan transformar la realidad social en pos de los valores vigentes en un momento histórico determinado. Por tanto, la tarea de la educación superior es “la formación de profesionales competentes; individuos que resuelvan creativamente, es decir, de manera novedosa, eficiente y eficaz, problemas sociales”.

La anterior definición de educación reconoce y acentúa la influencia del contexto del cual se parte; la educación superior constituye la meta de transformación y creatividad para la solución



de problemáticas de índole social de manera más eficiente y eficaz transformando las capacidades y actitudes necesarias en el individuo para el logro de dichos objetivos dentro del mismo contexto se hace referencia a la transformación que debe presentar el individuo como tal al recibir los procesos formativos, que no son más que la cualificación que debe propiciar todo ser humano al tiempo que experimenta nuevos y mejores conocimientos, dicho de otra manera es una forma de adquirir un valor agregado para enfrentar la realidad del mundo cambiante.

En concordancia con lo anterior, la educación superior es un proceso que reconoce el desarrollo de la capacidad crítica, creadora y transformadora de los sujetos, así como la pluralidad de los contextos, los territorios y los saberes, y es portadora de un proyecto académico, político, social y cultural de un país con soberanía, democracia y paz, implementando en ella una serie políticas y estrategias que conlleven a la obtención de los logros propuestos no sin antes sacar a relucir la importancia que cobra la educación en un mundo globalizado.

En tal sentido, MEN (2012). Genero informaciones haciendo basadas en el uso de la educación superior como prenda que garantiza la apropiación, construcción, creación y producción de conocimiento; la formación de sujetos políticos que participen de manera activa en la transformación de la realidad, la cultura y en la solución de las necesidades de la sociedad a través de las funciones misionales de docencia, investigación y proyección social obviamente todo anterior precipita a una encontrar una mejor calidad de vida de los actores fundamentales del proceso de transformación y de sus colaboradores. Las IES tienen el compromiso social de formar a profesionales con competencias para proponer soluciones innovadoras a los problemas que los nuevos tiempos demandan.

En ese mismo orden de ideas, Morín (2001). Afirma que la construcción de nuevos conocimientos, permitirá comprender la realidad compleja tal como se refirió en las definiciones anteriores, en donde se aborda el tema del pensamiento complejo, que cada día se convierte en un tema de mucha valía, en los diferentes contextos donde se desenvuelve el ser humano, de igual manera, se hace referencia a cómo en este mundo obliga a las personas a cambiar de un paradigma de pensamiento clásico, a un pensamiento complejo que se da de manera multidireccional, abierto, y en el que se concibe el todo como irreductible a la descomposición de sus partes; que es más que solo la suma de sus partes, las que no pueden ser tratadas por separado y que se encuentra en un equilibrio dinámico.

En ese sentir, la generación de nuevos pensamientos disciplinares y socioeducativos, la sociedad actual sigue demandando mejores profesionales y desde organismos internacionales como la (UNESCO), se reconoce que la formación que se está llevando a cabo en las IES no permite a los egresados dar respuestas a las situaciones que se presentan en el mundo actual. Es por ello surgen los requerimientos específicos que se traducen en competencias, que deben tener las personas cuando se inserten en el sector productivo. Esa es una de las razones por las que el currículo académico de las IES se transforma hacia un enfoque por competencias, entendidas como la capacidad de resolver problemas utilizando el conocimiento desde cuatro perspectivas: saber, saber hacer, saber ser y saber convivir.

En tal sentido, para que una institución de educación superior se pueda sostener con vigencia en el mercado se hace necesario de una política de innovación que permita el incremento de los participantes en la búsqueda de encontrar los espacios pertinentes que den lugar a que la institución de se haga fuerte y pueda competir en el mercado globalizado del



mundo en que se desenvuelve la gestión del conocimiento e interesante precisar que las IES, han colocado todo su empeño y hasta se proyectan generando nuevos paradigmas de competencias con tal de lograr una posición más estable dentro de la formación profesional.

En suma, el conocimiento no solo se ha expandido a organizaciones externas a la institución universitaria, sino que la misma educación superior se está desarrollando también fuera de ella. Es allí donde las universidades que son unas instituciones creadas para la sociedad, en ellas se pueda hablar de la formación en término de competencias, esta es una manera pragmática y utilitaria de ajustarse a la realidad social, pero también es una forma de trasladar la transmisión del conocimiento por parte del docente, al compromiso del estudiante con el aprendizaje y son ellos los estudiantes y los docentes los encargados de avanzar en quehacer de la generación y transmisión del saber a manera de conocimiento.

Por tal razón, las instituciones de educación superior poseen una misión importante ya que, a pesar de las múltiples presiones sociales, no puede convertirse tan solo en un instrumento al servicio de la economía y al servicio de la demanda sino que debe propender por lograr cumplir con unos estándares de calidad que faciliten la inclusión y la participación en los escenarios de generación y de comunicar el conocimiento. No se puede quedar solo en proporcionar únicamente el saber útil al mercado.

En ese mismo orden de ideas, los docentes deben seguir interesado por la consistencia y creación de nuevos conocimientos, motivados por el deseo, las ganas de salir adelante o por cualquier otro tipo de interés inmediato. Lo que no se puede es cerrarles las oportunidades a los profesores que estén interesados en fomentar en sus estudiantes las competencias que exige la sociedad junto a una competencia académica que suponga una apropiación reflexiva y crítica de lo conocido y un compromiso ético con la sociedad.

Según un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2003) manifiesta que la mayor parte del conocimiento sobre la docencia es un conocimiento tácito que no tiene en cuenta la acumulación del saber ni teórico ni metodológico. La innovación tampoco parece ser un elemento a destacar. Según el mismo informe, no hay prácticamente cooperación entre los profesionales de las instituciones de educación superior en la diseminación de las innovaciones, ya que la mayor parte de la comunicación se centra en los resultados de las investigaciones, es pertinente promover que no solo se verifique la presencia del conocimiento tácito sino que también pueda prevalecer el conocimiento explícito basado en los avances de los procesos investigativos que se adelanta y que no se mire solo el resultado de las mismas.

De igual manera, las Instituciones de Educación Superior, son las encargadas de la educación en los jóvenes, adultos y las características de éstas; están íntimamente relacionadas a la calidad de la formación de sus estudiantes, considerando que la calidad hace referencia a un sistema donde los principales factores son los individuos quienes son capaces de organizarse de forma eficiente para alcanzar las expectativas de la organización educativa por ello, su función está dirigida al desarrollo de la creatividad e innovación en ellas mismas, propiciando un ambiente educativo que además de solucionar problemas sociales actuales junto con los alumnos, también ayuden a preparar mejores profesionistas para el futuro.



CONSIDERACIONES FINALES

Haciendo uso del basamento doctrinal al que hace referencia este documento es de resaltar que en la cotidianidad de toda organización de una u otra manera siempre se está generando algún tipo de conocimiento, sea tácito o explícito, esto demuestra que el conocimiento no es estático sino que por el contrario se encuentra en movimiento constante, de tal manera que se puede relacionar con lo dicho por un genio en algún momento, “lo único constante es el cambio” esta frase fue atribuida a Heráclito, que fue el primero en descubrir los efectos del movimiento.

En ese mismo sentido, las instituciones de educación superior en Colombia generan conocimiento, pero no se pueden quedar solo en el pensar del deber cumplido si pueden ir más allá participando en todos estadios donde les sea posible y se les permita participar, construyendo beneficios a la sociedad que les reconoce la participación de egresar personas calificadas para cumplir con los procesos de generación de conocimiento, facilitar el desempeño en el campo político, social, económico, cultural y ambiental en las organizaciones donde puedan desempeñarse.

En ese orden de ideas, es meritorio resaltarles a las IES, la misión que han construido en pro de la innovación, en los últimos tiempos se notan un tanto preocupado por tener dentro de sus nóminas personal con una alto sentido de responsabilidad y calidad al momento de construir, transferir el conocimiento, siendo la investigación uno de los lunares que provoca e impulsa a seguir jalonando para aumentar el proceso de masificación del conocimiento por las instituciones involucradas.

De igual manera, no es fácil innovar pero con el compromiso perentorio de sostenerse con vigencia en los mercados las incentiva a realizar todo tipo de esfuerzo para lograrlo, dentro del panorama de la misión y visión institucional esto se enmarca una premisa a cumplir para darle satisfacción a los clientes potenciales que demandan el servicio de las instituciones de educación superior.

En ese mismo orden, es muy importante resaltar que las IES en Colombia, son instituciones que cuentan con el apoyo y el cumplimiento de las normas legales, que además poseen el reconocimiento oficial por ser prestadores de un servicio público consistente en educar en el territorio Colombiano y se encuentran amparadas por el artículo 20 de la ley 30 de 1992, además del artículo 213 de la ley 115 de 1994, y que faculta a las IES, para desarrollar los programas académicos.

No obstante lo anterior, hay muchas organizaciones académicas que en los actuales momentos atraviesan situaciones muy precarias en el campo económico que no les ha facilitado el cumplimiento de estipula por la ley, y son entidades del sector público, las IES, del sector privado mitigan el problema de la investigación con los recurso que poseen, para las IES, publicas este es el reto a superar para poder competir en un mercado tan desigual, y en donde estudiar cada día es más difícil por los altos costos que hay que pagar y lo espinoso que es ingresar a las entidades públicas.

En concordancia con lo anunciado anteriormente cabe resaltar que las IES, en Colombia vienen trabajando con muchos esfuerzos sobre todo porque el gobierno no les genera los recursos a tiempo, esto permite cumplir con lo establecido muy a pesar que los encargados de



administrarlas intenten sortear las vicisitudes que el quehacer y el deber ser les imponga para su desarrollo misional.

Finalmente las IES, deben propender por motivar a todos sus actores para que de esa manera el estado pueda observar que la funcionabilidad sería más fácil si contaran con los recursos económicos, físicos y tecnológicos propicios y actos para competir en el mercado y poder de esa manera sostenerse en vigencia generando conocimiento como arista de la innovación, así se facilitara el trasegar en la academia incrementando el número de personas capacitadas para enfrentar una vida profesional que permita la satisfacción de la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A (2013). **Gestión de la innovación en el sector de cafés especiales**. Caso de estudio Asociación de Cultivadores de Apía, Risaralda-Asoapia. Sociedad y Economía On-line version ISSN 1657-6357 Soc. Econ no.25 Cali July/Dec
- Carrillo H. (2013). **Rasgos Éticos de la Gerencia: Posturas Sociales para la construcción de saber**. Gestión del Conocimiento en instituciones públicas del sector salud. Ediciones Astro Data S. A. Pág. 341.
- Guerrero, J. (2003). **Calidad en la educación, organizaciones y ejercicio**.
- Albornoz, M (2009). **Indicadores De Innovación: Las dificultades de un concepto en evolución**. Revista CTS, Nº 13, Vol. 5, Investigador Principal Del CONICET De Argentina. Coordinador De La Red Iberoamericana De Indicadores De Ciencia Y Tecnología (RICYT) Y Del Observatorio Iberoamericano Del Ciencia, Tecnología Y Sociedad.
- Godin, B. (2008) **Innovation: The History Of A Category**, Paper No. 1, Project On The Intellectual History Of Innovation, Montreal, INRS.
- Gros y Lara (2009). **Estrategias de Innovación en la Educación Superior: El Caso De La Universitat Oberta De Catalunya**. Revista Iberoamericana De Educación. Nº 49 (2009), Pp. 223-245. España.
- Guerrero, J. (2003). **Calidad En La Educación, Organizaciones y Ejercicio Profesional**. Revista Alternativas En Psicología.
- Ibáñez, B. C. (2004). **Pedagogía y Psicología Interconductual**. Revista mexicana de Análisis de la conducta, 20, 99-112.
- Larrea, (2006): **El desafío de la innovación**. Barcelona: UOC.
- Lester y Piore, (2004): **Innovation: The Missing Dimension**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Malhostra, Y. (2005) Ph. D, **Toward A Knowledge Ecology For Organizational White-Waters**, Keynote Presentation For Knowledge Ecology Fair 98: Beyond Knowledge Management: A Virtual Event On The Web.



MEN, (2012). **Instituciones de educación Superior**. Ministerio de Educación Nacional Colombia.

Morín, E. (2001). **Introducción Al Pensamiento Complejo**. Barcelona, España: GEDISA.

Moya, J. (2009) **Management Democrático**, Crea Valor Para Tu Organización Edición Electrónica Gratuita. www.Eumed.Net/Libros/2014a/472/

Nonaka, I. Y Takeuchi, H. (1997): **The Knowledge-Creating Company**. Oxford University Press, Nueva York.

Organization for economic co-operation and development (OECD) / Centre for educational research and innovation (CERI) (2003): **New Challenge For Educational Research**. París: OCDE.

Ponce A. (2009). **Fundamentos de la gestión del conocimiento, en Contribuciones a las Ciencias Sociales**, octubre 2009, www.eumed.net/rev/ccss/06/aapa.htm



COMPETENCIAS PSICOLÓGICAS DEL DOCENTE COMO TUTOR EN LÍNEA

Glenys González

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

glenys.gonzalez@urbe.edu

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo diagnosticar las competencias psicológicas del docente como tutor en línea de las universidades privadas de Maracaibo. Esta investigación, permitió determinar que los docentes tutores de estos tiempos deben situarse en el nuevo espacio formativo, demostrado equilibrio emocional, siendo guías y orientadores, asegurándose que los alumnos trabajen y manteniendo la motivación de los mismos. Sustentado con teorías de Touriñan (2010), Fainholc (2005), y Llorente (2006). La población de estudio considerada para esta investigación estuvo conformada por docentes tutores de La Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín y de La Universidad Católica Cecilio Acosta. A quienes se les aplicó una encuesta, tipo cuestionario de escala ordinal, el cuestionario estuvo conformado por 42 ítems. Se utilizó la denominada escala de alternativas como medición de respuestas, por lo que las opciones fueron: (5) Definitivamente Sí, (4) Probablemente Sí, (3) Indeciso, (2) Probablemente no, (1) Definitivamente NO. Los resultados se analizaron utilizando la estadística descriptiva. Como resultado de este estudio se concluye que los docentes diagnosticados, poseen equilibrio emocional, asimismo, estos docentes tutores se aseguran de que los participantes trabajan en su entorno virtual, asumen sus roles de guías y orientadores. Atendiendo a estos excelentes resultados se recomienda establecer vínculos con docentes tutores de otras universidades para intercambiar experiencias con respecto a estas competencias a través de actividades en línea, lo que permitirá seguir potenciándolos.

Palabras clave: Competencias Docentes, Tutor en Línea, Estudios a Distancia

INTRODUCCIÓN

La educación en línea ha evolucionado mucho en las últimas décadas, se aplica en diferentes procesos de formación, especialmente a nivel de estudios universitarios. Actualmente, el docente, como tutor en línea, debe orientar al participante desde el instante que este ingresa a la universidad, hasta que termina sus estudios. En tal sentido, el tutor debe realizar una labor de guía, debe mantener un contacto personalizado de comunicación a través de las herramientas disponibles en sus entornos virtuales de aprendizaje.

Es por ello, que esta investigación tiene como propósito principal analizar las competencias psicológicas de los docentes como tutores en línea pertenecientes a las Universidades Privadas que administran la modalidad de estudios a distancia en Maracaibo. De hecho en ese contexto, se han evidenciado tendencias hacia el fortaleciendo de esa modalidad, según los resultados de un estudio publicado y denominado: Competencias del Docente como Tutor en Línea, se devela la exigencia de un docente tutor que posea un conocimiento cercano a la realidad de sus estudiantes y que además, considere su actualización de manera permanente tal y como lo establecen los criterios de Enríquez y Col (2001).

De igual modo, los cambios requeridos por la educación en línea se alistan hacia el desarrollo de nuevos modelos caracterizados por ser eficaces, así como también, un



desempeño docente basado en la colaboración y en un proceso investigativo, propiciando un liderazgo favorable al contexto de la enseñanza en línea; en otras palabras, debe ser un constante motivador consciente de la importancia de la capacitación y el perfeccionamiento continuo, estos aspectos, deben ser cultura de vida, tanto para él como para sus participantes.

Tratando de profundizar, Urdaneta y Guanipa (2010, p. 89) indican que “la competencia psicológica es la habilidad para cumplir el rol didáctico del docente como una extensión tecnológica que conforma el marco de trabajo teórico práctico para la construcción del saber, mediante las representaciones sociales que trae consigo el participante”. En efecto, facilitará su integración en la acción formativa, o simplemente superará el aislamiento que estos entornos producen en el individuo.

De acuerdo a observaciones realizadas en diferentes entornos virtuales se presumen los siguientes síntomas y causas asociadas a la problemática del docente como tutor en línea: debilidad en las competencias comunicativas, y psicológicas, las cuales pudieran ser generadas al poco conocimiento de estas competencias del docente como tutor en línea; la falta de integración en la acción formativa, pudiendo ser causado por la carencia de acompañamiento del docente como tutor con sus participantes. Otro síntoma presente, es el aislamiento del entorno virtual de aprendizaje, como consecuencia del abandono del mismo. Toda esta situación conlleva a formularse la siguiente inquietud ¿cuáles serían los aspectos necesarios para diagnosticar las competencias psicológicas del docente como tutor en línea?

COMPETENCIAS PSICOLÓGICAS

Las competencias son procesos complejos que ponen en acción, actuación y creación una serie de acciones que manifiesta el ser humano para desempeñarse en cualquier ámbito. Ahora bien, en el estudio previamente citado y siguiendo el criterio de Touriñan (2010, p. 57), “para llevar a cabo la labor docente se debe poseer competencias psicológicas como el equilibrio emocional, la empatía y la autoestima”. Siguiendo en esta misma línea, Cabero (2006) sostiene que el docente como tutor en línea debe poseer las siguientes capacidades psicológicas: facilitar técnicas de trabajo intelectual para el estudio en red; dar recomendaciones públicas y privadas sobre el trabajo; asegurarse de que los alumnos trabajan a un ritmo adecuado; motivar a los estudiantes para el trabajo; informar a los estudiantes sobre su progreso; ser guía y orientador del estudiante.

Lo antes expuesto, conlleva a mencionar que se fijará posición con el autor Cabero (2006), pues, las competencias psicológicas están referidas a las actitudes que debe poseer el docente como tutor en línea para tener en cuenta todos aquellos aspectos socioemocionales que permitan integrar a los estudiantes en el entorno formativo y para crear un ambiente de trabajo positivo.

EQUILIBRIO EMOCIONAL

Al respecto Saavedra (2000), señala que un tutor en línea con equilibrio emocional es una persona que sabe expresar su posición sin agredir cuando sus convicciones están en juego; se atreve a decir no, no se queda callado por miedo a quedar mal; expresa desacuerdos y críticas claramente, pero también las recibe sin enojarse; expresa indignación y enojo cuando está en juego la defensa de los derechos; sabe expresar su aceptación y agrado de manera muy oportuna; elogia y comunica espontáneamente sentimientos positivos que otros le suscitan;



demuestra con gestos sus sentimientos de amistad y afecto; sabe plantear demandas, expresando necesidades sin presionar ni conceder; sostiene sus puntos de vista manifestando sus intereses; pide ayuda si la necesita.

Asimismo, UPMBALL (2009) indica que el equilibrio emocional de un tutor en línea le permite la expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar las ideas y sentimientos y defender los legítimos derechos sin la intención de herir, actuando desde un estado interior de auto confianza, en lugar de la emocionalidad típica de la ansiedad, la culpa o la rabia.

De igual forma, Vaello (2009) expresa que el docente tutor emocionalmente competente, afronta los problemas en mejores condiciones y ayuda a crear un clima positivo sobre el que se puede asentar más confortablemente el proceso aprendizaje. *Los problemas vienen solos, las soluciones hay que crearlas.*

Los planteamientos de estos tres (3) autores permiten confirmar que el equilibrio emocional es una de las capacidades que el docente como tutor en línea debe desarrollar dentro de sus competencias psicológicas, puesto que, por medio de esta capacidad se logra moldear el comportamiento del participante, permitiendo afrontar situaciones de manera adecuada. Cuando el aprendizaje está ligado a una experiencia de orden emocional cobra sentido y trasciende.

ASEGURARSE QUE LOS ALUMNOS TRABAJEN

De acuerdo al criterio de Saavedra (2000), un tutor en línea que se asegura que los estudiantes trabajen es aquel que realiza seguimiento del desempeño y evolución personal y académica, tanto del grupo de participantes como de cada uno de ellos de manera individual; registra en hojas o fichas especialmente diseñadas para ello el seguimiento de los participantes, cuidando la confidencialidad de esta información; esta alerta para detectar e intervenir frente a problemáticas grupales o individuales que pudieron surgir, establece la comunicación y acciones necesarias con sus participantes; realizar las actividades de tutoría grupal.

MOTIVAR A LOS ESTUDIANTES

Con respecto a que el docente como tutor debe motivar a los participantes, Gutiérrez (2007), plantea que consiste en la valoración del trabajo que realizan los participantes, permitiendo dinamizar el compromiso con la tarea. Es un aspecto mediante el cual, cada uno de los integrantes de una Comunidad Virtual de Aprendizaje, logra consolidar su identidad. De igual forma, Domenec (2011), plantea que una forma rápida y efectiva de como motivar a los estudiantes es que lo que transmite el tutor en línea le apasione, para esto el docente tutor debe adorar lo que transmite para poder proyectarlo a sus participantes.

Asimismo Carreras, Castigliones y Valera (sf), expresan que la motivación es lo que induce a una persona a llevar a la práctica una acción. Es decir, estimula la voluntad de aprender. Aquí el papel del tutor en línea es inducir motivos en sus participantes y comportamientos para aplicarlos de manera voluntaria a los trabajos de clase. La motivación no es una técnica o método de enseñanza particular, sino un factor cognitivo presente en todo acto de aprendizaje. Los factores que determinan la motivación en un ambiente de aprendizaje se dan a través de la interacción entre el tutor en línea y el participante.



Como investigadora de esta temática, comparto lo planteado por estos tres autores, confirmando desde mi postura que la motivación es necesaria y efectiva en el proceso de aprendizaje en línea, ya que permite lograr una actitud positiva de los participantes que fomenta la autonomía, la autoestima e incrementa la probabilidad de alcanzar las metas educativas.

SER GUÍA Y ORIENTADOR

Molina D. (2002), define este indicador como orientación educativa, por lo cual, plantea que es un proceso interdisciplinario y transdisciplinario sustentado en los principios de intervención preventiva, desarrollo y atención a la diversidad del participante, donde los docentes tutores asumen la función de facilitar y promover su desarrollo integral convirtiéndose en seres transformadores de sí mismos y de su entorno. Asimismo CEDES (2009), expresa que el tutor en línea debe dar seguimiento al participante en relación con los procesos de aprendizaje con trabajo académico, para detectar dificultades y necesidades especiales a fin de generar las adecuadas soluciones en los oportunos asesoramientos y apoyos.

Según Llorente (2006), el docente tutor debe ofrecer un asesoramiento a los participantes del curso en línea en aspectos relacionados con las diferentes técnicas y estrategias de formación, constituye por parte del tutor un aspecto imprescindible a desarrollar bajo esta función, con el propósito fundamental de guiar y asesorar al participante en el desarrollo de la acción formativa. Para ello propone las siguientes actividades:

- a. Facilitar técnicas de trabajo intelectual para el estudio en red.
- b. Dar recomendaciones públicas y privadas sobre el trabajo y la calidad del mismo.
- c. Asegurarse de que los participantes trabajen a un ritmo adecuado.
- d. Informar a los participantes sobre su progreso en el estudio.

Los tres autores antes citados coinciden en su planteamiento sobre la importancia de la actuación del docente tutor como guía y orientador durante el proceso de aprendizaje en línea. Como autora de esta investigación considero que la guía y orientación asumida por el tutor debe ser un proceso cíclico de acción reflexiva, donde se involucre la aplicación continua de acciones estratégicas para responder a las necesidades, expectativas y motivaciones del participante.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

La investigación es de tipo descriptiva y la población participante la conformaron los docentes tutores en línea de las universidades privadas de Maracaibo. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario, tipo Lickert con cinco alternativas de respuestas, sus opciones fueron: (5) Definitivamente Si, (4) Probablemente Si, (3) Indeciso, (2) Probablemente no, (1) Definitivamente No. Cabe destacar, que el instrumento fue utilizado en el estudio previamente señalado.

RESULTADOS OBTENIDOS

A continuación se presenta el análisis de los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento de recolección de datos, a veintiún (21) docentes tutores de la Universidad



Católica “Cecilio Acosta” y sesentaicuatro (64) docentes tutores de la Universidad Privada “Dr. Rafael Beloso Chacín”, para un total de ochentaicinco (85) docentes tutores diagnosticados.

Cuadro 1. Competencias Psicológicas

Indicadores	Alternativas										Media
	Definitiv. Si		Probable. Si		Indeciso		Probable. No		Definitiv. No		
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	
Equilibrio Emocional	72	84,7	10	11,8	1	1,2	-	-	2	2,4	4,76 (Muy Alto)
Asegurarse de que los alumnos trabajen	59	69,4	18	21,2	5	5,9	1	1,2	2	2,4	4,54 (Muy Alto)
Motivar a los Estudiantes	71	83,5	11	12,9	1	1,2	-	-	2	2,4	4,75 (Muy Alto)
Ser guía y orientador	70	82,4	10	11,8	1	1,2	1	1,2	3	3,5	4,68 (Muy Alto)
Media Aritmética	4,76 (Muy Alto)										

Fuente: González (2014)

Los datos evidenciados en el cuadro 1, precisan que en el indicador equilibrio emocional el 96,5% de los sujetos encuestados, definitivamente y probablemente sí saben expresar su posición sin agredir, actúan desde un estado de autoconfianza y saben pedir ayuda a los participantes si lo necesitan. Mientras que el 2,4% afirmaron que definitivamente no lo hacen, el 1,2% restante defendieron una posición neutral.

En efecto, la media de la escala establecida obtenida por la variable en estudio es de 4,76 la cual se sitúa en la categoría muy alta; es decir, existe coincidencia con el criterio de UPMBALL (2009), quienes indican que el equilibrio emocional de un tutor en línea le permite la expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar las ideas y sentimientos y defender los legítimos derechos sin la intención de herir.

En lo que respeta al indicador asegurarse de que los alumnos trabajen, el 90,6% de los encuestados definitivamente y probablemente sí realizan seguimiento del desempeño académico de los participantes, cuidan de manera confidencial la información manejada en el entorno virtual y están alertas para detectar problemas grupales.

Mientras que el 3,6% sostiene que probablemente no lo hacen y el 5,9% restante tienen una posición neutral que pudiese tender al lado negativo o al lado positivo. En este orden de ideas, se muestra este indicador obtuvo una media de 4,54 ubicada en la categoría muy alta; o lo que es lo mismo, existe concurrencia con el planteamiento de Saavedra (2000), el cual asegura que un tutor en línea que se asegura que los estudiantes trabajen es aquel que realiza seguimiento del desempeño y evolución personal y académica, tanto del grupo de participantes como de cada uno de ellos de manera individual.

En lo relacionado con el indicador motivar a los estudiantes el 96,4% de los sujetos encuestados definitivamente y probablemente sí valoran el trabajo que realizan los participantes, dinamizan en estos e compromiso con la tarea y despiertan el interés por la asignatura. Mientras que el 2,4% aseguran que definitivamente no lo hacen; el 1,2% restante muestran una posición neutral. Con



respecto a la tendencia central este indicador obtuvo una media de 4,75 ubicada en la categoría muy alta, lo cual supone un acercamiento al criterio de Domenec (2011), quien plantea que una forma rápida y efectiva de cómo motivar a los estudiantes es que lo que transmita el tutor en línea le apasione, para esto el docente tutor debe adorar lo que transmite para poder proyectarlo a sus participantes.

Por último, el indicador correspondiente a ser guía y orientador exhibe que el 94,2% de los encuestados definitivamente y probablemente sí dan seguimiento a los participantes en relación con el proceso de aprendizaje, dan recomendaciones sobre la calidad del trabajo realizado por estos y les informa sobre sus progresos. Mientras que el 4,7% manifiestan que probablemente o definitivamente no lo hacen; el 1,2% restante presentan una posición neutral. La tendencia central este indicador obtuvo una media de 4,68 ubicada en la categoría muy alta, indicando un acercamiento a lo esbozado por Llorente (2006), quien asegura que el docente tutor debe ofrecer un asesoramiento a los participantes del curso en línea en aspectos relacionados con las diferentes técnicas y estrategias de formación

En general esta dimensión alcanzo una media de 4.76 ubicándola en una categoría muy alta que refleja que los docentes tutores diagnosticados tienen competencias psicológicas muy altas, estos resultados coinciden con lo que expresa la teoría expuesta por Cabero (2006), quien indica que el docente como tutor en línea debe poseer las siguientes competencias psicológicas: equilibrio emocional, facilitar técnicas de trabajo intelectual para el estudio en red; dar recomendaciones públicas y privadas sobre el trabajo.

Por otra parte, el autor señala que los docentes en la modalidad de estudios en línea le permitirá tener en cuenta todos aquellos aspectos socioemocionales que conlleve a la integración de los participantes en el entorno formativo creando un ambiente de trabajo positivo, así como asegurarse que los alumnos trabajan a un ritmo adecuado; motivándolos para el trabajo; informándolos sobre su progreso; además de ser guía y orientador de los mismos.

CONCLUSIONES

Sobre la base de los resultados obtenidos, se presentan las conclusiones las cuales dan respuesta al objetivo planteado en este estudio. Ciertamente, se afirma que al diagnosticar las competencias psicológicas de los docentes como tutores en línea de las universidades privadas de Maracaibo, se pudo corroborar la existencia de indicios relacionados con un muy alto equilibrio emocional; de igual modo, se aseguran de que los participantes trabajan, son motivadores con sus participantes, y se exhiben como guías al igual que orientadores del proceso de enseñanza en línea.

En este sentido, se recomienda continuar fortaleciendo el desarrollo de las competencias psicológicas de la población objeto de estudio, a bien de conformar redes donde se gestionen un perfil de competencias que las incluya lo cual privilegia una educación bajo la modalidad de educación a distancia contextualizada y pertinente con la realidad de los participantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabero, J. (2006). **Bases pedagógicas del e-learning**. Revista de Universidad y sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 3, nº1. UOC.



- CEDES (2009). **Programa de acción Tutorial en Línea**. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Carreras, Castigliones y Valera (sf). **Programa de Enriquecimiento Motivacional Mentor PEM**. Técnicas Motivacionales para Alumnos y Profesores.
- Domenech (2011). Como motivar a los Estudiantes. Revista Digital. Como motivar a los estudiantes. Disponible en: <http://revista-digital.verdadera-seducion.com/como-motivar-a-los-estudiantes/> [Consultado en noviembre 2012].
- Enríquez A. y otros (2001). **Diagnóstico de la Educación Superior a Distancia en México**. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación superior (ANUIES). México.
- González, G. (2014). **Competencias del Docente como Tutor en Línea**. REDHECS, Edición 17 año 9, abril-septiembre 2014. Disponible: http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/viewArticle/2621/4_06 [Consultado en septiembre 2014]
- Gutiérrez (2007). **Conformación de una comunidad virtual de aprendizaje, a partir de un proceso de formación de maestros universitarios** <http://www.um.es/ead/red/18/>.
- Llorente, M. (2006) **El tutor en E-learning: aspectos a tener en cuenta**. Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Disponible en: <http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec20/llorente.pdf>. [Consultado en noviembre 2012].
- Molina Contrera S, D. L. (2002). **Concepto de orientación educativa: Diversidad y aproximación**. Consultado en: Revista Iberoamericana de Educación. España.
- Saavedra (2000). **El tutor: sus roles y funciones**. Disponible en: <http://www.emagister.com/curso-tutoria-educativa/tutor-sus-roles-funciones> [Consultado en octubre 2012].
- Solari y Monge (2004). **Un Desafío Hacia el Futuro: Educación a Distancia, Nuevas Tecnologías y Docencia Universitaria**. República Argentina. Disponible http://www.ateneonline.net/datos/96_03_Birri_Roberto.pdf[Consultado marzo 2012].
- Touriñan L. José M. (2010). **Artes y Evaluación**. Fundamentos de Pedagogía Mesoaxiológica.
- UPMBALL (2009). **Dirigiendo Personas (Habilidades directivas)**. Disponible en: <http://www.centrem.es/ecomu/upfiles/publicacions/publica10.pdf> [Consultado en octubre 2012].
- Urdaneta, M. y Guanipa, M. (2010). **Perfil de Competencias del Docente como tutor en Línea para la Educación a Distancia**.
- Vaello (2009). **El profesor emocionalmente competente**. Disponible en: <http://conscienciastj.wordpress.com/2010/04/16/el-profesor-emocionalmente-competente/> Edit. Graó. [Consultado en octubre 2012].



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO FACTOR INTEGRADOR DE LAS INVESTIGACIONES EN LAS ORGANIZACIONES UNIVERSITARIAS

Jhon Muñiz Rodríguez
Universidad de la Guajira
jmuniz@uniguajira.edu.co

Darlis Carrillo Ríos
Universidad De la Guajira

Charles Aguilar Medina
Universidad De la Guajira

RESUMEN

Este artículo tuvo como propósito analizar gestión del conocimiento factor integrador de las investigaciones en las organizaciones universitarias, sustentándose en las teorías de Donadello (2010), Pedraja, Rodríguez y Rodríguez (2008), Munevar (1999), entre otros. Metodológicamente la investigación fue analítica y descriptiva, recurriéndose a la técnica bibliográfica revisando textos e información electrónica. En conclusión, la gestión del conocimiento factor integrador de las investigaciones en las organizaciones universitaria, resulta un patrón de interacción con la difusión de ideas creativas e innovadoras incorporados en el entorno institucional convirtiéndose en un medio influyente e importante para el desarrollo intelectual del hombre, pero también de su gente, por tanto debe verse como una herramienta de apoyo para el proceso de aprendizaje, al igual de gestión de procesos de trabajo, conllevado al personal a disponer de nuevas tendencias sobre los avances en tecnología, a fin de enfrentar los retos del mundo global, para que de esta manera pueda gestionar el conocimiento sobre la base de la formación en el campo académico, investigativo y extensionista.

Palabras clave: Gestión del conocimiento, investigaciones y organizaciones universitarias.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los términos como gestión del conocimiento aunado a la investigación, se han convertido en un centro de interés importante en los escenarios de las organizaciones universitarias a escala mundial, focalizando la difusión de información mediante de ideas creativas e innovadores como aporte al campo de un estudio determinado, conllevando su presentación y divulgación ante publicaciones académicas, a fin de dar a conocer su practicidad en las diversas áreas del saber.

Si bien es cierto, alrededor del tema de gestión del conocimiento se hace notar el interés de su aplicabilidad en las organizaciones universitarias tanto nacional como internacional, por lo que resulta esencial asociarse a procesos de trabajos académicos, investigativos y extensión, para estudiar aspectos inherentes al tema con apoyo de la tecnología de la información, la comunicación y el software, es decir el mundo de la información en general.

Por tanto, la aplicabilidad de la gestión del conocimiento en organizaciones universitarias como parte de sus base investigativa va más allá de un interés de resultados satisfactorio para indagar sobre una situación o idea en particular, por cuanto esta se involucran en proyectos que



tratan de capturar y crear nuevos conocimientos para dar respuesta a las necesidades o problemas asociados a la gestión de los negocios, en tal caso no es otorgar respuestas solo a las debilidades internas como parte de su excelencia organizacional sino también en el campo externo, bajo el sentido de compromiso compartido con los grupos de interés vinculantes al escenario de negocio .

Por tanto, cabe señalar que desde siempre en las organizaciones universitarias se ha incorporado este término de gestión del conocimiento ante un campo referencial y distinción tanto en su aplicación como adaptación a nuevas tendencias de abordar las realidades u hechos del entorno donde se desenvuelve el hombre para ser inserto en el mundo de los negocios, posterior a la formación académica, ganado espacio de exposición de ideas creativas y novedosas durante la ejecución y desarrollo de los procesos académicos , investigativos y extensionistas , en los cuales las habilidades y competencias innatas y adquiridas , representa el punto de partida durante el quehacer del día a día.

De allí que se destaque que, a la enseñanza moderna se le podría atribuir no solo la idea de transmitir conocimiento, sino también formar persona con habilidades creadora, innovadoras que pueda potenciar sus ideas, partiendo de la orientación mediante la utilización de diversos medios y estrategias de enseñanza aprendizaje, siendo el empleo la gestión del conocimiento un factor de integración para generar aportes de excelencia en el desarrollo del hombre ante su formación integral. Sobre este particular, este artículo se vincula al análisis la gestión del conocimiento como factor integrador de la investigación en las organizaciones universitarias.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO FACTOR INTEGRADOR DE LAS INVESTIGACIONES EN LAS ORGANIZACIONES UNIVERSITARIAS

Desde el inicio de la civilización las personas se agrupan para conseguir un fin y satisfacer sus necesidades, de esta forma se crearon las organizaciones, las cuales fueron evolucionando con metas futuristas, visión, misión y expansión con el fin de generar, no solo producción sino también estabilidad en un mercado que a medida de los años se ha vuelto competitivo y cambiante.

En virtud de ello se explica que un elemento innegable en las organizaciones universitarias, es la gestión del conocimiento en cuanto a sus investigaciones, ya que la difusión de información es indispensable para lograr objetivos en conjunto, por tales razones se ha hecho notable en los últimos años como una herramienta de transmisión de ideas desde el comportamiento humano, pudiendo con ello transformas los cambios internos y externos que se generan en las organizaciones universitarias.

Las organizaciones universitarias están dirigidas a producir saberes y enseñanzas ante la formación de hombres de la sociedad, donde el fin real se encuentra enfocado hacia la creación de un beneficio común. De esta forma, se explica el conocimiento está considerado como la fluida mezcla estructurada de experiencia, habilidades, valores, información contextualizada en competencias que proporciona un marco de trabajo para evaluar e incorporar nuevas experiencias e información, lo cual presupone que el conocimiento debería tener un carácter formal.

Es preciso señalar que el conocimiento informal siempre ha existido, sin embargo la formalización de la gestión del conocimiento permite alcanzar una mejor integración entre los



saberes del hombre, dispuesto desde la comunicación en las organizaciones universitarias y su entorno, detectando oportunamente sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para tomar las acciones correctivas y mantener sus ventajas competitivas. De esta forma, una gestión del conocimiento consciente y acorde al entorno laboral, proporciona favorablemente el valor de los activos intangibles de la organización y su entorno.

En la actualidad, la gestión del conocimiento en las organizaciones universitarias tanto pública como privadas, hacen que ellas establezcan acciones estratégicas orientadas a la definición de objetivos medibles y alcanzables, además de la identificación de los recursos necesarios para el desarrollo de planes académicos, investigativos y extensionistas, sin excluir los operativos formulados desde la gestión administrativa. En líneas generales, involucrando las distintas áreas funcionales integrantes de la estructura organizacional por el que se muestra la excelencia en la gestión universitaria.

Por lo tanto, la gestión del conocimiento en la gestión universitaria deben emplear acciones como medios capaces de dar un valor agregado a la vanguardia de las exigencias del entorno, es decir que estas se han visto en la necesidad de adaptarse a los estándares enmarcados en la globalización de los mercados, entre ellos el auge tecnológico e indicadores de sustentabilidad pues bien la práctica oportuna de estrategias y técnicas de negocio, le han permitido mantenerse estable con el apoyo de los sistemas de información tanto administrativos como operativos que intervienen en la gestión efectiva de sus procesos de trabajo.

Para Gámiz (2009) los estudiantes en España aproximadamente el 71% siempre o casi siempre tienen una relación frecuente con la tecnología, mientras que el resto del porcentaje está entre los valores a veces, casi nunca y nunca. Estas dos últimas opciones solo representan el 4,2% (este último resultado ubica a estos estudiantes en un rango tecnófobo). Dentro de su estudio la autora describe que alrededor del 98% utiliza las tecnologías de información y comunicación para: consultar investigaciones, comunicarse y para relacionarse con sus semejantes.

En virtud de lo expuesto, se explica que en la actualidad se está viviendo una época de transformaciones y cambios consustanciales a gestionar los negocios, sin exclusión de las organizaciones universitarias, por cuanto el apresurado cambio tecnológico por el cual atraviesa el mundo exige la adaptabilidad hacia una cultura tecnológica y un desarrollo en las habilidades, capacidades de los individuos que integran la sociedad para afrontar con éxito las innovaciones; por tal motivo se necesitan una gestión del conocimiento acorde con el entorno donde se desarrollan, teniendo en cuenta que las organizaciones universitarias de hoy en día se constituyen en el pilar fundamental pero a su vez esencial en el aporte del desarrollo económico de los países, sin la existencia de ellas sería imposible el avance, el progreso de la humanidad.

Prendes (2010, citado de Tello, 2003) define la competencia tecnológica como un cúmulo de capacidades adquiridas en esta área que le permiten al individuo relacionarse con un ordenador de tal manera, que sea capaz de identificar las partes del mismo, cubrir objetivos principales, académicos y profesionales, a través de la utilización de software específicos para gestionar la información, comunicación y resolución de problemas. El autor mencionado señala que existen otros términos que poseen afinidad con la competencia informática como lo son: aprender sobre los ordenadores, familiarizarse con el ordenador, segunda alfabetización y alfabetización informática.



Por lo tanto, la adaptación de las organizaciones universitarias conlleva a plantearse nuevos esquemas de trabajo asociados al uso de tecnologías de punta, como marco referencia en la difusión de conocimiento creativo e innovador. Por tanto, el conocimiento, tal como se entiende hoy día, es un recurso que no sólo permite interpretar el entorno, sino ofrece la posibilidad de aportar desde su inventiva ideas para actuar en diversos contextos desde la participación en representaciones a distancias ilimitables.

Donadello (2010) afirma que la gestión del conocimiento es todo el conjunto de actividades realizadas con el fin de utilizar, compartir y desarrollar los conocimientos de una organización y de los individuos que en ella trabajan, encaminándolos a la mejor consecución de sus objetivos; es pertinente admitir, que cuando un individuo encuentra la practicidad de una información se está en presencia de la gestión del conocimiento, permitiendo con ello el fortalecimiento de un aprendizaje significativo.

En este sentido, se podría establecer que la gestión del conocimiento es un recurso existente en las personas, objetos físicos o no que emplean, pero también en las organizaciones universitarias a las que están adscritos, mediante los procesos de trabajos a cumplir como parte de sus roles laborales. En tanto vale acotar, que la gestión del conocimiento, promueve tanto la optimización como la utilización de este recurso mediante la creación de condiciones necesarias para que los flujos de conocimiento circulen mejor en un proceso de investigación.

Desde esta perspectiva, se le atribuye el uso del conocimiento en el campo universitario, en los cuales debe verse como un principio rector de éxitos, resultando vital crear, gestar y compartir conocimientos actualizados desde quienes orientan la formación de hombres , es decir el cuerpo profesoral empleando la comunicación efectiva, bajo un proceso de enseñanza-aprendizaje constante dinámicos, interesante y especialmente acorde a las exigencias de los tiempos actuales para alcanzar los objetivos planificados.

Pedraja, Rodríguez y Rodríguez (2008) refieren que la gestión del conocimiento es un proceso controlado con una finalidad establecida, basada en una estructura donde se desarrollan tres etapas que son: crear conocimiento, compartir conocimiento y aplicar conocimiento para llegar al cumplimiento de los objetivos trazados.

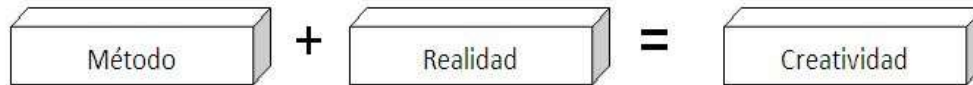
Todo esto en virtud de hacer más eficaz el proceso investigativo en cualquiera de sus fases, de esta manera se incorporan al mundo cotidiano valores de compromiso o de la responsabilidad social que se integran de una forma natural en la estrategia, la cultura investigativa y sus gestión del conocimiento, tratando de contribuir a la mejora del entorno no solo en la base académica , sino por igual investigativa y extensionista , aunado al valor social, medioambiental y por ende, al interés de las personas.

ROL DEL DOCENTE EN EL PROCESO DE LAS INVESTIGACIONES

Según Munevar (1999), la perspectiva de la investigación como base de la práctica profesional del maestro, tiene su base en la propuesta constructivista del aprendizaje, donde el mundo conceptual no solamente pueda pensarse desde el mundo perceptivo; la construcción no puede ser apego a un determinado modelo referencial, la investigación es la búsqueda permanente en la educación método-realidad, en un mundo de producción del conocimiento



que más allá de las precisiones formales, de las etapas preconcebidas, permite la creatividad pedagógica.



El docente, antes de que mediador del aprendizaje, deba ser concebido como un orientador que basado en un principio de autonomía haga posible la formación de un alumno crítico. Por consiguiente, el docente investigador, cuando se incorpora al proceso educativo bajo esta perspectiva lleva una serie de preceptos, teorías y conocimientos que servirán de base o sustentación para realizar el análisis reflexivo sobre la realidad y los elementos que influyen en ella, entonces esta reflexión sobre la realidad generara modificaciones o afianzamiento en la estructura cognoscitiva que trae el investigador, permitiendo producir nuevos conocimientos, a través de la comprensión y análisis de la interrelación de factores involucrados en el proceso educativo.

No obstante, los que se pueden mencionar en el ámbito de estructura y funcionamiento interno, la participación activa, la dinámica interior, la cohesión, el sentido de pertenencia que pueda poseer como grupo colectivo educativo, es por todos sabido la crisis económica se encuentra inmerso como parte de una crisis mundial. Sin embargo, se sigue sosteniendo la tesis de que la ciencia, la tecnología y la innovación son actividades estratégicas para el desarrollo de un país.

Este supuesto surge del convencimiento y la evidencia de naciones desarrolladas que han invertido en el desarrollo científico y tecnológico desde hace tiempo y de manera constante, estas naciones señalan que la producción de conocimiento científico de frontera les ha permitido resolver problemas y generar trabajo satisfactorio. En virtud de los aspectos expuesto, se explica que cada nación es porta voz de sus avance desde la ciencia y la tecnología como palanca tanto de su desarrollo como progreso, argumentando el fomento del desarrollo científico mediante la innovación y la competitividad con base en el conocimiento científico, donde los diferentes actores conjugan la práctica de competencias, habilidades, esfuerzos que se definen, desde el compromiso en este propósito.

RESPONSABILIDAD SOCIAL RETO DE LAS INVESTIGACIONES GENERADAS EN LAS ORGANIZACIONES UNIVERSITARIAS

Las organizaciones universitarias tienen como misión generar y difundir conocimientos, este es su cometido fundamental, consagrado desde su origen, al hacerlo contribuyen con el desarrollo de la sociedad en aspectos esenciales como complejos, por medio de ellas las comunidades universitarias puede dotarse del conocimiento, asimismo de competencias para abordar desde tareas sociales, económicas hasta científicas, lo que permite promover compromisos con el logro de los objetivos del milenio, sustentándose desde un compromiso compartido con la responsabilidad social.

De acuerdo a Gibson, Ivancevich y Donnelly (2001) manifiestan que la responsabilidad social integra tres componentes: obligación, reacción y sensibilidad social; donde la primera se refiere al cumplimiento de límites legales con el Estado y la sociedad, la segunda concerniente a la



reacción social corresponde a las normas sociales, mientras la tercera consisten la sensibilidad social, es el aspecto anticipador y preventivo de las acciones contra la moral común.

En este sentido, las universidades tienen como propósito académico contribuir con el desarrollo de programas eficaces en la formación de hombres de la sociedad, pero también del personal docente, administrativos, así como las demás áreas operativas de la institución, del mismo modo, cumple con un objetivo fundamental como es la investigación, y renovación de planes de estudios, además, se incorporan los valores del desarrollo sostenible y sustentable, promueve la reducción de la injusticia, de la desigualdad, el terrorismo, la delincuencia, asimismo estimula la inclusión de las mujeres en la ciencia y tecnología, estableciendo de esta manera metas compatibles con el comportamiento de responsabilidad social, que deben asumir.

Sobre este particular, se destaca que las organizaciones universitarias llevan implícitas y explícitamente la gestión de la responsabilidad social, las cuales no solo agregan valor desde la comunidad universitaria interna sino externa bajo la interrelación con sus grupos de interés, donde en conjunto construyen el bienestar de todos, permitiendo con ello gestar un valor compartido con sentido de pertenencia, compromiso y lealtad de quienes son partícipes de las actividades académicas, investigación, extensión y administrativas.

Entonces, la responsabilidad social, no solo es un patrón voluntario entre la gente como parte de los grupos de interés interno y externo, sino que representa una estrategia para el modelo de construcción de bienestar colectivo, el cual implica a las universidades a visualizarlas desde la óptica de su compromiso por construir ciudadanía, abordando la reflexión desde las coordenadas de la ética, tratando de asentar las bases sobre las condiciones que exige las categorías puestas al servicio de la justicia social, ofreciendo orientaciones sobre las condiciones requeridas para el reconocimiento del liderazgo de las mismas, en América Latina y el Caribe como una institución de Educación Superior, responsable como agente de transformación de la sociedad.

En referencia, De la Cuesta (2010), expone, la responsabilidad social de las universidades, tras una reflexión acerca de los cambios en el entorno socioeconómico, cultural, político, y los consiguientes riesgos, desafíos que han de afrontar, perfilan las líneas maestra de un esquema avanzado e integrado. Por otra parte, Guedez (2006) plantea que la responsabilidad social se refiere al impacto de las acciones organizacionales en sus grupos de interés, es el ejercicio ético

Tomando en cuenta, al personal que labora en las diferentes áreas de las instituciones universitarias, estos necesitan estar identificados con el cargo ocupado, así como con sus funciones a desempeñar, promocionando su sentido de pertenencia a la investigación en dicha organización; también, deben fundamentar sus necesidades determinantes bien sea en los intereses o deseos del trabajador, desde los aspectos derivados del propio trabajo o el grado en el cual se consiguen determinados resultados o beneficios, lo cual puede afectar tanto la salud física, como el bienestar psicológico personal o colectivo.

También en la República Bolivariana de Venezuela, para el sector laboral de las organizaciones universitarias, en cuanto a la responsabilidad social, se promociona la equidad; además de la democratización, se reconoce el papel relevante de parte de los trabajadores, por representar un sujeto de excepción por el doble propósito que pueden involucrarse, tanto en su



esfera individual como en las oportunidades y opciones a desarrollarse para su realización personal, como en su dimensión social.

De igual manera, el personal de las universidades en cuestión, ocasionalmente puede verse desorientado y obstaculizado en sus gestiones, eso podría deberse a consecuencia del exceso de trabajo, poco incentivo, entre otros aspectos. Igualmente, el personal presenta valores, formas de pensar los cuales deben compartir con el resto de los miembros de la organización quienes intentan aplicar diversos impulsos, necesidades, deseos, induciéndolos a provocar una reacción de satisfacción o insatisfacción dependiendo de las opciones y perspectivas de recompensas ofrecidas por la institución.

METODOLOGÍA

El presente artículo, se apoyó en la consulta metodológica de textos según la caracterización del estudio, connotándose como una investigación descriptiva Méndez (2006) y Hernández, Fernández y Baptista (2010). Por otra parte partiendo de la disposición de la situación estudiada se interpretó como una investigación analítica, Hurtado (2007). De igual modo, se destaca de acuerdo a su propósito como documental Arias (2006), en líneas generales, se llevó a cabo la búsqueda de información en textos y material electrónico para cumplir con el objetivo del estudio.

CONCLUSIONES

La gestión del conocimiento entonces debela la practicidad desde una variedad de formas, donde a partir de una situación dada facilita el aporte de ideas o bien llevarla a cabo a fin de solventarla, por tanto se traduce que el conocimiento como un valor intangible complejo, interrelacionado y dependientes del objetivo, que se desea alcanzar. En términos generales, se debe tratar que esté representa la captura de ideas, y pueda ser comprendido por todas las personas de la organización universitaria, que vayan a proporcionarlo y procesarlo, por ello pueda ser fácilmente modificado, para ser utilizado en diversas situaciones aun cuando no sea totalmente exacto o completo.

En tanto se infiere, que en las organizaciones universitarias la gestión del conocimiento se convierte en una patrón de gestión no solo desde la base académica, extensión sino también d investigación como proceso sistemático e interactivo hacia la búsqueda, organización y presentación de información obtenida sobre un tema particular donde las personas muestran sus capacidades en un área específica. Ciertamente la gestión del conocimiento, facilita la orientación de ideas creativas e innovadoras, a fin de exponerlas como parte de un proceso investigativo donde se ve favorecida la productividad en los espacios de trabajo donde se desenvuelve.

Es preciso señalar que también tiene gran importancia la gestión del conocimiento en su parte de investigación para estas organizaciones dando grandes resultados en la responsabilidad social que estas los atañe frente a los nuevos retos de la sociedad, este conocimiento se explica en líneas generales que es todo lo que se tiene, el cual contribuye a interpretar el entorno y, como consecuencia el actuar en el a través de la disertación sobre sus necesidades o problemas acuciantes dando consigo respuestas favorables para la construcción de tejido social sostenible.



Es importante entender el conocimiento no se refiere sólo a ese término vinculante que te permite interpretar o saber, acerca de una situación para discernir en él, sino tiende a la posibilidad de actuar, siendo este particular el valor agregado que desean promover las organizaciones universitarias cuando se dedican a la gestión del conocimiento, trascender desde las ideas y aportes generados mediante las capacidades, habilidades y competencias de su gente, pero también de los hombres en formación profesional, a fin de dar respuestas a sus procesos de trabajo pero a su vez forjar mecanismos novedosos y creativos basados en sus realidades de trabajo a los que se enfrenta y ha de intervenir de modo presente y futuro ante el entorno donde se desempeña habrá de cumplir su rol de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F (2006) **El proyecto de investigación**. Introducción de la metodología científica. Venezuela. Editorial Epítome. Quinta edición.
- De La Cuesta, (2010), **Responsabilidad Social Universitaria**. Ediciones Netbiblo. España.
- Donadello, B. (2010). **El Director en los Centros de Educación Primaria: Gestión del Conocimiento, gestión de competencias, liderazgo e impacto en la calidad educativa de centros. Estudio de caso de CRA**. Universidad de Zaragoza. España.
- Gámiz, V. (2009). **Entornos Virtuales para la Formación práctica de estudiantes de educación: Implementación, Experimentación y Evaluación de la plataforma AULA WEB**. Universidad de Granada. España.
- Gibson James, Ivancevich John y Donnelly, James (2001) **Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura, Procesos**. México. Editorial Mc Graw-Hill. Décima edición
- Guédez, Víctor (2006) **Ética práctica de la Responsabilidad Social Empresarial**. Editorial Planeta Venezolana. Venezuela.
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista; M (2010) **Metodología de la Investigación**. México. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A. Quinta Edición
- Hurtado, J (2007) **Metodología de la Investigación**. Venezuela. Fundación Sypal. Editorial Magisterio
- Méndez, C (2006) **Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. Editorial Limusa. Cuarta Edición, Colombia.
- Munevar Molina, Raúl (1999), **La Investigación, Pedagogía y formación del docente**, Universidad del Norte de Santo Tomás de Aquino Tucumán. Argentina.
- Pedraja, L; Rodríguez, E; y Rodríguez, J. (2008). **La gestión del conocimiento y la eficacia organizativa en las pequeñas y medianas empresas**. Redalyc. Vol. 14. (pp. 495-506).
- Prendes, María. (2010). **Competencias TIC para la Docencia en la Universidad Pública Española: Indicadores y Propuestas para la Definición de Buenas Prácticas**. Universidad de Murcia. España.



TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN DE LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO DEL ESTADO ZULIA

Joselyn Morán Quintero
Universidad del Zulia
joselynmoran@gmail.com

María Alejandra Ferrer
Universidad del Zulia
maferrer99@yahoo.com

RESUMEN

Para satisfacer las necesidades de información tanto de usuarios internos como externos, los sistemas de información de los almacenes generales de depósito se apoyan en tecnologías de información para obtener y ofrecer respuestas rápidas y de calidad, soportar la toma de decisiones y ofrecer soluciones a los problemas. Con base en lo anterior, el objetivo de este trabajo es caracterizar las tecnologías de información utilizadas por los almacenes generales de depósito ubicados en las zonas aduaneras del municipio San Francisco del estado Zulia (Venezuela). La investigación es de tipo descriptiva, con diseño no experimental, transeccional y de campo; sustentada en los aportes teóricos de O'Brien y Marakas (2006), Daft y Marcic (2006), Kendall y Kendall (2005), entre otros. Fue aplicado un cuestionario auto-administrado al personal directivo de tres almacenes generales de depósito. Los resultados evidencian que las empresas del sector se apoyan en diversas tecnologías de hardware, software, redes de telecomunicaciones y administración de recursos de datos. Se concluye que las tecnologías de información constituyen una herramienta versátil capaz de generar beneficios tanto operativos como financieros para los almacenes generales de depósito.

Palabras clave: Tecnologías de información, sistemas de información, almacenes generales de depósito

INTRODUCCIÓN

Las telecomunicaciones y demás recursos informáticos día tras día aportan diversos beneficios para los distintos usuarios a nivel mundial. Desde la perspectiva corporativa, apoya el crecimiento de los negocios y ofrece información útil para la toma de decisiones por parte de gerentes y directivos. Ella es la base de los sistemas de control necesarios para la mejora de la gestión empresarial con el propósito de lograr los objetivos financieros.

Independientemente de la actividad (industrial, comercial o servicios) llevada a cabo por una organización, todas ellas demandan herramientas para recopilar y transformar los datos en el menor tiempo posible y con el mínimo de esfuerzo para generar información veraz que facilite el proceso de decisiones y por ende para el control de gestión.

Las empresas de servicios, como es el caso de los almacenes generales de depósito ubicados en el estado Zulia (Venezuela), requieren del manejo de información, no sólo de carácter interno sino también información específica para entes externos. Estas entidades son auxiliares del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), y están obligadas a generar información respecto a las entradas y salidas de las mercancías



almacenadas bajo el régimen de importación y exportación. Asimismo, los almacenes están obligados por las leyes de aduana venezolanas a informar sobre las mercancías que están en estado de abandono.

Por otra parte, estas empresas también deben proporcionar información diaria para otros entes, como lo es Bolivariana de Aeropuertos, S.A. (BAER), organismo encargado de velar por el cumplimiento de las Regulaciones Aeronáuticas Venezolanas (RAV) en materia de seguridad. Para dar respuesta a las necesidades descritas, estas organizaciones requieren tecnologías que combinen equipos, programas de cómputo y recursos humanos para dar apoyo a las necesidades organizacionales de información y comunicación. Por ello, es de principal interés describir las tecnologías de información utilizados por este grupo de empresas para satisfacer necesidades de información.

Cabe agregar que toda organización exitosa se ha concientizado de los beneficios en el uso de las Tecnologías de Información (TI) como herramienta generadora de ventajas competitivas. Mediante los Sistemas de Información (SI) las empresas procesan datos en diferentes equipos y programas que resultan de las transacciones rutinarias de la actividad empresarial, el cual proporciona información y apoyo para la toma de decisiones.

Con el uso de TI, las organizaciones tienen acceso rápido a la información y por ende mejora en la atención de los usuarios, generación de informes e indicadores para medir su gestión así como el control de la misma, aprovechamiento de los recursos (tiempo y dinero), al evitar pérdidas de tiempo recopilando información física almacenada en bases de datos, mejorando así los niveles de productividad del talento humano al reducir los tiempos en la ejecución de sus tareas cotidianas. Por lo antes expuesto, esta investigación se centra en caracterizar las tecnologías de información utilizadas por los almacenes generales de depósito del estado Zulia, como herramienta para el control de gestión sobre resultados y desviaciones de modo que facilite la planificación, la supervisión y la toma de decisiones oportuna.

ENFOQUE METODOLÓGICO

Desde el punto de vista metodológico, la investigación es de tipo descriptiva, de diseño no experimental, de campo y transeccional. La población se determinó con base en la información suministrada por la Aduana Principal de Maracaibo. Así, en el municipio San Francisco del estado Zulia para el año 2014 se encontraban registrados, actualizados y en operación cuatro (4) almacenes generales de depósito. La muestra estuvo conformada por los tres (3) almacenes con permiso básico para guardar mercancías.

Para la obtención de los datos empíricos se acudió a la aplicación de un cuestionario auto-administrado durante el período abril-mayo 2014. Para determinar la validez del contenido, dicho instrumento fue sometido al juicio de tres (3) expertos en el área de tecnología y sistemas de información y metodología de la investigación. La confiabilidad del instrumento se determinó a través del Alfa de Cronbach, resultando 0,924 lo cual indica la alta confiabilidad del instrumento. Dicho cuestionario fue aplicado a nueve (9) unidades informantes pertenecientes al personal directivo (gerentes y administradores) de tres (3) almacenes del municipio San Francisco del estado Zulia.



ALGUNAS GENERALIDADES SOBRE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

Las organizaciones exigen información con mayor rapidez, por lo que los cambios tecnológicos se generan de forma acelerada con la finalidad de mejorar la eficiencia en el proceso de toma de decisiones estratégicas. Para O'Brien y Marakas (2006:6) "el término tecnología de información se refiere a los diversos componentes de hardware necesarios para que el sistema opere". La definición de Daft y Marcic (2006) es más amplia, para los autores la tecnología de información consiste en programas y equipos de cómputo, administración de bases de datos, teleconferencias y demás tecnologías que permiten almacenar datos y mantenerlos disponibles para la toma de decisiones. Atendiendo a lo anterior las TI se clasifican en (O'Brien y Marakas: 2006): hardware, software, redes de telecomunicaciones y administración de recursos de datos.

TECNOLOGÍA DE HARDWARE

En términos generales, la tecnología de hardware es el conjunto de componentes de naturaleza tangible (física) de un sistema informático destinado para atender las actividades de captura, procesamiento y comunicación del sistema (De Pablos et al., 2004). En ellas se incluye tecnología de entradas, tecnología de salidas y almacenamiento.

Las **tecnologías de entradas** incluyen "dispositivos que convierten los datos en un formato legible por la máquina electrónica para entrada directa o a través de enlaces de telecomunicaciones en un sistema computacional" (O'Brien, 2001:141). Mediante las tecnologías de entrada se pueden introducir comandos y datos en un sistema informático directa y fácilmente, mediante dispositivos de señalamiento.

Para O'Brien y Marakas (2006), las tecnologías de entrada se clasifican en: teclado (dispositivos para introducir datos y textos en los sistemas informáticos); mouse o ratón electrónico (dispositivo de señalamiento para mover el cursor en la pantalla, emitir comandos y selección de iconos y menús); pantallas sensibles al tacto (dispositivos que permiten el uso de una computadora al tocar la superficie de su pantalla); escáner óptico (leen textos o gráficos y los convierten en entradas digitales); bandas magnéticas (captura los datos que ayuda a las computadoras a leer todo tipo de tarjetas); cámaras digitales (permiten extraer, almacenar y descargar fotografías o videos); y micrófono (transforman energía acústica en energía eléctrica, permitiendo el registro, almacenamiento, transmisión y procesamiento electrónico de las señales de audio).

Por otro lado, las **tecnologías de salida** abarcan los dispositivos que reciben información de la computadora, para representarla de diferentes formas (O'Brien y Marakas, 2006). Entre ellas se incluyen: tecnologías de salida multimedia, voz y audio (sistemas de respuesta de voz, monitores de video y pantallas de cristal líquido); y salida impresa (impresora de matriz de punto, inyección de tinta y láser). Para Kendall y Kendall (2005) el uso de tecnologías de salida depende de cuantos usuarios necesitan la salida, el destino físico de la misma, así como el propósito de la salida.

Ahora bien, "los datos y la información deben almacenarse hasta que sean necesarios mediante una variedad de métodos de almacenamiento" (O'Brien y Marakas, 2006:90). Entre los dispositivos de **almacenamiento** destacan (Daft y Marcic, 2006; O'Brien y Marakas, 2006): discos magnéticos (proporcionan acceso rápido y grandes capacidades de almacenamiento a



un costo razonable como lo son: pendrive, diskette y discos duros); discos ópticos (medio de almacenamiento de gran crecimiento, el cual utiliza tecnologías alternativas como: CD-ROM, CD-RW, CD-RW/DVD, DVD-ROM, DVD+RW/+R con CD-RW).

TECNOLOGÍA DE SOFTWARE

La tecnología de software es un conjunto de programas de computación para hacer que funcione un hardware y para realizar diversas tareas de aplicaciones. El software permite que los datos se registren, modifiquen y presenten como información de salida necesarias para trabajar, administrar las operaciones y fundamental para la toma de decisiones (O'Brien y Marakas, 2006; y Krajewski y Ritzman, 2000).

El **software de sistemas** lleva a cabo ciertas tareas relacionadas con el hardware que todos los usuarios requieren, los mismos apoyan y administran las operaciones de sistemas y redes informáticas. Los software de sistemas están conformados básicamente por dos tipos de programas (O'Brien y Marakas, 2006; y Mcleod, 2000): programa de administración de sistemas (sistemas operativos, programas de administración de redes, sistemas de administración de bases de datos, servidores de aplicación y monitores de desempeño y seguridad); y los programas de desarrollo de sistemas (traductores de lenguaje, editores y herramientas de programación y paquetes de ingeniería).

Por su parte, el **software de aplicación** desempeña tareas de procesamiento de información (datos de las diferentes unidades de la empresa) para usuarios finales. El software de aplicación está conformado por dos tipos de programas (O'Brien y Marakas, 2006; y Mcleod, 2000): programas de aplicación de propósito general (paquetes integrados de software, navegadores de web, correo electrónico y programas de procesamiento de texto, números y graficas); y los programas de aplicación específica para dar soporte a los usuarios de negocios y otras áreas, negocios (mercadeo y ventas, operaciones, administración, contabilidad, recursos humanos, entre otros); ciencia e ingeniería, educación, entretenimiento, entre otros.

TECNOLOGÍA DE REDES DE TELECOMUNICACIONES

Las organizaciones han evolucionado mediante el uso de tecnologías de telecomunicaciones y redes que posibilitan la interconectividad con diferentes tipos de usuarios, los cuales permiten a través de sistemas de transmisión y demás recursos, la transferencia de señales entre puntos definidos. Este tipo de tecnología facilita la colaboración entre diferentes grupos de trabajo de forma más creativa, administrando sus operaciones de negocios y recursos de manera eficaz, incluso permite competir de manera exitosa en el mercado actual el cual cambia aceleradamente (O'Brien y Marakas, 2006; y Huidobro, 2006).

Algunas de las tecnologías de redes de telecomunicación están dirigidas al desarrollo y uso de aplicaciones. Así, la tendencia es "hacia el uso dominante del internet, de intranets empresariales y extranet entre las organizaciones para apoyar el comercio y los negocios electrónicos, la colaboración empresarial y la ventaja estratégica en los mercados globales y locales" (O'Brien y Marakas, 2006:174).

Con respecto a las tecnologías de redes de telecomunicación en la industria, éstas tienden al desarrollo de tecnologías para el intercambio de información con proveedores, clientes u otros usuarios, alianzas y servicios de red más competitivos a través del crecimiento de internet



y la web (O'Brien y Marakas, 2006). En ambos casos, las tecnologías de redes de telecomunicación se dirigen “hacia el uso amplio de internet, de la fibra óptica digital y las tecnologías inalámbricas para crear grupos de redes de alta velocidad a nivel local y global para voz, datos, imágenes, audio y video comunicaciones” (O'Brien y Marakas, 2006:174).

TECNOLOGÍA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS DE DATOS

Todos los sistemas de información y los recursos de datos tienen que ordenarse de una manera lógica, de forma que puedan ser recuperados con facilidad, procesados y administrados eficientemente. La tecnología de administración de recursos de datos, “es una actividad administrativa que aplica tecnología de información y herramientas de software a la tarea de administrar los recursos de datos de una organización” (O'Brien y Marakas, 2006:166).

La **administración de bases de datos** es una herramienta principal de software del enfoque de la administración de bases de datos, dado que controla la creación, el mantenimiento y el uso de las bases de datos de una empresa y sus usuarios finales. Los administradores más destacados son (O'Brien y Marakas, 2006; Rivero et al., 2004): Microsoft SQL server, IBM DB2, Oracle MySQL, Oracle database, IBM Informix, SQL Anywhere.

El **almacén de bases de datos** “guarda los datos que se han extraído desde diversas bases de datos operativas externas y de otro tipo de una organización” (O'Brien y Marakas, 2006:145). La información proveniente de las diversas bases de datos puede ser almacenada de manera integrada (los datos provienen de bases de datos distribuidas por las distintas unidades de la organización y con frecuencia tendrán diferentes estructuras); o de manera separada (los datos usados en operaciones diarias son separados de los datos usados en el almacén de datos para los propósitos de divulgación, de ayuda en la toma de decisiones, para el análisis y para operaciones de control) (O'Brien y Marakas, 2006; Rivero et al., 2004).

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN UTILIZADAS POR LOS ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO

Los cambios constantes del mercado demandan herramientas tecnológicas que permitan satisfacer todos los requerimientos de los distintos usuarios de información, como es el caso del sector objeto de estudio. Cabe destacar que las TI proporcionan ventajas competitivas al obtener y ofrecer respuestas rápidas y de calidad, soportan la toma de decisiones y ofrecen soluciones a problemas.

Una combinación de tecnologías (hardware, software, redes de telecomunicaciones y administración de recursos de datos) permite un control de gestión de la organización al capturar, procesar, almacenar, comunicar y presentar información útil a la dirección estratégica de la entidad, con el objeto de lograr las metas y objetivos establecidos de manera eficiente. En la Tabla 1 se identifican las tecnologías de hardware utilizadas por los almacenes generales de depósito ubicados en el municipio San Francisco del estado Zulia.



Tabla 1. Tecnología de hardware utilizados por los almacenes generales de depósito del estado Zulia (Venezuela) Año 2014

Tipos de Tecnologías de hardware	Frecuencia (%)
<i>Tecnologías de entradas</i>	
Teclado	100,0%
Ratón electrónico (mouse)	100,0%
Pantallas sensibles al tacto	0,0%
Escaneo óptico	37,5%
Bandas magnéticas	0,0%
Cámaras digitales	62,5%
Micrófono	0,0%
<i>Tecnologías de salida</i>	
Sistemas de respuesta de voz	25,0%
Monitores de video	62,5%
Pantallas de cristal líquido	25,0%
Impresora de matriz de punto	100,0%
Impresora de inyección de tinta	62,5%
Impresora láser	62,5%
<i>Almacenamiento</i>	
Discos magnéticos (pen drive, diskette, discos duros)	100,0%
Discos ópticos (CD-ROM, CD-RW, CD-RW/DVD, DVD-ROM, DVD+RW/+R con CD-RW)	62,5%
Cinta magnética	0,0%
CD	37,5%
Pendrivel	37,5%

Fuente: elaboración propia (2014)

En la Tabla 1 se evidencia que los almacenes generales de depósito utilizan como dispositivos de entrada el teclado (100,0%), mouse (100,0%) y cámaras digitales (62,5%), pues dichos hardware proporcionan facilidad a los usuarios al introducir datos y comandos en un sistema o programa informático (O'Brien y Marakas, 2006). Cabe destacar que el uso de cámaras digitales para este tipo de organizaciones es vital, debido a que los almacenes resguardan mercancías bajo régimen de importación y exportación, y la información sobre los daños de las mismas debe ser respaldada con imágenes de las mercancías.

En cuanto a las tecnologías de salida los almacenes usan herramientas que proporcionan información a través de monitores de video (62,5%), impresoras de matriz de punto (100,0%), impresora de inyección de tinta (62,5%) e impresoras láser (62,5%). Tales resultados concuerdan con O'Brien y Marakas (2006); y Kendall y Kendall (2005), pues los mismos aseveran que la información impresa en papel sigue siendo la forma más común de salida, esto obedece no sólo a los reportes financieros y operativos de uso interno, sino también por la exigencia de información física por parte de los entes gubernamentales y no gubernamentales (SENIAT, BAER, alcaldías, bancos, clientes, entre otros). Cabe destacar que el uso de monitores de video brinda información que respalda la seguridad de las mercancías en caso de robos y otros incidentes.



Los almacenes utilizan como tecnologías de almacenamiento: discos magnéticos (100,0%) y discos ópticos (62,5%). Estos tipos de hardware son los más utilizados por los usuarios, debido a sus características (rápido acceso, alto grado de almacenamiento y bajos costos), tal como lo señalan Daft y Marcic (2006); y O'Brien y Marakas (2006).

La Tabla 2 muestra las tecnologías de software de sistemas utilizadas por los almacenes: sistemas operativos (50,0%), sistemas de administración de bases de datos (50,0%) y traductores de lenguajes de programación (62,5%). Los resultados coinciden con O'Brien y Marakas (2006) y Mcleod (2000), quienes señalan que el uso de éstas soporta las operaciones y demás programas de redes informáticas, proporcionando una ventaja en cuanto al desarrollo y administración de sistemas empresariales.

Tabla 2. Tecnología de software utilizados por los almacenes generales de depósito del estado Zulia (Venezuela) Año 2014

Tipos de Tecnologías de software	Frecuencia (%)
Software de sistemas	
A. Programas de administración de sistemas	
Sistemas operativos	50,0%
Programas de administración de redes	0,0%
Sistemas de administración de bases de datos	50,0%
Servidores de aplicación	25,0%
Monitores de desempeño y seguridad	0,0%
B. Programas de desarrollo de sistemas	
Traductores de lenguajes de programación	62,5%
Editores y herramientas de programación	37,5%
Paquetes de ingeniería de software	37,5%
Software de aplicación	
A. Programas de aplicación de propósito general	
Uso de paquetes integrados de software	62,5%
Uso de navegadores de web y herramientas electrónicas (Correo electrónico, teleconferencias)	62,5%
Uso de programas de procesamiento de texto, hoja de cálculo y presentaciones	62,5%
B. Programas de aplicación de propósito específica	
Uso de programas de mercadeo y ventas	0,0%
Uso de programas de operaciones (almacén)	100,0%
Uso de programas de administración	62,5%
Uso de programas de contabilidad	62,5%
Uso de programas de recursos humanos	62,5%

Fuente: Elaboración propia (2014)

Por otra parte, entre los software de aplicación utilizados por los almacenes se destacan: paquetes integrados de software (62,5%), navegadores de web y herramientas electrónicas como el correo electrónico y teleconferencias (62,5%), programas de procesamiento de texto, hoja de cálculo y presentaciones (62,5%), programas operativos de almacén (100,0%), programas de administración, contabilidad y recursos humanos (62,5%). Estas tecnologías



apoyan las actividades de registro de información con propósitos generales y específicos, tal como lo expresan O'Brien y Marakas (2006); y Mcleod (2000).

Seguidamente la Tabla 3 ilustra las tecnologías de redes de telecomunicaciones utilizadas por los almacenes, desde la tendencia en aplicación la TI con mayor frecuencia es el internet (62,5%). Esta evidencia coincide con O'Brien y Marakas (2006) quienes aseveran que las organizaciones tienden al uso dominante del internet para apoyar los negocios electrónicos.

Tabla 3. Tecnología de redes de telecomunicaciones utilizados por los almacenes generales de depósito del estado Zulia (Venezuela) Año 2014

Tipos de Tecnologías de redes de telecomunicaciones	Frecuencia (%)
<i>Tendencia en aplicación</i>	
Uso del Internet	62,5%
Uso del Intranet	37,5%
Uso del Extranet	0,0%
<i>Tendencia en la industria</i>	
Uso de Telecomunicaciones con proveedores de servicios de almacenamiento	37,5%
Uso de Telecomunicaciones con proveedores de otros servicios	25,0%
Uso de Telecomunicaciones con clientes	100,0%
Uso de Telecomunicaciones con la banca	50,0%
Uso de Telecomunicaciones con entes gubernamentales	50,0%
<i>Tendencia en tecnología</i>	
La telecomunicación es intercambiada mediante voz	25,0%
La telecomunicación es intercambiada mediante datos	75,0%
La telecomunicación es intercambiada mediante texto	62,5%
La telecomunicación es intercambiada mediante imágenes	0,0%
La telecomunicación es intercambiada mediante audio	0,0%
La telecomunicación es intercambiada mediante video	0,0%
La telecomunicación es intercambiada mediante multimedia	0,0%

Fuente: elaboración propia (2014)

En relación con la tendencia de las tecnologías en la industria, los almacenes utilizan las telecomunicaciones para el intercambio de información con clientes (100,0%), bancos (50,0%) y entes gubernamentales (50,0%). Ello concuerda con lo propuesto por O'Brien y Marakas (2006), pues con el crecimiento del internet, las telecomunicaciones de negocios están dirigidas a todo tipo de organización, y acelera de manera competitiva las operaciones y demás transacciones. Por otro lado, este sector tiende a intercambiar la información mediante diferentes formas: datos (75,0%) y texto (62,5). Tales hallazgos coinciden con O'Brien y Marakas (2006), quienes señalan que las telecomunicaciones por internet normalmente usan estos estándares comunes.

La Tabla 4 ilustra las tecnologías de administración de recursos de datos utilizados por los almacenes, en el que se identifica el uso de Microsoft SQL Server (100,0%) como herramienta de administración de bases de datos. Este hecho concuerda con los aportes de O'Brien y



Marakas (2006); y Rivero et al., (2004), quienes señalan que el uso de este tipo de tecnologías resuelve los problemas de sistemas de procesamiento de archivos de manera simple, rápida, segura y a menor costo.

Tabla 4. Tecnología de administración de recursos de datos utilizados por los almacenes generales de depósito del estado Zulia (Venezuela) Año 2014

Tipos de Tecnologías de administración de recursos de datos	Frecuencia (%)
Administración de bases de datos	
Microsoft SQL Server	100,0%
IBM DB2	0,0%
Oracle MySQL	0,0%
Oracle database	0,0%
IBM Informix	0,0%
SQL Anywhere	0,0%
La administración de las tecnologías de recursos de datos es realizado por personal interno de la empresa	75,0%
La administración de las tecnologías de recursos de datos es realizado por un proveedor de servicios externo	25,0%
Almacenes de bases de datos	
La información es almacenada de forma Integrada	62,5%
La información es almacenada de forma Separada	37,5%
La información es almacenada Diariamente	100,0%
La información es almacenada semanalmente	0,0%
La información es almacenada mensualmente	0,0%

Fuente: elaboración propia (2014)

Finalmente, los almacenes generales de depósito almacenan la información en sus bases de datos de forma integrada (62,5%) y diaria (100,0%). Estos resultados coinciden con O'Brien y Marakas (2006); y Rivero et al. (2004), quienes aseguran que toda organización debe disponer de almacenes de bases de datos para ordenar y resguardar la información de los distintos usuarios. Cabe destacar la importancia que tiene hoy día en Venezuela almacenar la información de forma diaria, dado que los racionamientos eléctricos no planificadas afectan los dispositivos de hardware y software generando una pérdida de información que conlleva a la duplicidad de trabajo y altos costos.

CONSIDERACIONES FINALES

El uso de TI representan ventajas competitivas para cualquier organización, no sólo permiten un control de la gestión empresarial, además soporta la toma de decisiones y genera un valor agregado para alcanzar el éxito. Para los almacenes generales de depósito del estado Zulia las TI constituyen una herramienta versátil capaz de generar beneficios tanto operativos como financieros; al registrar, modificar y acceder a la información de manera más rápida y segura, reduciendo costos y los tiempos para la ejecución de tareas.

Cabe agregar, cuando existe incertidumbre se origina necesidades informativas, las TI se configuran como instrumento para satisfacer necesidades de información de cualquier tipo; ellas constituyen la columna en la que se apoyen las distintas unidades departamentales permitiendo



organizar, controlar y medir las entradas y salidas de información.

La gestión de los almacenes depende en buena medida en la combinación de varios tipos de tecnologías, como hardware, software, redes y telecomunicaciones; así como tecnologías de administración de recursos de datos. Los primeros, se basan en los dispositivos de entrada, salida y almacenamiento necesarios para introducir datos y transformarlos en información impresa o digital, útil para mejorar el procesamiento de tareas en el menor tiempo. Por su parte, el uso de software de sistemas y de aplicación permite administrar y apoyar las operaciones de sistemas y redes informáticas así como el procesamiento de información para todos los usuarios.

Cabe destacar que las empresas del sector en buena parte utilizan las tecnologías de redes de telecomunicaciones en la que el Internet cumple un papel importante, las cuales proporcionan diferentes accesos a la información, apoya el crecimiento corporativo al abordar y crear grupos de redes de trabajos que llegan a todo tipo de mercados mediante el uso amplio del internet.

Las tendencias de las telecomunicaciones en la industria, tecnología y de aplicación aumentan las alternativas para solucionar problemas; y facilita la colaboración empresarial con proveedores, clientes y otros entes externos. Por su parte, las tecnologías de administración de recursos de datos comprenden software de sistemas que desarrollan, administran y mantienen las bases de datos que respaldan toda la información de la organización, la misma es vital para resguardar los datos en casos de daños a los programas y sistemas de cómputo.

Los beneficios de las TI dependen de sus características para generar y suministrar información precisa y oportuna. Ella representa el punto de partida para aprovechar tanto las oportunidades que ofrece el entorno así como las fortalezas de los almacenes generales de depósito, al tiempo que les permite afrontar amenazas y debilidades relacionadas con las necesidades de información de los almacenes. La toma de decisiones por parte de los gerentes de los diferentes niveles organizacionales ha de apoyarse en las tecnologías de información como factor clave para el desarrollo eficiente de su gestión empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2008). **Ley de Reforma Parcial de la Ley Orgánica de Aduanas**. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 38.875, Decreto N° 5.879, Venezuela.

Daft, Richard; y Marcic, Dorothy (2006). **Introducción a la administración**. Cuarta edición. México. Thomson Editores.

De Pablos, Carmen; López Hermoso, José Joaquín; Martín Romo, Santiago; y Medina, Sonia (2004). **Informática y comunicaciones en la empresa**. España. Editorial ESIC

Huidobro Moya, José Manuel (2006). **Redes y servicios de telecomunicaciones**. Cuarta edición. España. Editorial Paraninfo.

Kendall, Kenneth; y Kendall, Julie (2005). **Análisis y diseño de sistemas**. Sexta edición. México. Editorial Pearson Educación de México, S.A. de C.V.



Krajewski, Lee; y Ritzman, Larry (2000). **Administración de operaciones: estrategia y análisis**. Quinta edición. México. Editorial Pearson Educación de México, S.A.

Mcleod, Raymond (2000). **Sistemas de información gerencial**. Séptima edición. México. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

O'Brien, James (2001). **Sistemas de información gerencial**. Cuarta edición. Bogotá. Editorial McGraw-Hill Interamericana.

O'Brien, James; y Marakas, George (2006). **Sistemas de información gerencial**. Séptima edición. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Rivero, Enrique; Guardia, Carlos; Reig, José (2004). **Bases de datos relacionales: diseño físico. Orientado al DB2 para Z/OS de IBM**. Colección No. 19, Universidad de Pontificia Comillas. España. Editorial R.B. Servicios Editoriales S.L.



DIMENSIONES DE LA PRECARIEDAD LABORAL: INSUFICIENCIA DE LOS INGRESOS SALARIALES EN VENEZUELA

Rosa Virginia Barrios

Universidad José Gregorio Hernández
rosa.barrios@ujgh.edu.ve

Narvis Segundo González Corzo

Universidad José Gregorio Hernández
narvis.gonzalez@ujgh.edu.ve

Clemencia Markarian Chami

Universidad José Gregorio Hernández
clemencia.markarian@ujgh.edu.ve

RESUMEN

El trabajo tiene como finalidad explicar las dimensiones de la precariedad laboral: Insuficiencia de los ingresos salariales en Venezuela y efectos de la depreciación salarial en relación a la insuficiencia de los ingresos salariales, la inestabilidad en el trabajo, aun cuando en Venezuela hay inamovilidad laboral para muchos patronos, no es obstáculo para poner fin a la relación laboral, conllevando a la inestabilidad, donde pareciera que no existiera el principio protectorio. La Investigación se clasificó del tipo documental descriptiva. La técnica empleada para la investigación fue la observación documental donde se analizaron textos legales, fuentes doctrinales, entre otros, estuvo basada en los postulados de: Adelantado (2000), Bernardes (2009), Cabanellas (1992), Cano (2000) Se Concluye que no se le garantiza ningún bienestar ni seguridad al trabajador, pese a los esfuerzos que estos trabajadores han hecho por mantener y enaltecer sus derecho de estabilidad en los puestos de trabajo, los problemas inflacionarios, la condiciones económicas del país, conllevan a la favorecer la incertidumbre presente en los empleados Venezolanos y la incertidumbre sobre la continuidad laboral se refiere al riesgo o dilema presente en aquellos trabajadores, que han cuando ha empezado a desempeñarse en un puesto de trabajo, son invadidos por temores.

Palabras clave: Precariedad, depreciación salarial, ingresos salariales

INTRODUCCIÓN

El estado social de derecho y justicia, destinado a la protección constitucional - jurídico a personas en situación de debilidad, por la precariedad producto de la disminución de la capacidad de compra de actual tasa salarial mínima en el sector laboral, producto de la medidas económicas tomadas en Venezuela. En tal sentido, se presentará la precariedad laboral: Insuficiencia de Ingresos salariales en Venezuela, donde se hace mención al contexto referido a la fundamentación, basado en el deterioro del salario que se está gestando producto de medidas que afectan la economía de los trabajadores venezolanos, así mismo se pretende analizar fuentes documentales fiables que avalen dicha Investigación, en relación los efectos de la precariedad laboral. Aunado a lo anterior, se agrega el salario mínimo devengado los trabajadores en Venezuela, donde se ha de observado que sufren de precariedad laboral, bien sea porque no generan ingreso, porque éste es insuficiente o porque carecen de cualquier protección social.



PRECARIEDAD

En cuanto a las dimensiones de la precariedad es necesario describir esta situación por lo que Bilbao (1999) define la precariedad debe concebirse como lo “opuesto a la estabilidad, el propio aumento del empleo atípico es una forma de precariedad puesto que va acompañado de mayor temporalidad, e indefensión jurídica, los cambios producto de la regularización del mercado de trabajo, han aumentado dicha precariedad”, debido a que la flexibilización se traduce en inseguridad para el trabajador.

En este mismo orden de ideas, Cano (2000) considera que la precariedad tiene múltiples dimensiones, habitualmente identificadas con la creciente eventualidad en el empleo pero que de hecho la trascienden, entonces la precariedad consistiría en un aumento de la vulnerabilidad de los trabajadores como consecuencia de las relaciones que definen la continuidad y el control de su trayectoria profesional, ello comportaría un aumento de la inseguridad, la dependencia y la vulnerabilidad, tanto en lo que se refiere a la estabilidad del empleo como a la calidad de las condiciones de trabajo, la precarización reduce, la capacidad y autonomía para planificar y controlar su vida profesional y social de los trabajadores.

Por otro lado La Roca (2006) describe el concepto de precariedad como aquella que implica inestabilidad, falta de protección, incertidumbre, fragilidad social y económica, bajas condiciones de vida, tanto del trabajador como de su entorno familiar, necesidades no cubiertas, inseguridad, insalubridad, lo que puede causar estrés y otros síntomas que afectan considerablemente al trabajador

PRECARIEDAD LABORAL

La precariedad Laboral se ha tratado de relacionar de manera clara con la forma que adopta la economía y la sociedad, por lo que La Roca (1996), define la precariedad como la existencia de condiciones laborales negativas respecto a la situación normal o media de los trabajadores, es decir, el deterioro directo o indirecto de las condiciones de trabajo, de acuerdo al tipo de empleo de los trabajadores que les impide obtener un estatus social con una estabilidad consolidada, una profesión, que le permita planificar el futuro. Ahora bien, la percepción de este problema no es subjetivo está ligado a la estructura social, y productiva, que define el grado de seguridad del individuo, los valores y las necesidades que lo constituyen.

Por su parte, opina Figueroa (2003) señala la precariedad laboral, solo es explicada como fallas del mercado, ausencia de reglas, o como resultado de algún efecto externo sobre la economía. La precariedad laboral, se inscribe en mecanismos que generan una integración frágil, incorporando inseguridad económica, sin medios de protección que no sean el esfuerzo individual o el emprendimiento, por la existencia de contratos de trabajo que en todos los aspectos fragilizan las relaciones laborales, fácilmente abortables sin la mínima reconversión heterogénea de los salarios.

Por ello, Lorente (2003), señala la precariedad es la falta de control por parte del trabajador en su trayectoria laboral, impidiendo la planificación de su vida, dando lugar a una situación de fragilidad económica y social, sobre todo ubicándola en la jerarquía ocupacional, de tipo auxiliar donde sus ingresos son los más bajos, salarios mínimos, tratándose de empleos no calificados o con calificación baja.



LA PRECARIEDAD Y SUS FORMAS.

Para Cano (2000), las formas de precarización cuestiona las garantías de seguridad de los trabajadores, en la política económica, su subordinación en la estabilidad y una menor protección frente el despido, la regulación legal y colectiva de las condiciones de trabajo (salud laboral, jornada..) queda limitada por la mayor discrecionalidad empresarial en la fijación de dichas condiciones y por la individualización de las relaciones de trabajo, y por último la inseguridad de los ingresos (tanto salario directo como de las prestaciones sociales) se ve cuestionado por situaciones de salarios bajos.

Una de las formas de precariedad está referido no solo en sentido laboral sino social como así lo menciona La Roca (2006), porque la gente tiene un tipo de empleo que no le permite consolidar un estatus o un nivel de vida, una profesión una estabilidad que le admita planificar el futuro, conviene aclarar que los valores que permiten clasificar un trabajo como precario son creados por el ámbito social, económico” donde el trabajador se desenvuelve, limitando el acceso a un empleo estable e impidiendo el ejercicio de ciertos derechos considerados normales, ante la situación de precariedad y su valoración sin separarse de la estructura social, marcan la seguridad del individuo, los valores y lo que necesita satisfacer.

No existe un criterio uniforme sobre las formas de la precariedad al respecto Urquijo y Bonilla (2008), se refiere a que existe precariedad cuando:

1. El trabajador a pesar de los años laborando que tenga, la trayectoria laboral no le permite afianzar un nivel de ingreso, una profesionalidad, una estabilidad en el empleo que posibiliten planificar el futuro. Integrarse en la vida social de manera adecuada. Visto de otra forma, se trata de situaciones de vulnerabilidad, incertidumbre y dependencia de los trabajadores frente a la coyuntura del mercado de trabajo y la política laboral de las empresas. 2. En la evolución de las relaciones laborales y del mercado de trabajo, la precarización tiene un significado de pérdida para los trabajadores de su bienestar es un proceso histórico, pero también tiene un sentido colectivo en términos de clase de vulnerabilidad creciente del trabajo frente al capital y de cuestionamiento de las formas de regulación que habían controlado y reducido dicha vulnerabilidad en las sociedades occidentales industriales. (Pág. 38)

Por lo que representa, en definitiva, en el empleo la precariedad sus formas dependen, según Francés (2005), de tres (3) tipos de factores interrelacionados:

1. Las repercusiones de la situación macroeconómica en la producción. Continua señalando el mencionado autor, sobre el primero de estos factores es atractivo subrayar el proceso de declinación del modelo agrícola e industrial de la economía, con el consiguiente crecimiento que el mercado capitalista está obteniendo en los últimos años hacía una serie de acciones que se realizan en las esferas reproductivas que sostienen nuestra vida cotidiana, expandiendo la propagación de empresas que imponen sus precios e intereses en relaciones sociales tradicionalmente desarrolladas dentro de esferas económicas, colectivas o privadas no mercantilizadas. 2. De la protección social y las políticas de empleo. 3. La contractualización jurídica de las relaciones laborales y los modelos de gestión empresarial. (pág. 4)

Según Polavieja (2003), La creciente desregulación en mercados de trabajo, las sucesivas



contrarreformas de protección social, afianzan la posición de las empresas en este proceso, aumentando la vulnerabilidad de las personas, incentiva la creciente capas de la población a la exigencia, de quienes impulsan esta deriva. Para Zubero (2000), estas organizaciones flexibles de la producción implica la multiplicación de toda una nueva clase de jornaleros, que construyen sus trayectorias de forma desordenada e impredecible, quedando sus expectativas de promoción socio laboral ascendente peligrosamente supeditadas a las necesidades del mercado.

DIMENSIONES DE LA PRECARIEDAD

Desde una perspectiva más cercana La Roca (1996) establece lo que se conoce como dimensiones de la precariedad:

Vamos a reconocer como dimensiones de la precariedad laboral una serie de elementos que supone para los trabajadores una falta de control de su situación presente y futura. Estos elementos, se alejan de lo que se podría entender como norma estándar de condiciones de trabajo y derechos sociales. Las dimensiones de precariedad más significativas podrían ser las siguientes: i) La incertidumbre acerca de la continuidad en el trabajo y de la trayectoria laboral del trabajador, ii) la insuficiencia de los ingresos salariales (tanto en volumen como en garantía), iii) condiciones de trabajos inferiores a la norma y iv) una insuficiente protección legal y colectiva del trabajador. (p. 82).

Al identificar el conjunto de dimensiones que determinan la precariedad laboral Lorente (2003) se refiere las mencionadas a continuación: el grado de certidumbre respecto a la continuidad en el trabajo, las condiciones de trabajo, la protección y los ingresos insuficientes, de tal manera los trabajos a tiempo determinado pueden ser calificados precarios, este tipo de empleo tiene su origen en las dimensiones antes mencionadas, y casi siempre es producto de la fragilidad económica de la empresa.

Por otra parte, para el sociólogos canadiense, quien analiza la situación de la precariedad laboral en el contexto de ese mercado laboral (Vosko 2006) siguiendo una línea conceptual similar a la postulada por Rodgers. (1992) Definen la precariedad del empleo asalariado (precarious wage work) a partir de cuatro dimensiones fundamentales:

1. Ingresos
2. Beneficios sociales (social wage)
3. Protección legal (regulatori protection) y control
4. Eventualidad (contingency).

El control hace referencia a la capacidad del trabajador para intervenir en el proceso de trabajo mientras que la eventualidad, se centra principalmente en los contratos de tipo temporal, transitorio o de duración limitada.

INSUFICIENCIA DE INGRESOS SALARIALES

SALARIO

Para llegar a la comprensión en sí de la Insuficiencia de los salarios en Venezuela necesariamente se tiene que llegar a la investigación de todo lo que corresponde a salario por lo que el escritor Argentino Cabanellas (1992), definió salario como la contraprestación que



recibe el obrero o empleado a cambio de dar al patrono todos sus derechos sobre el trabajo realizado, lo cual corresponde a lo recibido por el trabajador tanto en indemnizaciones como retribuciones inmediatas de su labor, sumados es la totalidad de los beneficios recibidos por el trabajador .

Es de hacer notar, lo señalado en el Artículo 104 de la LOTTT, donde establece que se entiende por salario, la remuneración, provecho o ventaja, cualquiera fuere su denominación o método de cálculo, siempre que pueda evaluarse en moneda de curso legal, que corresponda al trabajador o trabajadora por la prestación de su servicio y, entre otros, comprende las comisiones, primas, gratificaciones, participación en los beneficios o utilidades, sobresueldos, bono vacacional, así como recargos por días feriados, horas extraordinarias o trabajo nocturno, alimentación y vivienda. (Asamblea Nacional, 2012)

A su vez, Castro (2007) explica que desde el punto de vista jurídico el salario es “el elemento fundamental, que explica la ajenidad en la utilidad del trabajo, característica de la relación laboral que obliga al empresario a pagarle al trabajador una contraprestación fundamental a cambio de trabajo”. Por lo que puede decirse que no existe contrato de trabajo sin salario por falta de causa.

EL SALARIO MÍNIMO EN LA LEGISLACIÓN VENEZOLANA

Al respecto la legislación venezolana dispone de una definición de salario mínimo, por tanto Urquijo y Bonilla, (2008). Establecen en Venezuela,

Desde la promulgación de la Ley del Trabajo de 1936, siguiendo el ejemplo de muchos países, se regulaba la posibilidad de establecer “salarios mínimos obligatorios para industrias o ramas determinadas”, tanto por lo que respecta a los trabajadores de salario fijo como a los trabajadores “a destajo” (Art. 121 LOTTT). No se trataba, al parecer, del salario mínimo vital, propiamente tal, el cual se ha entendido siempre como “un mínimo salarial, de subsistencia que debería recibir toda persona que realiza un trabajo para terceros”. Asimismo, en la Ley Orgánica del Trabajo de 1990 como en su reforma de 1997, se ha mantenido cierta ambigüedad con respecto al concepto de “salario mínimo vital” en su forma más restringida o específica, al entremezclarlo con el concepto, un tanto más amplio, de “salario mínimo obligatorio”, que permite establecer diferenciaciones por ramos de industria, de profesiones. (Pág.39)

En relación al salario Cabanellas (1992) este autor define “salario como cuanto perciba el trabajador, con motivo de la prestación de sus servicios y por razón de ellos, siempre que sea a consecuencia del contrato laboral y se traduzca en un beneficio material Tanto la doctrina como la jurisprudencia” hablan de que el salario es visto desde dos ángulos: salario en sentido amplio y salario en sentido estricto.

REMUNERACIÓN

Para Urquijo y Bonilla (2008) define la remuneración desde el punto de vista económico:

Como el total de pagos que recibe el trabajador por la prestación de sus servicios, también se puede definir como una contraprestación desde el punto de vista jurídico, entre las cuales se puede distinguir dos tipos de remuneración la total o global y las remuneraciones parciales, la remuneración total es la suma de todas las remuneraciones parciales, las formas salariales



parciales son los pagos en efectivo que componen la contraprestación, entre ellas tenemos sueldos y salarios, utilidades, pagos diferenciales, pagos sobre tiempo, pagos de vacaciones, bonificaciones fijas en otros conceptos que puedan integrar el salario. (Pág. 42)

Otro aspecto importante de la remuneración es lo que establece Bernárdez (2009), esta determina el valor de cambio del desempeño del trabajador, en el mercado, al medirse en unidades monetarias, permite calcular el costo del capital humano, así como el retorno de su inversión de tal manera de mejorar su competencia para transformarla en desempeño. La remuneración o Contribución casas (2002), la define como aquella compensación dineraria que percibe directamente el trabajador de parte de la empresa, por el esfuerzo realizado según los sistemas de pago que utilice la organización a fin de indemnizar los servicios prestados

LA REMUNERACIÓN COMO FUNCIÓN PRIMARIA DE LA EMPRESA

La mayoría de las organizaciones, con el fin de mejorar sus actuaciones en el campo laboral según, Casas (2002) quien establece que la función remunerativa forma parte de la Gerencia de la empresa, la función remunerativa ocupa una posición clave en el engranaje total porque todas y cada una de las funciones de una organización implican costos orientados al personal de la empresa, la función remunerativa busca la determinación del salario base, de incentivos, de los planes y beneficios de las jubilaciones y promociones justas a fin de que todo lo que tenga que ver con la gratificación del trabajo sea un salario digno acorde con las necesidades de los empleados.

La motivación es muy importante dentro de la empresa tal como lo menciona Urquijo y Bonilla (2008) .la función remunerativa busca la determinación objetiva del salario base, y de los incentivos tiene que ver con la gratificación del trabajo, la función remunerativa forma parte de las funciones de la empresa, después de un complejo proceso debe producir una causa justa objetiva y en consecuencias un sano espíritu de satisfacción en los trabajadores que incidirá en la productividad de la empresa.

INSUFICIENCIA DE LOS INGRESOS SALARIALES

Por su parte La Roca (1996) hace referencia a esta característica, sobre el nivel de vida lo determina de alguna manera el grado de retribución y la posición social del trabajador. El talento humano mal remunerado se encuentra asociado a la pobreza así como, de alguna manera a una disminución de la inserción social, del mismo modo la discriminación salarial se puede considerar como un indicador de precariedad, lo que se puede asociar con la desmotivación laboral, pues un trabajador mal remunerado es un trabajador que se encuentra fuera de las fronteras de la empresa por la ausencia de un sentido de pertenencia.

Para Cano (2000), el salario por hora no es un buen indicador para la comparación salarial: fuera más adecuado el salario anual, que permitiría considerar la existencia de trabajos que no se desempeñan a lo largo de toda la jornada habitual y que al margen de que su salario por hora sea o no normal, pueden suponer un salario anual reducido. En la determinación de los del trabajador habría que tener en cuenta no tan sólo el salario base, sino los complementos (antigüedad, primas de productividad) y los beneficios extra salariales.

Por tanto Adelantado (2000), para este autor la insuficiencia de los ingresos es una situación que se configura por dos vías, en primera parte por la regulación de los contratos de



trabajo, si son de carácter temporal la remuneración es menor, por lo contrario, si son de carácter indefinido la percepción de ingresos a lo largo del tiempo se van sumando, en segundo lugar se refiere al impacto de las estrategias empresariales, donde surge un aumento de la parte variable motivado a la estructura salarial regulándose principalmente por negociación individual, sumando un aumento a la doble escala salarial.

El carácter de precarización para Pérez (2003), Significa decir que el trabajo remunerado, el empleo, es el único que da derecho a reconocimiento social y a contraprestaciones suficientes. El empleo bien remunerado, es el elemento clave para que a una persona se le reconozca un cierto status social, una condición de miembro activo, válido, de la sociedad. Además, el empleo, actual o pasado, es el único que da derecho a un ingreso. Es decir, tienes que estar en el mercado de trabajo o haberlo estado por cierto tiempo para poder recibir un ingreso monetario (en una sociedad donde tener dinero es absolutamente indispensable para comprar toda una serie de recursos).

Como un determinante estructural de la Pobreza y la precariedad Fortino (2003), establece que se considera que los ingresos devengados pueden clasificarse como inherentes o no a su productividad, donde el primer tipo de ingresos los no inherentes a la productividad, son aquellos percibidos por conceptos de rentas y utilidades, es decir, como retribución a la propiedad de los insumos de tierra y capital, y dado pues que estas fuentes de ingreso resultan nulas en el caso de los pobres, entonces un análisis teórico de la pobreza o precariedad laboral(considera para ello definición amplia de insuficiencia de ingresos) puede elaborarse a partir de ingresos salariales, ya sean pagados o imputados, como retribución ala trabajo.

La percepción de unos ingresos por el trabajo incierto e insuficiente para poder desarrollar una vida independiente tal como redacta el autor Lorente (2003), que en gran medida difieren de lo establecido por la norma salarial de la realidad económica del país, en el entorno social, esto origina la dependencia económica y puede llevar al trabajador a una inclusión marginal e insegura afectando la auto estima del individuo, de tal forma la no percepción de unos ingresos suficientes impidiendo aplanear su futuro según los niveles de vida socialmente aceptados, se constituye entonces en una dimensión de la precariedad como la insuficiencia de ingresos.

Como lo afirma Ruiz (2004), la insuficiencia salarial impide la satisfacción de necesidades sociales básicas, como la educación o la sanidad, en otras, con todo esto se puede apreciar la falta del estado de bienestar, al existir la ausencia de políticas económicas y sociales orientadas a redistribuir la riqueza, garantizar el acceso universal a servicios básicos, como a cubrir la necesidades básicas de alimentación.

EFFECTOS DE LA INSUFICIENCIA DE INGRESOS SOBRE LOS TRABAJADORES

Para llegar a la comprensión de los efectos y relación existente entre la depreciación salarial y la insuficiencia de Ingresos de los trabajadores es necesario definir los elementos que llevan a provocar esa insuficiencia de Ingresos y como estos coadyuvan a la aparición de la precariedad laboral.

Para Mantey (2005), considera esta autora que la Inflación, acentúa la concentración de Ingreso mediante mecanismos de propagación, destacando abundancia de mano de obra barata lo que deprime el nivel de los salarios reales de modo que debilita el poder de compra al prevalecer el aumento de los precios de los alimentos de la canasta familiar, nutriendo el espiral



salarios-precios de manera continua, una desregularización salarial hasta llegar a provocar una depreciación salarial, lo cual a su vez induce la precariedad laboral a causa de los salarios insuficientes.

Todos estos problemas económicos sociales ocasionan situaciones Psico-emocionales, donde el paso de algo colectivo y de carácter sociológico como son los problemas sociales pasa a ser de carácter individual tal como así lo afirma Clemete (2008), los cuales producen stress y accidentes laborales, poco rendimiento en el trabajo por poca satisfacción económica, aunado a la exigencia de la empresa de obtener altos rendimientos lo que provoca una retahíla de problemas de índole física y psicológica, como depresión, ansiedad y mobbing.

Continuando con lo referido por el autor al establecer que los problemas psicológicos originados por situaciones adversas pueden ocasionar artrosis, infartos, jaquecas, dada la multifactorialidad de la personalidad los sistemas orgánicos son muy complejos antes la presencia de factores de riesgos laborales como insatisfacción salarial, monotonía, horarios extremos, falta de motivación, estrés, todos estos elementos son un caldo de cultivo de las llamadas lesiones biomecánicas, como mecanismos de defensas de los trabajadores al verse enfrentados a situaciones de insatisfacción laboral.

CONSIDERACIONES FINALES

Para concluir se puede decir que las dimensiones de la precariedad laboral son producto de la desestructuración del mercado laboral, por ser el fenómeno de degradación de las condiciones de vida, empleo, trabajo que se padece por personas y colectivos, que dificulta la realización de proyectos de vida personales desarrollar la libertad personal y colectiva, la precariedad laboral gesta un problema de vulnerabilidad y debilidad para los trabajadores, limitando que desarrollen sus proyectos de vida, lo que conlleva a una situación de estrés laboral por la ausencia de estrategias gerenciales que optimicen el clima organizacional atribuyéndolo a los trabajadores un bienestar emocional que fortalezca los vínculos organizacionales.

Los efectos de la globalización y los cambios que este fenómeno ha provocado en el mundo laboral, tales como la transitoriedad y una alta rotación del personal, desvinculando los trabajadores de los marcos reguladores tradicionales de las relaciones laborales, y a su vez, genera un obstáculo a las posibilidades de organización alternativa como forma de modificar la situación de precariedad, del mismo modo conlleva a la falta de sentido de responsabilidad e identidad con su empresa de los trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (2002), **Recursos Humanos en Empresas de Turismo y Hotelería**. Pearson Education. España
- Adelantado J. (2000) **Cambios en el estado de bienestar políticas sociales y desigualdades en España**. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Asamblea Nacional (2012) **Ley Orgánica del Trabajo de los Trabadores y Trabajadoras** Gaceta Oficial Extraordinaria 6.076 del 7 de mayo 2012



- Bernárdez, M. (2009), **Desempeño Humano: Manual de Consultoría**. Volumen I. Primera Edición
- Bilbao A, (1999) "**Formas, percepciones y consecuencias de la precariedad**", **Revista Mientras Tanto**. Editorial Icaria. Barcelona, Vol. 93, Pp. 67-81
- Cabanellas G (1992), **Compendio de Derecho Laboral, Tomo I, Buenos Aires**: Editorial Eliastra S.R.L. Pp. 731-732.
- Cano E (2000), **Análisis de los procesos socioeconómicos de precarización laboral.**, "**Precariedad laboral, flexibilidad y desregulación.**", Cano Cano E, Bilbao A, & Standing G, eds., Ed. Germanía, España, Pp. 25-68
- Casas A (2002) **Remuneración, retribución y motivación de Vendedores**. Esic Editorial. España
- Castro M (2007). **El sistema normativo del Salario: Ley convenio Colectivo, Contrato de Trabajo y poder del empresario**. Rústica, Ed. Dykinso
- Clemente M (2008), **Manual de Psicología Jurídica Laboral**. Delta Publicaciones S.R.L. Primera Edición. Madrid España.
- Figueroa R (2003). **Desempleo y precariedad en la Sociedad de Mercado**. 2da. Edición. Santiago: Universidad de Chile.
- Fortino, S (2003) **Crisis y precariedad vital**, Valencia: Tirant lo Blanch.
- Frances C (2005), **Conseil Emploi Revenues et Cohésion sociale, , La sécurité de l'emploi face aux défis des transformations économiques**, Paris, Rapport
- La Roca F (1996) **Economía Crítica, trabajo y medio ambiente**. Fundación D'Estudis Inicatives Sociolaborals. Universitat de Valencia
- Lorente R (2003). **La precariedad Laboral de trabajar a tiempo parcial: El caso de España**. Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Mantey (2005) **Inflación, crédito y salarios: nuevos enfoques de política monetaria para mercados imperfectos**. Madrid
- Pérez A. (2003) **Precariedad Laboral en Prisión**. Revista Derecho para Todos N. 14 Disponible en: www.nodo50.org/derechosparatodos/DerechosRevista/Derechos14.Precariedad.htm
- Polavieja, J. (2003), **Estables y precarios. Desregulación laboral y estratificación social en España, Madrid**, Centro de Quivera, Números 0-2 Escrito por Universidad Autónoma del Estado de México. Centro de Investigación y Estudios Avanzados en Planeación Territorial
- Rodgers G (1992), **El debate sobre el trabajo precario en Europa Occidental,** in **El trabajo precario en la regulación del mercado laboral**, Gerry y Janine Rodgers, ed., Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, Pp. 15-41.



Ruiz C (2004) **Políticas Sociolaborales** Carmen Ruiz Viñals (Coord.)
Editorial UOC, ISBN: 84-9788-030-7

Urquijo J y Bonilla J (2008). **La remuneración del trabajo. Manual para la gestión de sueldos y salarios.** Caracas. UCAB

Vosko L (2006), "**Precarious Employment: Towards an improved understanding of Labour Market Insecurity,**" in Precarious Employment. Understanding Labour Market Insecurity in Canada, Vosko L, ed., McGill-Queen's University Press, Montreal, Pp. 3-39.

Zubero, Imanol (2000), **El derecho a vivir con dignidad. Del pleno empleo al empleo pleno,** Madrid, Hoac, p.149



SALARIO EMOCIONAL COMO ELEMENTO CONCILIADOR DE LA PRECARIEDAD LABORAL

Rosa Virginia Barrios

Universidad José Gregorio Hernández
rosa.barrios@ujgh.edu.ve

Narvis Segundo González Corzo

Universidad José Gregorio Hernández
narvis.gonzalez@ujgh.edu.ve

Clemencia Markarian Chami

Universidad José Gregorio Hernández
clemencia.markarian@ujgh.edu.ve

RESUMEN

Se planteó analizar el impacto del salario emocional como elemento conciliador de la precariedad laboral en los trabajadores Venezolanos. La Investigación se clasificó del tipo documental descriptiva. El diseño de la Investigación es del tipo Bibliográfico. La técnica empleada para la investigación fue la observación documental donde se analizaron textos, fuentes doctrinales, entre otros. La fundamentación teórica estuvo basada en los postulados de: Acosta (2002), Palomo (2010), Soto (2008), Maluquer (2001), Garrido (2006). Regalía (2006). Para la técnica de análisis e interpretación de los datos se utilizó la hermenéutica, factores socio-económicos estudiados, como la inflación, devaluación, poder adquisitivo, entre otros factores, que afectan evidentemente al salario incidiendo así en la calidad de vida del trabajador Venezolano, en esa medida se verá afectada la vida de los trabajadores, por lo tanto el salario emocional, juega un gran papel como elemento conciliador. Se concluye: Que la precarización Laboral, ha provocado que los puestos de trabajo menos deseados sean ocupados por aquellos trabajadores remunerados por un salario mínimo, apareciendo las condiciones de trabajo negativas, al no haber garantías para poder ese trabajador planificar su futuro en función de los deficientes ingresos percibidos, donde se requiere la estrategia del salario emocional como elemento conciliador.

Palabras clave: Salario emocional, precariedad laboral, inflación.

INTRODUCCIÓN

El salario emocional es una estrategia aplicada a los trabajadores que necesitan incentivos tanto extrínsecos como intrínsecos, para poder dirigir sus acciones de manera clara y precisa, su efecto conciliador entre la familia y el trabajo tendrá, efectos positivos en la salud de los trabajadores afectados. El incremento de los niveles de estrés y problemas psíquicos, presentes constantemente en los trabajadores sin incentivos a pesar de ser fijos no se manifiesta el sentido de pertenencia, en tal sentido el salario emocional como estrategia gerencial ejerce un equilibrio entre, la vida personal y laboral de los trabajadores, de tal manera que estos se sientan tomados en cuenta por las organizaciones, y de esa manera poder fidelizarlos a la empresa desarrollar en ellos ese sentido de responsabilidad.



En cuanto a los efectos de la precariedad sobre los trabajadores y sobre todo en la influencia sobre su salud, el salario emocional puede dar satisfacción intrínseca para satisfacer necesidades que pueden disminuir los niveles de estrés, en tal sentido la precariedad laboral posee, por tanto, particularidades distintas como la sensación de inseguridad en el empleo que hacen necesaria su investigación en relación a la salud. La ausencia actual de datos y estudios facilita la invisibilidad social de un problema emergente con probables repercusiones en la salud de las poblaciones.

ENFOQUES TEÓRICOS

En las organizaciones el talento humano juega un papel fundamental, referido a la actividad propia de una empresa la cual debería tener como objetivo principal, conseguir el bienestar de todos los miembros de una institución como parte de los activos intangibles. Las organizaciones a través de su misión y su visión establecen estrategias gerenciales para proporcionarles a los trabajadores herramientas e incentivos tanto extrínsecos como intrínsecos que permitan que esto se sienta comprometido despertando en ellos sentido de responsabilidad y Fidelización, así como coadyuvar a los efectos de la precariedad laboral, donde la capacidad de compra de los trabajadores ha disminuido por efectos de la inflación.

En adición, el salario emocional es una estrategia aplicada a los trabajadores que necesitan incentivos tanto extrínsecos como intrínsecos, para poder dirigir sus acciones de manera clara y precisa, por lo tanto, se considera, lo expresado por Palomo (2010), como una retribución justa y competitiva, importante para las personas, pues un trabajador más que ganar dinero o que realizar una serie de tareas, donde un sueldo siempre puede ser mejorado por una empresa, sin embargo existen factores emocionales que marca la diferencia y el que hace que las personas sean leales y honestas con sus organizaciones.

En tal sentido, es un reto estratégico de las organizaciones Invertir en salario emocional para conseguir despertar el compromiso de las personas y conocer que es lo que los motiva realmente a cada uno. En definitiva se habla de salario emocional, aunado al efecto que este puede ejercer sobre los trabajadores en estado de precariedad laboral.

Al respecto, Acosta (2002) señala que el salario emocional además de atender las llamadas motivaciones extrínsecas, que pueden ser materiales o morales, se deben tener en cuenta las intrínsecas que tiene que ver con la satisfacción interna de las personas, con el trabajo que realizan y trascendencia social, ofrecer este tipo de salario a los trabajadores parte de una alta consideración de lo que hacen, un reconocimiento de la dirección a la empresa y de los clientes es sentirse útil, disfrutar la faena que desempeña, sentirse incluido en un equipo de éxito, vibrar de emoción cuando la organización alcanza un logro importante.

Al relacionar estos conceptos, se determina que a las personas se les puede compensar no solo con dinero o en especie, sino satisfaciendo otro tipo de necesidades, incluidas las internas. Así, el salario emocional sería el que trata de brindar a los empleados beneficios, que les hagan sentirse cómodos y con un valor adicional. Aspectos que los hagan apearse a su empresa y que la hacen diferente de las demás, como servicios concretos o dotaciones materiales, es por ello, que en momentos de crisis económica, el salario real y nominal es vital, pero a la pérdida de capacidad de compra de este, las empresas deben optar por una estrategia que fidelice a su personal.



De allí, que el secreto del salario emocional está en la motivación, así que se pueden tomar en cuenta factores tales como: Invertir en el desarrollo de un sistema de aprendizaje continuo dónde la formación profesional sea importante para la empresa, pólizas atractivas de HCM para el trabajador y sus familiares, planes de guarderías, colegios e incentivos para sus hijos, que el trabajador cuente con asistencia legal, mensajería, agencias bancarias dentro de la organización.

De lo anterior se evidencia que, comunicarse plenamente con los empleados para que conozca lo que se espera de él, deposita confianza para que el empleado logre desarrollar el poder de expresar sus ideas e inconformidades, al igual que respeto con la que se puede obtener una buena relación y comunicación con su jefe directo. Sin obviar la creación de una carrera en la empresa dónde se tenga la posibilidad de contribuir en otras áreas con oportunidades de ascenso, considerando diseño del puesto de trabajo dónde se pueda disponer de un buen ambiente laboral, flexibilidad de horarios y autonomía en sus labores.

Es por ello, que la gerencia debe considerar como importante el proceso de comunicación directamente con sus trabajadores. Es importante que la gerencia comprenda la importancia de las comunicaciones directas pues aportan seguridad y satisfacción a su recurso humano, y con mayor énfasis en los trabajadores esto hace que el trabajador se sienta tomando en cuenta y se afiance y mejoran las comunicaciones interpersonales afirmando los valores institucionales, los directores deben conocer cuáles son la expectativas que cada trabajador tiene de la organización donde labora, cuáles son sus prioridades, problemas personales que le permitan desarrollarse como profesional sin dejar de conciliar su ámbito familiar.

Aunado a unas condiciones económicas donde el sueldo de los Venezolanos no es el elemento que incentiva plenamente a los trabajadores, por lo que existen mayores posibilidades de fugas de talentos buscando otros horizontes, donde quizás tenga la posibilidad de ubicarse en una empresa que le dé la oportunidad de obtener mayores beneficios económicos y emocionales que le permita crecer como profesional.

Sin embargo, las organizaciones deben brindarle a los trabajadores ambientes donde ellos se sientan a gusto, con un clima organizacional que le permita sentirse cómodo a gusto y en confianza de ofrecer su creatividad y que sus aportes sean tomados en consideración, de tal manera que los procesos sean mejorados, optimizando la calidad de servicio y aumentando el sentido de responsabilidad y pertenencia por la empresa, es allí donde el salario emocional le ofrece al trabajador una mejor calidad de vida. Que sienta la seguridad de alcanzar los objetivos personales

Al complementar el desarrollo de herramientas de revisión de rendimiento de personal para lograr el reconocimiento positivo de los rangos superiores, considerando la importancia de sembrar en los colaboradores las condiciones que puedan aportar ventajas positivas como lo es el salario emocional, esta es una excelente forma de fidelizar a los trabajadores, el sentido de pertenencia con la empresa, junto con la visión estratégica de su directiva pueden lograr las condiciones para tener un organización de marca mundial.

EFFECTOS DEL SALARIO EMOCIONAL COMO COADYUVANTE EN LA DISMINUCIÓN DE PRECARIEDAD LABORAL

No hay muchos estudios sobre el salario emocional como coadyuvante del efecto de la pérdida de capacidad de compra de los trabajadores por efecto de la inflación lo que conlleva a la precariedad laboral, estos son diversos y de índole variada, tal así lo describe Maluquer



(2001), por lo que a continuación se describe los diferentes efectos de la Insuficiencia de ingresos:

1. Consolidación de la dualidad del mercado de trabajo. Coexistencia de trabajadores con buenas condiciones laborales por su condición de fijos con salarios menores y largas jornadas, con insuficiente capacidad para la defensa de sus derechos, lo cual condiciona de manera negativa la defensa de sus intereses.

2. Menor Motivación e implicación de los trabajadores en el futuro de la empresa, por lo que el trabajador ve la empresa como un lugar de paso temporal, de modo que no refleja sentido de pertenencia.

3. Aumento de la tasa de accidentalidad. Los trabajadores con sentido de pertenencia conocen mejor su trabajo desempeñándose con mayor destreza que los empleados desmotivados los cuales corren mayor riesgo de accidentes

4. Efectos en la salud de los trabajadores afectados. El incremento de los niveles de estrés y problemas psíquicos, presentes constantemente en los trabajadores sin incentivos a pesar de ser fijos no se manifiesta el sentido de pertenencia.

En cuanto a los efectos de la precariedad sobre los trabajadores y sobre todo en la influencia sobre su salud. Amable. (2006), establece que: La precariedad laboral posee, por tanto, particularidades distintas a la inseguridad en el empleo que hacen necesaria su investigación en relación a la salud. La ausencia actual de datos y estudios facilita la invisibilidad social de un problema emergente con probables repercusiones en la salud de las poblaciones. Las preguntas sin respuesta son numerosas: ¿cuál es el impacto de los distintos niveles de precariedad sobre la salud y en particular sobre la salud mental?, ¿cómo afecta al sufrimiento de las personas?, ¿es el trabajo precario un problema para las clases más privilegiadas?, ¿tiene un impacto distinto entre ambos géneros?, ¿cuáles son los posibles factores protectores?

Para Laparra (2006) las hipótesis a investigar son también diversas: por lo que Expresa, tener un nivel de precariedad laboral mayor puede ser causa y consecuencia de tener una peor salud; el trabajo precario probablemente incrementa el riesgo de peor salud entre aquellos trabajadores que ya tienen las peores condiciones de trabajo y provienen de las clases sociales con menores ingresos;

Es importante destacar que una vez establecido lo que debe entenderse de impacto sobre la salud, la segunda vía, serían aquellas variables intermedias relacionadas con el bienestar, como por ejemplo, la satisfacción laboral o satisfacción en su vida, que podrían tener un impacto sobre la calidad de vida, es allí el papel fundamental de la inclusión del salario emocional como estrategia gerencial como elemento conciliador de la precariedad laboral. Sin embargo algunos estudios han demostrado cómo la satisfacción laboral disminuye cuando aumentan los niveles de estrés y tensión en el trabajo, y en el entorno familiar incrementa la fatiga y disminuye los niveles de control.

Finalmente, el estrés como facilitador de conductas no saludables, que van en detrimento de la salud y su calidad de vida, como ejemplo de ello, señalan la disminución de la actividad física, aumento del consumo de alcohol y tabaco, junto con malos hábitos alimentarios. Incluyen



también, además del estrés, otros dos mecanismos que podrían estar relacionados con la precariedad, como son la privación material y la exposición a factores de riesgo en el ámbito de trabajo. La exposición por periodos prolongados de limitados recursos económicos así como viviendas precarias y ausencia de accesos a la educación y a los servicios sanitarios adecuados, conlleva a situaciones de estrés, como también formas inseguras de inserción social.

No obstante para Garrido (2006), los altos niveles de estrés según la psicología del trabajo produce efectos negativos provocados por los actuales cambios en las condiciones de trabajo, que ponen de manifiesto la precariedad laboral así como el desempleo, la incertidumbre con respecto al futuro, el temor a la pérdida del empleo, hacen que se afecte negativamente el bienestar psicológico del empleado, se convierten en serios obstáculos para la conciliación entre el empleo remunerado y la vida familiar, así mismo las consecuencias sociales y psicosociales deteriorando la vida del trabajador.

Además como lo expresa Soto (2008), la fragilidad del lazo laboral producto de la precariedad es un conjunto con la vinculación a una organización a la cual se pertenece genera una vivencia de extrema incertidumbre y ansiedad, con expectativas que no corresponden con lo esperado por el trabajador, el costo de inseguridad y precariedad laboral por el temor a perder el empleo perjudica la salud del trabajador y también tener una peor salud mental, los empleados sin incentivos emocionales presentan más problemas de salud, corren el riesgo doble de tener accidentes laborales, pagando un alto costo de salud mental y física.

En tal sentido para Regalía (2006) los dos niveles para un estudio de la precariedad laboral y la salud señalan que la misma, al ser componente esencial de la sociabilidad, no sólo es una posibilidad de daño a la salud sino una imposibilidad de tener buena salud. Es decir que se trata de la imposibilidad de disponer del control sobre todos los elementos que posibilitem la adopción de sus decisiones sobre la salud la interpretación del por qué la precariedad laboral puede afectar la salud, distingue por una parte, los aspectos que impedirían alcanzar un estado de salud, y por otra, la posibilidad que la precariedad laboral deteriore el estado de salud y genere trastornos o daños

METODOLOGÍA

La Investigación se clasifica del tipo documental descriptiva. El diseño de la Investigación es del tipo Bibliográfico. La técnica empleada para la investigación fue la observación documental donde se analizaron textos, fuentes doctrinales, entre otros. Para la técnica de análisis e interpretación de datos se utilizó la hermenéutica jurídica económica, factores socio-económicos, poder adquisitivo, entre otros factores, que afectan evidentemente la calidad de vida del trabajador, en esa medida se verá afectada la vida de los trabajadores.

En esta investigación efectivamente el salario emocional para los trabajadores es una estrategia óptima para mantener una buena calidad de vida. Lo analizado trajo como resultados importantes que el salario emocional coadyuva a la disminución de la precariedad laboral; insuficiencia de ingresos en Venezuela, producto de inflación.



CONSIDERACIONES FINALES

Al inferir en el contexto Venezolano actualmente las organizaciones se ven en la necesidad como desafío de invertir en el desarrollo del talento humano. En un medio cada vez más competidor, globalizado, lo cual conlleva de manera imprescindible a la fidelización del personal constituyéndose en un tema de importancia dentro de las organizaciones, donde, se debe solventar la exigencia contemporánea y ganar el futuro que es cada vez más complejo y para ello se necesitan los mejores profesionales.

La actualidad Gerencial al enfrentarse al fenómeno de la globalización, debe ajustarse a este escenario porque es la realidad económica que se vive en Venezuela, la calidad de vida del trabajador ha disminuido, por lo tanto se debe involucrar al salario emocional, como incentivo, como se dice, que los aspectos emocionales son relevantes para el trabajador para garantizar su fidelidad con la empresa. La compensación a los trabajadores puede ser en especie, o en su defecto satisfaciendo otras necesidades, incluidas las emocionales.

De igual manera, queda en evidencia que la precariedad laboral, es explicada como errores del mercado o ausencia de normativa influenciada por factores externos. Esta se manifiesta en mecanismos que generan una integración frágil, incorporando inseguridad económica, sin medios de protección que no sean el esfuerzo individual o el emprendimiento, por la existencia de contratos de trabajo que en todos los aspectos fragilizan las relaciones laborales, fácilmente abortables sin la mínima reconversión heterogénea de los salarios.

Por lo tanto la precariedad es la falta de control por parte del trabajador en su trayectoria laboral, impidiendo la planificación de su vida, dando lugar a una situación de fragilidad económica y social, sobre todo ubicándola en la jerarquía ocupacional, de tipo auxiliar donde sus ingresos son los más bajos, salarios mínimos, tratándose de empleos no calificados o con calificación baja.

La precarización cuestiona las garantías de seguridad de los trabajadores, en la política económica, su subordinación en la estabilidad y una menor protección frente el despido, la regulación legal y colectiva de las condiciones de trabajo (salud laboral, jornada..) queda limitada por la mayor discrecionalidad empresarial en la fijación de dichas condiciones y por la individualización de las relaciones de trabajo, y por último la inseguridad de los ingresos (tanto salario directo como de las prestaciones sociales) se ve cuestionado por situaciones de salarios bajos.

No obstante el la empresa debe aplicar estrategias que permitan la conciliación entre el trabajo y la vida familiar de su talento humano a fin de que este tenga una calidad de vida integral. En este sentido la precarización Laboral, ha provocado que los puestos de trabajo menos deseados sean ocupados por aquellos trabajadores remunerados por un salario mínimo, apareciendo las condiciones de trabajo negativas, al no haber garantías para poder ese trabajador planificar su futuro en función de los deficientes ingresos percibidos.

De tal manera, la precarización laboral señala actualmente un proceso histórico ante la observancia de la integración económica y estable que todo traba bajador añora, es por ellos que la precariedad laboral se constituye en un elemento de vulnerabilidad social y en la precariedad económica , existen dos tipos de empleo el precario y el no precario, pero en todos



están presentes las dimensiones de la precariedad sin control sobre los puestos de trabajo con expectativas de futuro inciertas, actuando directa o indirectamente sobre quienes la padecen.

En conclusión el salario emocional como elemento esencial en la vida de cada trabajador, las empresas deben utilizar esta estrategia para poder conciliar las deficiencias dinerarias con incentivos intrínsecos que van en pro de la calidad de vida de los trabajadores Venezolanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A (2002) **Recursos humanos en empresas de turismo y hotelería** Personé Educación .España
- Amable, M (2006), **La precariedad laboral y su impacto en la salud. Un estudio de trabajadores asalariados en España.**, Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra.
- Garrido, A (2006) **Socio psicología del Trabajo**. Editorial UOC
- La Parra, (2006), **La construcción del empleo precario, dimensiones, causas y tendencias de la precariedad laboral**. Madrid España. Fundación Foesa
- Maluquer, C (2001) **Relaciones Laborales. Bernet, Universitat Oberta de Catalunya Guadalupe Mántey de Anguiano. Inflación, crédito y salarios: nuevos enfoques de política monetaria**
- Palomo, M. (2010) **Liderazgo y motivación de equipos de trabajo**. Sexta Edición. Esic. Editorial. Pozuelo de Alarcón Madrid España.
- Regalia, I. (2006) **Regulating New Forms of Employment**. New York. Routledge.
- Soto, R. (2008) **Flexibilidad Laboral y Subjetividades: Hacia una Comprensión psicosocial del empleo contemporáneo**. Ediciones, Universidad Alberto Hurtado, 2008.



GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL MÉTODO PRICING COMO PLATAFORMA DE PRECIOS EN EL SECTOR CONSTRUCCIÓN

Alexis Segovia

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
asegovia@urbe.edu.ve

Carlos Vera

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
carlos.vera@urbe.edu

RESUMEN

El propósito de ésta investigación la gestión estratégica del método pricing como plataforma de precios en el sector construcción del estado Zulia, sustentado teóricamente en los autores: Hernández (2008), Méndez (2008) y Pauda (1996) en el área de Metodología de la Investigación. Para gestión estratégica; Porter (1999), Serna (1999), Abascal (2000), entre otros (2008). De igual manera para método "pricing" se trabajó con; Nagle y Holden (2005), De Jaime (2007), Mills (2002. Se realizó dentro de los parámetros del paradigma positivista, tipo descriptiva, de campo, con un diseño no experimental, transeccional. La población conformada por 16 líderes de las empresas: PAP Construcciones, C.A., DECONFERCA, Constructora Hermanos Pietralunga, C.A., ZIC, C.A., SAMFOR, C.A. y GUEDEZ ROMERO INVERSIONES, C.A. Se utilizó el cuestionario integrado por 58 reactivos, con afirmaciones con una escala de varias alternativas tipo likert, la validez se obtuvo con juicio de 12 expertos, en el caso de la confiabilidad se aplicó el coeficiente Alpha de Cronbach, dando como resultado 0,95 indicando la alta consistencia del mismo. Se concluyó que las claves de la gestión estratégica mostraron un alto nivel de aplicabilidad dentro del sector construcción lo cual se fundamentan en la excelencia y la innovación, como parte de los elementos en los cuales se basa su gestión estratégica, igualmente los gerentes no demostraron interés por la anticipación, por otro lado en los procesos de gestión estratégica de los recursos de organizaciones de alto nivel financiero dentro del sector construcción, es aprovechado para el desarrollo de la excelencia y la innovación como parte fundamental de su fortalecimiento estructural

Palabras clave: Gestión, construcción, pricing.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los procesos macro económicos globales en el acontecer de la economía mundial tiene sus efectos en los países del mundo y en los sectores productivos que la sustentan, estos efectos, ya sean favorables o desfavorables, provocan cambios importantes en las organizaciones que los conforman y las mismas a su vez se ven obligadas a tomar decisiones importantes que buscan favorecer su estabilidad y en algunos casos su desarrollo y crecimiento dentro de dicho sector. Tal es el caso del sector construcción en Venezuela, donde en la actualidad se ponen de manifiesto una cantidad de situaciones que han ido generando una fuerte disminución del nivel de inversión por parte del sector privado, produciendo una disminución en la oferta de productos y servicios, un incremento en los costos de producción por una reducida disponibilidad de materia prima y con una alta competencia entre las grandes empresas que actualmente mantienen operaciones en este mercado y que ven amenazada su existencia como organización en el país.



Una vez planteada la problemática, hoy en día en materia de competitividad en ventas, la gestión estratégica en el sector construcción, el proceso de asignación de precios permiten a los gerentes establecer procesos innovadores que combinándolos con postulados modernos en la gerencia de las organizaciones, éstos aplican técnicas de mercadotecnia novedosas apoyadas en los beneficios que brinda el desarrollo tecnológico en estos tiempos.

Es allí donde aparece el “método Pricing” que no es más que una metodología de asignación estratégica de precios que combina las técnicas de marketing con la teoría financiera y de ventas, buscando armonizar cada uno de estas especialidades, orientadas a la incorporación de atributos de incremento del valor agregado de los productos y servicios para los clientes, preservando la rentabilidad de ventas que es la razón de ser de las organizaciones.

No obstante la gestión estratégica del método pricing como plataforma de precios es una variable que busca establecer una respuesta de aceptación para el sector construcción y que busca romper con viejos paradigmas de asignación de precios de forma rígida como lo es el método Mark up, que consiste en la asignación de precios a partir de la suma de los costos más la rentabilidad de la inversión sin considerar aspectos que desde el punto de vista del marketing resultan innovadores. En función a lo señalado, se formuló para este artículo los objetivos específicos: identificar las claves de la gestión estratégica en su aplicabilidad al sector construcción, y caracterizar las competencias del método pricing en el sector construcción.

SECTOR CONSTRUCCIÓN EN LATINOAMÉRICA Y VENEZUELA

Debido a la importancia que representa el sector construcción para la economía mundial y su posible sensibilidad ante los cambios radicales que pudiese sufrir en virtud de una crisis financiera, se hace necesario evaluar si realmente se ha dado una efectiva gestión estratégica y cuál ha sido el efecto para Latinoamérica y en específico para Venezuela. Según Flores (2009), la crisis financiera mundial ha hecho sentir sus efectos en Latinoamérica en años consecutivos.

Según Flores (2009), la crisis financiera global, en este año, ya está afectando de manera directa a Latinoamérica. Países como Ecuador, Panamá y Brasil, Vivieron la paralización casi total de su proceso productivo Según declaraciones del presidente de la Cámara de la Construcción de Quito la principal causa de la situación Fue atribuida a la restricción en las entrega de los auxilios financieros a las empresas en emergencia por parte de la banca en este país.

Se presume que el problema generado por la crisis mundial fue de índole netamente financiero, probablemente la ausencia de una gestión que contribuya a mejorar la crisis del sector, pero también hay que tomar en cuenta que la incertidumbre en este caso juega un papel fundamental en la desaceleración de la inversión dentro del sector privado, incrementando el fenómeno a su máxima expresión. Asimismo Feller-Rate (2010) indicó que el desarrollo y desempeño del sector inmobiliario y construcción chileno ha estado fuertemente ligado al crecimiento del país y a los ciclos económicos que éste ha registrado. Históricamente, el PIB de la construcción ha representado del orden del 8% del PIB de Chile.

En el caso particular de Chile, el sector construcción no ha sido afectado de manera tan severa como en países europeos, este caso no ameritó una observación más particular que permitiera aprender de las posibles estrategias de gestión aplicadas por las organizaciones y los entes gubernamentales ante esta crisis mundial. En 2007, la inversión estimada en



construcción alcanzó los US\$ 15.700 millones, previéndose para 2008 un crecimiento de 7%. Del total de inversión proyectado para el presente año, un 73% correspondería a construcción privada en la cual existe una situación a nivel de precios, donde una buena estrategia de marketing pudiera vincular con opción a regular los mismos y favorecer la inversión.

En Venezuela, el sector construcción probablemente se encuentre fuertemente afectada tanto por la crisis financiera mundial como por posibles decisiones inapropiadas en materia económica asumidas por los organismos competentes que, posiblemente, puedan estar generando escases de materia prima de gran importancia como lo es el cemento y las barras de acero que se producen en este país.

De acuerdo con esta condición es posible percibir que, a nivel global, se ha desencadenado una presunta situación de alto riesgo para la inversión dentro del sector privado de la construcción, lo cual podría llevar a los inversionistas a tomar decisiones que afecten de forma directa el desarrollo natural del mismo. De igual manera, otro de los posibles aspectos de vinculación con esta desaceleración dentro del sector, podría ser la falta de una efectiva “gestión estratégica” que permita a los gerentes amoldarse a la nueva situación del mercado, pudiendo controlar las variables, siendo afectadas y fortalecer a la organización en pro de incrementar su nivel competitivo dentro de dicho sector.

¿CÓMO GESTIONAR EL MÉTODO PRICING POR MEDIO DE UNA PLATAFORMA DE PRECIOS?

Según Betancourt (2004), la gestión estratégica es la acción o efecto por parte de la gerencia, de crear las estrategias adaptativas que requiere el negocio para sobrevivir a corto plazo y las estrategias anticipativas para ser competitivos a mediano y largo plazo. De tal forma, los aspectos que posiblemente pudiese estar afectando al sector construcción es la forma de determinar los precios el cual, en la actualidad, sigue manejando el método Mark up para la determinación de precios, el cual establece en primer lugar la determinación de los costos más el rendimiento de la inversión para poder obtener el precio final del producto.

Por tal razón, el sector construcción se pudiera apoyar para ser más competitivo para ellos en el método pricing, por cuanto generarían valor a sus productos, permitiría activar los negocios de costos, y al mismo tiempo el rendimiento de su capital sería más efectivo; no olvidando que hay que vincular la gerencia de mercadeo en apoyo a las estrategias que formulan. Según De Jaime (2007), el pricing es un método para la fijación de precios, que logra conectar el proceso de ventas con el proceso de marketing, buscando vías creativas que generen valor al producto para la fijación de precios destacando la relación costo producción vs precio.

Dentro de la misma situación la posible ausencia de una “plataforma de precios” que apoye la gestión estratégica como herramienta invaluable para la toma de decisiones podría ser otro de los factores determinantes para la presunta crisis que afecta al sector construcción. Debido a la novedad en la conceptualización del término “plataforma de precios” se ha determinado la creación del mismo dentro del contexto, como un sistema de información que maneja todo lo relacionado con estrategia competitiva de precios, entendiéndose por “sistema de información”, según Laudon y Laudon (2004), es todo aquel cuyo propósito es recolectar almacenar y distribuir la información del entorno y las operaciones internas de una organización, con la



finalidad de apoyar las funciones y la toma de decisión, comunicación, coordinación, control, análisis y visualización de la organización.

Según Juan Francisco Jiménez, presidente de la Cámara Venezolana de la Construcción (CVC), para el 2011 el panorama en el sector construcción luce cada vez más sombrío. El retroceso presentado durante el primer trimestre es sólo la punta del iceberg, pues en ese factor incidieron la menor inyección de recursos y una caída de la inversión privada. El retroceso registrado por la construcción en el primer trimestre del año se debió a la menor inyección de recursos. Dicho descenso es preocupante y apuntó que aspira acuerdos con el Ejecutivo Nacional para impulsar la actividad.

Toda esta situación pudiera revelar la existencia de problemas que tal vez vienen generando el desestimulo en los inversionistas privados y en todos los factores involucrados al sector construcción, a pesar de la apertura a la gran “Misión Vivienda” promovida por el gobierno nacional y que hasta ahora solo pudiera estar agravando el problema de la baja oferta de materia prima en el mercado, en especial la de materiales ferrosos y cemento, tal vez la fórmula de gestionar estratégicamente estos procesos no han dado los resultados esperados, por lo que estaría afectando el flujo de las negociaciones dentro del sector construcción.

Por las razones antes expuestas, se presume la generación de consecuencias que involucran, entre otros, un incremento apreciable en los niveles de desempleo y una disminución en la estimulación de los mercados relacionados, probablemente afectando la economía de los pueblos. Es por esta razón que se hacía necesaria la estimulación de dicho sector para poder controlar y en efecto revertir el fenómeno económicamente adverso que pudiera estar generando esta situación en el país.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, se puede deducir que el problema planteado requiera de la aplicación de sistemas efectivos de gestión estratégica que permita la rápida adaptación del sector en estudio a la nueva configuración del mercado y evolucionar dentro del mismo, generando alternativas novedosas y efectivas que estimulen la actividad, dentro del marco legal, cumpliendo con todos los requerimientos impositivos, sin que esto repercuta en la rentabilidad del negocio que es la razón de ser de las empresas.

¿CÓMO SE CREA UNA PLATAFORMA DE PRECIOS APLICANDO EL MÉTODO PRICING?

La intensidad con la que gestionan las organizaciones hoy en día, debe permitir administrar prospectivamente los recursos económicos armónicamente, con los planes de marketing y aspectos financieros, orientados hacia la conformación de un sistema informático que permita a las organizaciones un apropiado apalancamiento tecnológico - estratégico en la implementación de un modelo novedoso orientado hacia la maximización de los atributos que generan valor para los consumidores, según lo planteado por autores como: Betancourt (2006), y De Jaime (2012), entre otros.

Para Sallenave (2002), el intérprete de la acción empresarial, según un enfoque estratégico, racionaliza los objetivos de la empresa y el camino que ha de seguirse para lograrlos. El estrategia es un calculador. Para él la empresa no es un conjunto de personas o de estructuras, sino más bien una “caja negra”, un cuerpo cuyo contenido se desconoce pero cuyas reacciones ante eventos externos es predecible.



Así mismo para Serna (2003) la planeación estratégica gerencial es el proceso mediante el cual los que toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad, con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro. Es un proceso que debe conducir a una manera de pensar estratégica, a la creación de un sistema gerencial inspirado en una cultura estratégica.

Según lo anteriormente expuesto y luego de revisar los postulados se encontró que la gestión estratégica es una tendencia que se orienta hacia el logro de los objetivos a través del pensamiento estratégico en las organizaciones, diagnóstico empresarial, manejo de escenarios, promoción de cultura organizacional, análisis situacional, entre otros, que permiten a los estrategas establecer las tácticas aplicables y mediante el logro de metas a corto plazo ir alcanzando cada uno de los objetivos planteados hasta el logro de la visión en el largo plazo.

Dentro del sector construcción la manera más adecuada de gestionar estratégicamente una empresa es orientada hacia el planteamiento de una visión a corto plazo (máximo cinco años), de acuerdo con la volatilidad de este mercado, la posible dificultad para la procura de los materiales, el alto costo de la tecnología aplicada, el alto nivel de especialización que se requiere, entre otros. El poder administrar de forma eficiente los recursos de una empresa dentro del sector construcción, debería establecer planes prospectivos accesibles y adaptados a la realidad del segmento de mercado que se pretende abordar, lo cual sería un reto que debería asumir si se desea alcanzar el éxito organizacional.

Según la teoría de De Jaime (2012) el “pricing” es el método para la fijación de precios que logra conectar el proceso de ventas con el proceso de marketing, buscando vías creativas que generen valor al producto para la fijación de precios, destacando la relación de costos de producción y precios. Dentro de las estrategias empresariales, el marketing contribuirá a añadir valor siempre que sea capaz de crear una comprensión interna de las ventajas que buscan los consumidores, y a coadyuvar con las demás funciones a que la empresa ofrezca dichas ventajas. Debe conseguir que se comprendan suficientemente las necesidades del consumidor para hacer de ese potencial una realidad.

Para Nagle y Holden (2005), la fijación estratégica de precios debería desempeñar un papel integrador en la estrategia de empresarial. No solo forma parte del marketing, sino que también forma parte de las finanzas y de la estrategia competitiva. de igual modo estos autores señalan que “cuando se hace correctamente la fijación de precios, y se constituye el nexo de unión entre las actividades, solo se puede alcanzar una mayor rentabilidad” cuando se encuentran y explotan las sinergias entre las necesidades del consumidor y las capacidades del vendedor, estas producen un mayor valor para ambas partes. La búsqueda y explotación de estas sinergias es lo que se denomina “pricing” o “fijación estratégica de precios”.

La adaptación de este método a las estrategias de mercadeo del sector construcción pudiese ser una herramienta competitiva muy importante para las empresas que se desenvuelven en este mercado ya que la implementación tácticas de incremento de valor en diseños innovadores o la implementación de nuevas tecnologías en construcción podría incrementar el nivel competitivo dentro de dicho sector a quien lo aplicase.



CLAVES DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA

Para poder implementar de forma efectiva la “gestión estratégica” es necesario conocer lo que dicen los diferentes autores acerca de cuáles son las claves que determinan su eficiencia. Así mismo conocer los aspectos importantes que cualquier organización debería implementar para poder considerar que se está realizando, verdaderamente, una gestión estratégica.

Según Betancourt (2006), existen tres elementos claves de la gestión estratégica empresarial para quienes desean ser competitivos que son las siguientes: excelencia, innovación y anticipación. Estos tres aspectos son considerados claves en la implementación de un proceso de administración de recursos de forma estratégica, incrementando el nivel competitivo de las organizaciones que lo aplicasen de manera eficiente sin hacer uso excesivo de las bondades que esta teoría puede brindar.

Esta teoría encaja muy bien dentro del sector construcción, donde las empresas que deseen incrementar su nivel competitivo dentro del mercado deben tener bien claros sus objetivos, misión, visión, dentro del marco filosófico organizacional, alinear sus estrategias hacia el logro de los mismos, encarrilando todos sus recursos hacia ello, mediante el direccionamiento hacia la excelencia en sus procesos, estableciendo procesos y productos innovadores, y anticipándose ante la competencia en la implementación de la innovación en virtud de lograr una clara diferenciación en el mercado.

ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS

Tradicionalmente las organizaciones han buscado la forma estratégica más eficiente según su criterio generando modelos adaptativos aplicados según sea el caso y que con el paso del tiempo han ido perfeccionándose en función de alcanzar los objetivos y la visión organizacional, dando origen a las diferentes estrategias alternativas que actualmente soporta la teoría.

Para Serna (2003), posterior al análisis estratégico donde se determinan las opciones estratégicas dentro de las cuales se seleccionan aquellas que han de constituir los proyectos que integran el plan estratégico de la organización. Una de las metodologías más tradicionales se comprende dentro de las estrategias alternativas, la cual consiste en identificar caminos mediante los cuales una organización puede definir las estrategias para alcanzar su visión y por tanto, un desempeño exitoso en el mercado. Estas alternativas se integran a través de: estrategias ofensivas, defensivas, genéricas y concéntricas.

La implementación de estrategias alternativas de competitividad en el sector construcción podría determinar una manera de enrumbarlas hacia el logro de su visión. El aprovechamiento de las posibles imperfecciones dentro de este mercado podría definir de forma clara las tácticas y estrategias que estas empresas deben implementar para obtener beneficios y ventajas por sobre el supuesto empirismo de otras organizaciones que no la aplican o la aplican de manera inapropiada.

ELEMENTOS DE LA RENTABILIDAD DE LAS VENTAS

Parte importante y definitoria para las organizaciones es su rentabilidad, que es su razón de ser, pero debemos tener en cuenta cuales son los elementos que determinan la rentabilidad en



las ventas y poder considerarlos a la hora de establecer o evaluar una estrategia competitiva de precios.

Para De Jaime (2012), el margen de contribución conceptual debe interpretarse como la porción del precio que añade beneficios o reduce pérdidas y por consiguiente indica la importancia del volumen de ventas como objetivo de marketing. Dentro del pricing, una forma muy práctica de utilizar el concepto de margen de contribución para las decisiones sobre precios es a través de su concreción como porcentaje sobre los precios de venta.

En relación con el sector construcción, este indicador viene a marcar la diferencia, ya que en la actualidad todavía se sigue utilizando de manera estructurada el método Mark up, estableciendo de manera directa porcentajes de utilidad al costo de producción sin considerar el impacto que este puede provocar en el mercado o si es posible su optimización en partidas de alta dependencia y baja sensibilidad al costo por parte del cliente.

FUNCIONES DEL VALOR DE MERCADO

Para la gerencia, el tener conocimiento pleno del mercado meta forma parte importante para apuntar al éxito en su gestión, por tal motivo se requiere establecer estrategias que permitan controlar estas funciones de mercados específicos para lograr la máxima eficacia de cada uno de los procesos organizacionales, aplicar métodos innovadores exitosos y logra el mejor rendimiento de la actividad económica.

Según De Jaime (2012), las reglas de mercado enseñan que lo que determina finalmente el “precio no es el costo de fabricación del producto ni la cantidad de beneficios que la empresa quiera obtener, sino la percepción que tengan los consumidores del valor de dicho producto” Los costos y la competencia son factores de suma relevancia en la fijación de precios para el pricing, los clientes son elementos críticos, pues de cómo perciban el valor de los productos o servicios de la empresa, dependerán directamente su propensión y disponibilidad a pagar el precio que por ellos se haya establecido.

Si contrastamos esta teoría dentro del contexto del sector construcción, el conocimiento del mercado y sus funciones resulta fundamental en la participación activa de la organización, quien tiene participación natural en procesos licitatorios donde en encontrarse desfasado o desactualizado en materia de precios y en movimiento de mercado podría significar, desde la pérdida de algún proceso de licitación, como el fracaso económico al ganar algún concurso con una propuesta sin rendimiento alguno.

MÉTODO PRICING EN FUNCIÓN DE LA COMPETENCIA

Dentro de los mercados es común encontrar diferentes tipos de precios hasta para un producto en particular, esta condición establece un clima de competitividad que define el porcentaje de participación de cada empresa en dicho mercado según la competitividad de sus precios.

Para De Jaime (2012), las estrategias de precios deberán considerar los precios de mercado o precios de referencias y actuar en consecuencia, pues dicho precio marca un nivel de precios cuya superación entrañará serias dificultades, la competencia restringe la discrecionalidad a la hora de fijar precios y estrecha a un marco más reducido las posibilidades



o los distintos precios que se pueden fijar para un producto o servicio. Dentro del sector construcción es muy común esta estrategia debido a que las empresas se apoyan en diferentes tácticas para reducir costos y de alguna manera ofertar lo más bajo posible para ganar las licitaciones tanto en el sector público como privado.

METODOLOGÍA APLICADA

A continuación se muestran las diferentes etapas que se debieron cumplir en la elaboración del presente trabajo investigativo: se plantearon las interrogantes correspondientes a la idea impulsora y se definieron el objetivo general y los objetivos específicos en un primer capítulo donde quedo establecido el planteamiento del problema.

Posteriormente se recolecto información referente a antecedentes relacionados con la temática de estudio sirviendo de base orientadora para el presente estudio, posteriormente fue recolectada toda la base teórica que en la actualidad existe acerca del tema generándose fundamentos teóricos del trabajo investigativo, el cual sirvió de apoyo para la conformación del cuadro de operacionalización de la variable, quedando esta última plenamente definida teórica y operacionalmente en lo que se denominó el capítulo dos de la tesis.

Posteriormente fue definido el tipo de investigación y diseño que serviría de plan de trabajo. Se diseñó el instrumento a ser utilizado como prueba piloto, el cual se aplicó a la población objeto de estudio, que no participó en la muestra definitiva. Se aplicó el instrumento definitivo a los sujetos pertenecientes a la población objeto de estudio. Se procedió a tabular los datos para lo cual se elaboró una matriz de doble entrada (Sujetos – Respuestas por ítems), para alimentar la base de datos.

Se realizó el tratamiento estadístico correspondiente para luego discutir resultados los cuales contribuyeron a dar soportes al planteamiento del marco teórico. Por último se llegó a la fase de redacción, transcripción y corrección para luego realizar la reproducción del borrador de la investigación y finalmente presentar ante un jurado experto en el área.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.

Esta investigación tuvo su orientación de resultados en el análisis de la gestión estratégica del método pricing como plataforma de precios en grandes empresas pertenecientes al sector construcción en el estado Zulia, Venezuela. En función a lo señalado, se formuló para este artículo los objetivos específicos: identificar las claves de la gestión estratégicas en su aplicabilidad al sector construcción, y caracterizar las competencias del método pricing en el sector construcción.

En el objetivo claves de la gestión estratégica en su aplicabilidad al sector construcción”, el mismo revela alto nivel de aplicabilidad dentro del sector construcción, el cual demuestra un alto nivel de aplicabilidad en cuanto a excelencia e innovación, como parte de los elementos en los cuales se basa su gestión estratégica, no siendo así para el caso de la anticipación. Los gerentes encuestados no demuestran un gran interés por la anticipación, esto puede ser asociado al alto riesgo y a los altos niveles de inversión relacionados con proyectos importantes, cuyo fracaso podría significar hasta la quiebra de grandes empresas.



Este resultado satisface los postulados de Francés (2006) y Serna (2003) quienes afirman que es necesario tener claridad de los objetivos globales o corporativos para poder plantear una estrategia adecuada que permita establecer la mejor apuesta para la organización. La investigación corrobora lo planteado por Betancourt (2006) el cual indica que existen directamente tres claves para quienes desea tener un alto nivel competitivo y los define como excelencia, innovación y anticipación. De igual forma los gerentes encuestados manifiestan el alto nivel de aplicabilidad en los postulados emitidos por estos autores quienes coinciden en que la preparación de un buen plan estratégico requiere de conocer muy bien los objetivos de la organización y de alinear estas estrategias con la visión y la misión empresarial.

Este resultado demuestra correlatividad con el resultado obtenido por Montiel (2011) en su Tesis Doctoral titulada “gestión estratégica de los ambientes virtuales de aprendizaje para la formación del talento humano en organizaciones universitarias”, donde quedó demostrado que el estudio la excelencia, innovación y anticipación son elementos que casi siempre se encuentran presentes en la gestión estratégica asumida en las organizaciones objeto de estudio.

Esta situación induce a pensar que los gerentes del sector construcción basan su gestión estratégica en el desarrollo de una filosofía fundamentada en la implementación de planes orientados hacia la excelencia como el reclutamiento de personal calificado, el constante adiestramiento del personal en procesos específicos, la documentación de todos sus procesos, el control de calidad en obra, la identificación de su personal con las líneas organizacionales y la ejecución de forma satisfactoria de los proyectos emprendidos en tiempo efectivo y calidad.

Asimismo, se emplean procesos innovadores con éxito demostrado a nivel nacional y mundial. Las empresas del sector construcción, constantemente, adquieren maquinaria y equipos que faciliten y optimicen el desarrollo de las actividades en obra, aunque no siempre sean de última generación. Practican la implementación de materiales de construcción novedosos, que sean atractivos a los clientes y que de alguna manera mantenga sus proyectos a la moda con las tendencias mundiales en cuanto a diseños arquitectónicos.

Con relación al porque no se le da tanta importancia al aspecto de anticipación, se puede inferir en que muy pocos gerentes están dispuestos a poner en riesgo su organización cuando se puede navegar en aguas más tranquilas, haciendo, igualmente, grandes inversiones pero con un índice de riesgo mucho menor.

Con relación al objetivo que consistió en “caracterizar las competencias del método pricing en el sector construcción”, el resultado obtenido demuestra que los gerentes del sector construcción hacen poco uso del factor diferenciador en los productos o servicios que genera, pero desarrolla grandes estrategias en pro de lograr la máxima eficiencia en costos y de esa manera optimizar la rentabilidad de los proyectos que ejecuta. Así mismo no pierde de vista la implementación de precios competitivos, el valor del producto y las posibles guerras de precios que pueden desatarse en ocasiones que ameriten medidas de emergencia.

La eficiencia en costos garantiza al gerente un margen de rentabilidad elástico que permite mayor comodidad en el proceso de toma de decisiones y aprovechamiento de la estrategia competitiva de precio en un mercado con mucha oferta y poca demanda donde los precios son inversamente proporcionales a la competitividad, convirtiendo a la eficiencia en costos en una



fortaleza de la organización más que en una oportunidad de negocios y poniéndola en ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

El efecto diferenciador en los productos o servicios del sector construcción se basan en diseños modernos, novedosos y hasta ambiciosos si se trata de grandes empresas, pero aun así, las organizaciones en este sector muy poco buscan diferenciar su producto o servicio del resto de la oferta en el mercado, esto pudiese asociarse a que en la actualidad existe una alta demanda en este mercado y las empresas no se ven en la necesidad de arriesgar capital en agregar atributos diferenciadores al producto cuando en la realidad no ha sido posible satisfacer por completo la demanda de productos tradicionales a clientes fuertemente segmentados como lo es la del sub sector construcción de viviendas, por mencionar un ejemplo.

Es importante considerar que las personas encuestadas son gerentes con alta experiencia y una larga trayectoria dentro de este mercado y que con el tiempo han ido incrementando su experticia en cuanto a la forma y el estilo de gestionar este tipo de organizaciones.

En cuanto al manejo de precios competitivos, valor del producto y guerra de precios, son herramientas que los gerentes del sector construcción utilizan de manera ocasional para marcar posición de control en situaciones donde se vean amenazadas por competidores del mismo nivel o de un nivel más bajo en alianzas con empresas complementarias.

Esta situación se puede ejemplificar en ocasiones de consulta de precios o procesos licitatorios donde exista la posibilidad de que algún competidor oferte algún servicio a un precio por debajo del promedio y esto signifique el riesgo de perder esta posible contratación, en ese momento se activan las estrategias de precios competitivos apoyadas en las fortalezas de la empresa pudiendo incrementar el valor del producto con atributos o establecer una guerra de precios de forma estratégica explotando aquellas partidas presupuestarias donde se vea beneficiada la eficiencia en costos ya sea por posesión tecnológica o habilidad en la operación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizar el análisis y discusión de los resultados obtenidos, a continuación se presentan las conclusiones de este proyecto investigativo, las mismas están orientadas de dar respuesta a las interrogantes planteadas en el capítulo I y que dieron forma al objetivo general y los objetivos específicos.

En relación a “Identificar las claves de la gestión estratégicas en su aplicabilidad al sector construcción”. Este primer objetivo fue alcanzado en el momento en el cual se determinó, mediante el método científico, que las claves de la gestión estratégica con más alto nivel de aplicabilidad dentro del sector construcción lo conforman la excelencia y la innovación, como parte de los elementos en los cuales se basa su gestión estratégica, no siendo así para el caso de la anticipación. Los gerentes encuestados no demuestran un gran interés por la anticipación, esto puede ser asociado al alto riesgo y a los altos niveles de inversión relacionados con proyectos importantes, cuyo fracaso podría significar hasta la quiebra de grandes empresas.

Con respecto al objetivo que consistió en “Caracterizar las competencias del método pricing en el sector construcción”, se puede concluir que los gerentes del sector construcción hacen poco uso del factor diferenciador en los productos o servicios que generan sus empresas, pero desarrolla grandes estrategias para maximizar la eficiencia en costos y de esa manera optimizar



la rentabilidad de los proyectos que ejecuta. Así mismo no pierde de vista la implementación de precios competitivos, el valor del producto y las posibles guerras de precios que pueden desatarse en ocasiones que ameriten medidas de emergencia.

En cuanto al objetivo general planteado por esta tesis doctoral, la cual consistió en “Analizar la gestión estratégica del método pricing como plataforma de precios en el sector construcción del Estado Zulia”, se puede concluir que el alto nivel que tiene la variable en los procesos de gestión estratégica de los recursos de organizaciones de alto nivel financiero dentro del sector construcción, es aprovechando para el desarrollo de la excelencia y la innovación como parte fundamental de su fortalecimiento estructural, aplicando tácticas defensivas y concéntricas, orientadas al logro de los objetivos organizacionales y su estabilidad dentro de los mercados.

De igual manera se explica que estas organizaciones aplican gestión estrategias de precios mediante la aplicación de tácticas propias del método pricing, orientadas a la preservación de la rentabilidad en ventas, controlando el umbral de ventas ante diferentes elementos que puedan afectar el rendimiento de sus inversiones como son los: cambios de costos, cambios de precios o las ventas adicionales.

CONSIDERACIONES FINALES

Después del análisis realizado durante la investigación, se requiere fortalecer los niveles de excelencia en la organización, orientados hacia la educación, el adiestramiento de las personas, la documentación y certificación de los procesos productivos, entre otros. Asimismo promover el desarrollo de algún proyecto innovador como clave para el reimpulso de la organización. De igual forma emprender proyectos de investigación y desarrollo vinculados con la visión organizacional, inspirados en la propuesta algún proyecto innovador que proyecte a la organización hacia la búsqueda de ventajas competitivas.

Desarrollar planes basados en estrategias ofensivas, dentro del marco ético, dirigidas a promover el crecimiento organizacional. De igual forma hacer un mejor uso de las estrategias defensivas para evitar crisis innecesarias. Del mismo modo Implementar estrategias genéricas que sean flexibles y readaptables a cambios abruptos en el sistema, tal es el caso de las épocas de crisis en el sector, que obligan a las empresas a reacomodar sus frentes de acción hasta que se normalice el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abasca, L. (2000). **Como Se Hace Un Plan Estratégico**. Editorial ESIC. Madrid, España.
- Betancourt, J. (2002). **Gestión Estratégica**. Editorial EUMED libros,s.a. Porlamar, Venezuela.
- De jaimé, J. (2007). **Pricing: Nuevas estrategias de precio**. Editorial ESIC Madrid, España.
- Diez, C. Y Díaz, I. (2008). **Gestión de Precios**. Editorial ESIC. Madrid, España.
- Francés, A. (2006). **Estrategias y Planes para la Empresa, con el Cuadro de Mando Integral**. Primera Edición. Pearson Educación de México. Prentice Hall. México.
- Laudon, K. Y Laudon, J. (2004). **Sistemas de Información Gerencial**. Editorial Pearson Educación. México D.F., México.



- Méndez, C. (2008). **Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales**. Cuarta Edición. Editorial Limusa. Grupo Noriega Editores. México.
- Mills, G. (2002). **Retail Pricing Strategies**. Editorial Ligare Pty Ltd Australia.
- Nagle, T. Y Holden, R. (2005). **Estrategia y Tácticas de Precios: Una guía para tomar decisiones rentables**. Editorial Pearson Educación, s.a. Madrid, España.
- Pauda, J. (1996). **Técnicas de Investigación: Aplicadas a las ciencias sociales**. México. Editorial Fondo de Cultura Económica, s.a. México D.F
- Perez, J. (2008). **Control de la Gestión Empresarial**. Editorial ESIC, Madrid, España.
- Porter, M. (1982). **Estrategia Competitiva. Técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia**. CECSA. DF. México.
- Restrepo, L. (2006). **Análisis estructural de sectores estratégicos**. Centro editorial Universidad del Rosario. Colombia.
- Restrepo, N. (2007). **Estrategia de Precios: Un enfoque de mercadeo para los negocios**. Fondo Editorial Universidad EAFIT. Medellín, Colombia.
- Serna, H. (1999). **Gerencia estratégica**. Editorial 3R Editores LTDA. Bogotá, Colombia
- Serna, H., (2008). **Gerencia Estratégica. Teoría - Metodología-Alineamiento, implementación y mapas estratégicos**. Décima Edición. 3R Editores. Bogotá. Colombia.



PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL GOBIERNO CORPORATIVO EN EL SISTEMA DEL MARKETING RESPONSABLE DE LAS ORGANIZACIONES

Oswaldo Vergara

URBE- Universidad Privada Rafael Belloso Chacín
oevc56@hotmail.com

Doile Ríos

URBE- Universidad Privada Rafael Belloso Chacín
derios@urbe.edu.ve

RESUMEN

El presente estudio tiene por finalidad analizar el proceso de integración del gobierno corporativo en el sistema del marketing responsable de las organizaciones venezolanas. Con un amplio sustento teórico apoyado en Eguidazu (2004), García (2003), Vargas (2005), entre otros. La metodología aplicada fue descriptiva-documental. Se puede concluir, que en las empresas venezolanas, el proceso de integración del gobierno corporativo en el sistema del marketing responsable se da gracias a una buena gestión que aplican las organizaciones, considerando cursos acción, evaluaciones y selecciones para establecer estrategias corporativas como operativas, el cual apoyan a la capacidad emprendedora, así como también el trabajo altamente cualificado e innovador, articulados para una eficaz gestión responsable en dichas organizaciones, teniendo una visión transversal del negocio, utilizando esta renovadora tendencia del mercadeo para que actúen como herramienta en las acciones de manufactura e integridad del producto; divulgación, embalaje y etiquetado; marketing y publicidad; prácticas de venta; precios; como la distribución.

Palabras clave: Gobierno corporativo, marketing responsable, proceso de integración, gestión.

INTRODUCCIÓN

El advenimiento de la sociedad moderna ha estado caracterizado por el predominio de la razón, la que ha ido permeando progresivamente los diversos ámbitos de la vida social. Así, por ejemplo, en el ámbito económico ha prevalecido el mercado como fuerza impulsora de los procesos productivos; en el campo político, se han delineado estructuras para regir el funcionamiento de la sociedad basadas en la racionalidad, como es el aparato estatal así como su burocracia, donde han prevalecido principios procedimentales racionales para otorgar legitimidad a las autoridades y gobernantes, como es el caso del voto en el sistema democrático.

Por consiguiente, la implantación del proceso de integración del gobierno corporativo en el sistema del marketing responsable de las organizaciones venezolanas, busca la creación de una nueva cultura que impulsa extraordinariamente nuevos modelos de gestión que persiguen, cada organización desde perspectivas diferentes, exaltando la consecución de la excelencia en la gestión de las empresas. Sin embargo, el área de mercadeo, está asumiendo un papel integrador en todo ello, que les está situando en posición dominante, en dos vertientes:

a) Gestionar responsablemente los sistemas de producción de bienes y servicios, de la



organización desde el marketing.

b) Relacionarse, más allá de lo que indique la ley, directamente con la parte más cercana a la empresa, su personal, respecto al gobierno corporativo.

De esta política, que engloba la gestión socialmente responsable, en la actualidad se deriva el código de conducta de las empresas, de tal manera, que los valores que la alta dirección ha publicado como referentes de su gestión, sean ampliados para, en esa línea, como un proceso integrador.

Atendiendo a estas consideraciones, y a juicio de los investigadores, las empresas venezolanas, parecen querer sumarse así al movimiento impulsor de ese lado humano que las caracteriza, y que tienen mucho que ver con la responsabilidad social, que ha venido desarrollándose en otros países del mundo últimos años. Pero es necesario que las empresas pasen de las declaraciones de principios en materia de marketing responsable a su puesta en práctica y para ello debería definirse con exactitud el alcance del término en virtud del proceso de integración del gobierno corporativo.

GOBIERNO CORPORATIVO

El gobierno de la empresa o gobierno corporativo (corporate governance en la terminología anglosajona) ejemplifica muy bien los temas de estudio económico sobre la gran empresa societaria que han despertado el interés de profesionales y académicos durante los últimos años, siendo un tema de debate social en la mayoría de los países avanzados.

Según la organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE), el término gobierno corporativo hace referencia al sistema a través del cual los negocios son dirigidos como controlados; especificando la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes participantes en la corporación, tal como el consejo, dirección, accionistas y otros grupos de poder; definiendo las reglas y procedimientos para la toma de decisiones en los temas corporativos; y proporcionando la estructura a través de la cual los objetivos de la compañía son fijados, así como los medios para lograr esos objetivos, controlando la rentabilidad.

Como señala Salas (2002), durante los últimos años se ha publicado un gran número de trabajos económicos y jurídicos sobre el gobierno de la empresa imposible de reseñar de una forma exhaustiva.

A juicio de los investigadores, el gobierno corporativo está referido al conjunto de normas además de prácticas, formales e informales, que regulan la estructura y funcionamiento de los órganos de administración con la finalidad de procurar el manejo transparente, eficiente y adecuado de la compañía, bajo los más altos principios profesionales y éticos, en beneficio de sus diversos grupos de interés. La buena gestión del gobierno de una empresa está en gran medida ligada a las reglas que guían las relaciones entre los Administradores y los Accionistas.

Eguidazu (2004), señala, que en relación con los diferentes elementos que configuran el gobierno corporativo, se indican una serie de consideraciones:



(a) el gobierno de la empresa es un proceso, es decir, una actividad permanente, no una o varias decisiones aisladas.

(b) dicho proceso es de supervisión como de control, y no de gestión, lo que no excluye el ejercicio de acciones ejecutivas para desarrollar apropiadamente dichas funciones de supervisión y control.

(c) lo que se supervisa y controla es la dirección o gestión de la empresa en un sentido más amplio.

(d) la supervisión y el control del equipo directivo no son ejercidos sólo por instituciones internas como el consejo o la propia junta de accionistas, sino también por mecanismos externos como el mercado de capitales.

(e) la finalidad del proceso es alinear los intereses de gestores y accionistas, en la dirección marcada por estos últimos, que, en una economía de mercado, no puede ser otra que la maximización del valor de la empresa, teniendo en cuenta que existen otros intereses como el de los trabajadores, acreedores, proveedores o la comunidad.

De lo anterior, los investigadores infieren que, se deben considerar los aspectos anteriormente descritos ya que, en gran medida están ligados a las reglas que guían las relaciones entre los administradores como a los accionistas. Es por tanto de importancia máxima establecer principios que impulsen la óptima materialización de estas relaciones, que generen confianza además que favorezcan el éxito de las organizaciones, considerándose para ello el fundamento del gobierno corporativo.

IMPORTANCIA DEL GOBIERNO CORPORATIVO EN LAS EMPRESAS VENEZOLANAS.

Cuando una empresa denota un alto estándar de gobierno corporativo, es percibida como una empresa más confiable, y como tal accede a mejores condiciones en los mercados en los que se desenvuelve. Por ejemplo, sus productos o servicios llegan a tener más aceptabilidad, se pueden mercadear mejor y sus ventas crecen de otro lado, uno de los beneficios más probable en esta lógica es que más accionistas estén dispuestos a invertir en la empresa, o más bancos manifiesten su interés en concederles préstamos en condiciones financieras más favorables, esto es a menor tasa de interés o plazos más cómodos.

A este respecto, una empresa en esa condición podrá financiarse ventajosamente no sólo para sostener sus operaciones regulares, sino que además podrá expandir sus operaciones iniciando nuevos proyectos o alianzas estratégicas. Asimismo, esta empresa resulta un imán de atracción para profesionales más calificados que se incorporan al directorio o a la gerencia de la misma.

En tal sentido, y a juicio de los investigadores, una mejor conducción del gobierno corporativo por sí mismo implica que la empresa está mejor ordenada, planifica mejor sus objetivos y estrategias, y responde con más eficiencia en sus procesos. En pocas palabras se vuelve más sólida y competitiva.

Asimismo, una empresa con marcadas deficiencias en su gobierno corporativo tendrá serias dificultades para interactuar con sus contrapartes en los distintos mercados. Sus proveedores o sus potenciales financistas mantendrán desconfianza sobre las operaciones de dicha empresa



y como tal la percibirán como una situación riesgos, ante lo cual se abstendrán de transar con ella, o de hacerlo plantearán condiciones financieras muy severas (inmediata distribución de dividendos, pago inmediato o plazos muy cortos; tasas de interés elevadas, exigencias de garantías, entre otras). Empresas en estas circunstancias se mantendrán presionadas en el día a día, y sus posibilidades de crecimiento serán casi nulas.

PRINCIPIOS DEL GOBIERNO CORPORATIVO EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL VENEZOLANO

En virtud de lo antes descrito, se han elaborado ciertos principios en respuesta a un llamamiento del Consejo de la OCDE tras una reunión celebrada, en el cual se requería el desarrollo de un conjunto de normas y directrices en materia de gobierno corporativo, conjuntamente con los gobiernos nacionales, con otras organizaciones interesadas y con el sector privado.

Desde la aprobación de los Principios en 1999, se destacan como principios, el garantizar la base de un marco eficaz para el gobierno corporativo, los derechos de los accionistas y funciones clave en el ámbito de la propiedad, tratamiento equitativo de los accionistas, el papel de las partes interesadas en el gobierno corporativo, revelación de datos como la transparencia, y las responsabilidades del consejo. Todos estos principios, han constituido la base de las iniciativas en el ámbito del gobierno corporativo puestas en práctica tanto en los países de la OCDE como en los países no-miembros; Por esta razón, los Principios deben servir de complemento a un planteamiento más abierto en el ámbito de la realización de inspecciones y balances.

De lo anterior Jáuregui (2007) expresa que estos principios, también hacen referencia a otras cuestiones que afectan a los procesos decisorios dentro de una sociedad, como las de carácter medioambiental o ético, y las relacionadas con la lucha contra la corrupción, aunque se tratan de una forma más expresa en otros instrumentos elaborados por la OCDE (entre las que figuran las directrices para empresas multinacionales y el convenio de Lucha contra la corrupción de agentes públicos extranjeros en las transacciones comerciales internacionales) y por otras organizaciones internacionales. Se describen a continuación:

(a) Marco legal eficaz para el gobierno corporativo: El marco para el gobierno corporativo deberá promover la transparencia y eficacia de los mercados, ser coherente con el régimen legal y articular de forma clara el reparto de responsabilidades entre las distintas autoridades supervisoras, reguladoras y ejecutoras.

(b) Derechos de los accionistas: Entre los derechos fundamentales de los accionistas debe figurar el derecho a:

- 1) asegurarse métodos para registrar su propiedad.
- 2) ceder o transferir acciones.
- 3) obtener información relevante y sustantiva sobre la sociedad de forma puntual y periódica.
- 4) participar y votar en las juntas generales de accionistas.



5) elegir y revocar a los miembros del Consejo.

6) participar en los beneficios de la sociedad.

En tal sentido, el marco para el gobierno corporativo deberá amparar y facilitar el ejercicio de los derechos de los accionistas.

(c) Trato equitativo a los accionistas: El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar un trato equitativo a todos los accionistas, incluidos los minoritarios y los extranjeros. Todos los accionistas deben tener la oportunidad de realizar un recurso efectivo en caso de violación de sus derechos. Considerando que:

(1) Todos los accionistas de una misma serie dentro de una categoría deben gozar de un tratamiento igualitario.

(2) Deberán prohibirse el uso de información privilegiada y las operaciones abusivas de autocartera.

(3) Deberá exigirse a los miembros del Consejo y a los directivos principales, que pongan en conocimiento del Consejo cualquier interés material que pudieran tener de forma directa, indirecta o por cuenta de terceros, en cualquiera de las transacciones o asuntos que afecten directamente a la sociedad.

(d) comunicación y transparencia informativa: El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la revelación oportuna y precisa de todas las cuestiones materiales relativas a la sociedad, incluida la situación financiera, los resultados, la titularidad y el gobierno de la empresa.

(f) responsabilidad del consejo (Junta Directiva): El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la orientación estratégica de la empresa, el control efectivo de la dirección ejecutiva por parte del Consejo y la responsabilidad de éste frente a la empresa y los accionistas. Considerando:

(1) Los miembros del Consejo deberán actuar disponiendo siempre de la información más completa, de buena fe, con la diligencia y atención debidas y en el más alto interés de la sociedad y de los accionistas.

(2) En los casos en los que las decisiones del Consejo puedan afectar de forma diferente a distintos grupos de accionistas, el Consejo deberá conceder un trato justo a todos los accionistas.

(3) El Consejo deberá aplicar unos niveles de ética muy elevados. Deberá tener siempre en cuenta los intereses de las partes interesadas.

(4) El Consejo deberá tener la posibilidad de realizar juicios objetivos e independientes sobre cuestiones relativas a la sociedad.

(5) Para poder cumplir con sus responsabilidades, los miembros del Consejo deberán tener acceso a una información precisa, relevante y oportuna.



ESTÁNDARES DEL GOBIERNO CORPORATIVO EN LAS EMPRESAS VENEZOLANAS

Vargas (2005), manifiesta, que un análisis a cada uno de los estándares, permite que la empresa conozca su estándar de gobierno corporativo revelándole sus fortalezas y debilidades; ante lo cual requeriría saber ¿cómo mejorar dicho estándar? Lo pertinente es buscar adherirse a las mejores prácticas identificadas, las cuales están claramente contenidas en los “lineamientos para un código andino de gobierno corporativo” (Lineamientos CAGC) publicados por la Corporación Andina de Fomento. Téngase presente que estos lineamientos, 51 en total, no son aplicables a todo tipo de empresa por igual.

Así, mientras casi todas las medidas serían relevantes para las empresas abiertas de gran base accionaria o para las grandes compañías, alrededor de 20 de estas medidas servirán de referencia para empresas cerradas. En tal sentido, se consideran algunas medidas que dicho documento sugiere para ilustrar las posibles mejores prácticas que las empresas pueden seguir, y se brindan también ejemplos positivos y negativos sobre la aplicación de tales medidas.

RELACIONADOS A LOS DERECHOS DE PROPIEDAD

Principio de igualdad de voto

García (2003) expresa, que la proporción que debe guardar el porcentaje de la participación en el capital con los correspondientes derechos de voto. Se reconoce el derecho de una acción un voto, de modo que a una misma participación en el capital social de una empresa se atribuya los mismos derechos de voto. No niega la posibilidad de distintas clases de acciones. Se trata más bien que la sociedad evite discriminaciones.

Aspectos sobre la celebración de la junta de accionistas

(a) Se sugiere que las empresas determinen estatutariamente el derecho de los accionistas que representen una participación significativa del capital social a promover la convocatoria de una asamblea general, la que deberá celebrarse en un plazo razonable, respetando íntegramente la agenda propuesta por los promotores.

(b) Recomienda que los estatutos fijen el plazo, los medios de convocatoria, el contenido mínimo del anuncio, y el detalle de los puntos contenidos en la agenda, de modo que se facilite al máximo la asistencia del mayor número de accionistas y la comprensión de todos los asuntos contenidos en la agenda, evitando menciones genéricas.

(c) Plantea que las sociedades, a través de los estatutos y/o el reglamento de la Asamblea, implementen los procedimientos necesarios para promover la participación activa de los accionistas en la asamblea general.

Competencia en materia de control y autorización de las operaciones vinculadas

Se considera que el directorio, previo informe de la comisión de nombramientos y retribuciones, sea el encargado del conocimiento como de la valoración de cualquier transacción directa o indirecta entre la compañía y un accionista significativo, valorando la igualdad de trato de los accionistas así como también las condiciones de mercado, donde se



adoptará las medidas necesarias para evitar que los accionistas significativos puedan hacer uso de su posición privilegiada para obtener ventajas especiales.

De lo anterior, los investigadores infieren que, los estándares antes descritos, llevan a las organizaciones venezolanas, a concebirlas como un proceso dinámico en función de la evolución de la sociedad, de los resultados que se hayan producido en su desarrollo, de la normativa que pueda establecerse y de las recomendaciones que se hagan sobre las mejores prácticas del mercado adaptadas a la realidad social como en su proceso de integración, en las que se enmarcan las instituciones con gobierno corporativo.

RELACIONADOS A LA TRANSPARENCIA

Aplicación de principios contables

Vargas (2005), expresa que el directorio debe formular los estados financieros mediante la adecuada utilización de los principios contables contenidos en las normas internacionales de contabilidad, de manera tal que no haya lugar a salvedades por parte del auditor y que los riesgos asumidos por la compañía queden totalmente identificados sobre la base de criterios de prudencia.

Nombramiento de auditor externo

Sugiere que la asamblea general de accionistas nombre al auditor externo independiente a propuesta del directorio previa recomendación del comité de auditoría, sin que se pueda proponer auditores que hayan sido objeto de inhabilitación o cualquier otro tipo de sanción.

Informe sobre Gobierno Corporativo

Recomienda que anualmente, el directorio apruebe como publique un informe de gobierno corporativo incluyendo el grado de cumplimiento de los lineamientos o medidas, así como el detalle de la información corporativa y la información sobre las partes vinculadas además de los conflictos de interés.

En este sentido, se puede inferir que los aspectos descritos en virtud de la transparencia corporativa y más aún relacionado con las organizaciones venezolanas, han de considerarse como una política destinada a informar sobre las actividades que estas realizan además de su gestión como sus derivaciones, aportando a la sociedad a través de acciones como la responsabilidad social, considerado para ello como la herramienta que le permite a estas organizaciones dar a conocer todos los aspectos que crean valor para ellas.

No obstante, la transparencia, ha de considerarse un valor necesario para que las organizaciones informen sobre las acciones que hacen y que las diferencian, permitiéndoles responder a las inquietudes de inversionistas como a los clientes, por lo tanto, mientras más sean estas sociedades transparentes en su información corporativa menos incertidumbre habrá sobre su quehacer y en su proceso de integración.

ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

Para Anthony (2003) la estrategia corporativa, refiere a la cuestión de situar a la empresa en la combinación adecuada de negocios. Por tanto, la estrategia corporativa está más relacionada con la cuestión donde competir que con como competir en un sector dado.



Sin embargo, hay que señalar los parámetros fundamentales en el nivel corporativo y estos son:

- (a) Definición de los negocios en los que la empresa participara.
- (b) Asignación de recursos entre estos negocios.

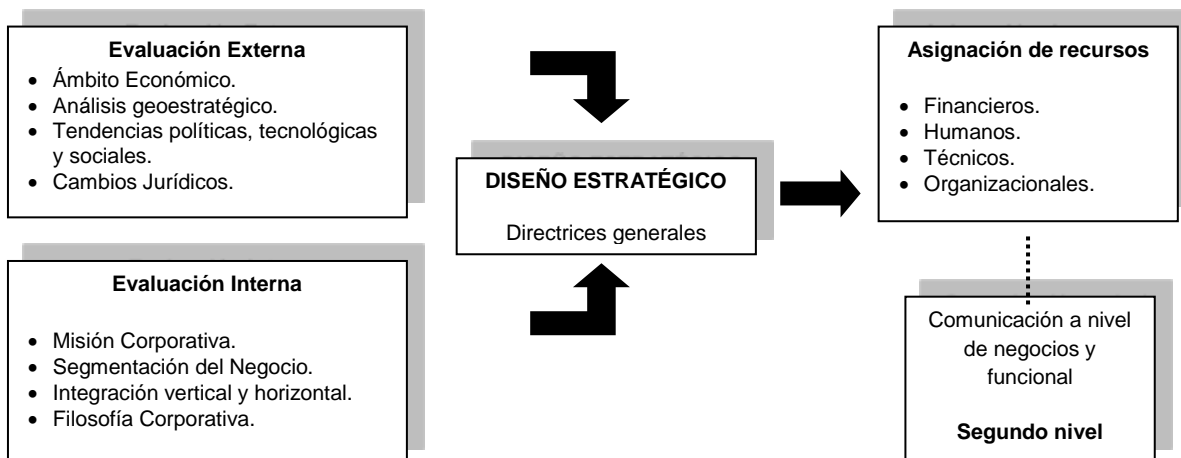
Citando al autor antes nombrado, el clasifica a las empresas en tres categorías de acuerdo a su estrategia corporativa y estas son: (a) Empresa mononegocio, que opera en una línea de negocio, (b) Empresa diversificada de forma relacionada, que opera en varios sectores, beneficiándose sus distintas unidades de negocio de un conjunto común de competencias centrales y (c) Empresa diversificada de forma no relacionada, que opera en sectores que no están relacionados entre sí, de forma que la única conexión existente entre las unidades de negocio es financiera.

Para Ogalla (2006), las estrategias corporativas, definen el ámbito de la empresa en términos de sectores y mercado en los que compete, en pocas palabras los elementos esenciales de gestión.

Por otra parte, para Thompson y Strickland (2005) la estrategia corporativa, es el plan de acción administrativo general de toda la compañía, cubriendo todos sus negocios diversificados. Asimismo, se extiende a nivel de toda la compañía, cubriendo todos sus negocios diversificados. De la misma manera, para Garrido (2003) la estrategia corporativa engloba la totalidad de la empresa u organización y está destinada a preparar las decisiones estratégicas de carácter global y del máximo alcance.

No obstante, su formulación corresponde a la alta dirección y al consejo de administración, ya que en niveles inferiores los directivos no tendrían la representación capaz para realizar esta labor, esto es apoyado por Garrido (2003), cuando manifiesta que los directivos de los niveles inferiores de toda organización o empresa, no tienen la perspectiva suficiente para acometer esta actividad y, que darían un determinado sesgo a sus decisiones, ya que poseen una óptica incompatible, generalista y global a las decisiones corporativas requeridas. En el siguiente grafico se puede observar el proceso de la estrategia corporativa:

Gráfico 1. Proceso de la Estrategia Corporativa



Fuente: Garrido (2003)



De lo anterior, los investigadores infieren que la estrategia corporativa permite la conceptualización profunda de la creación de valor, a través de la configuración como coordinación en el proceso de integración del gobierno corporativo, resaltando tres aspectos como la creación de valor, refiriéndose a la generación de un desempeño financiero superior que provenga de diferentes actividades en el mercado, que creen ventajas corporativas. Así mismo, la configuración, describe al enfoque de las organizaciones en múltiples mercados, considerando para ello la diversificación, lo geográfico y las barreras verticales, y la coordinación, que es el manejo de actividades como negocios que están dentro de las categorías corporativas de las organizaciones.

GESTIÓN POR PROCESOS

La gestión por procesos conduce a una visión transversal de la organización a través del proceso de negocio. Además, refuerza el control continuo sobre los vínculos entre procesos individuales dentro del sistema de procesos y la interface entre las políticas definidas, así como orienta al cliente, facilitando y haciendo coherente: (a) La comprensión y el cumplimiento de los requisitos, (b) La necesidad de considerar los procesos en términos que aportan valor, (c) La obtención de resultados del desempeño y eficacia del proceso y (d) La mejora continua de los procesos con base en mediciones objetivas.

SISTEMA DE INDICADORES

De acuerdo con Ogalla (2006), el sistema de indicadores está dirigido a alcanzar tres propósitos:

(a) Mejorar los procesos operativos (cuadro de mando operativo, eficacia y eficiencia de los procesos. Comportamiento de las personas, según valores compartidos, al desarrollar el proceso).

(b) Alinear las actuaciones de la organización hacia la visión propuesta (cuadro de mando directivo, visión global del proceso de negocio. Comportamiento de la organización, según valores compartidos, ante el cliente y la sociedad).

De lo anterior, puede considerarse a juicio de los investigadores, que la empresa es un ente que recibe presiones de todas las partes interesadas, y que la única manera de crecer, llegar a la visión propuesta, es manteniendo un equilibrio entre todas las partes que tensionan a la organización y más aún desde el proceso de integración.

GESTIÓN DE MERCADEO RESPONSABLE

Según Santesmases (2001), es el proceso de planificación y ejecución de la concepción, fijación de precios, comunicación, distribución de ideas, productos y servicios para crear intercambios que satisfagan a los individuos como a los objetivos de la organización.

Inclusive, el autor antes mencionado expone que el marketing es una filosofía, es una postura mental, una actitud, una forma de concebir la relación de intercambio, por parte de la empresa o entidad que ofrece sus productos al mercado. Esta concepción parte de las necesidades y deseos del consumidor y tiene como fin su satisfacción del modo más beneficioso, tanto para éste como para el vendedor.



También, el marketing como técnica, es el modo específico de ejecutar o llevar a cabo la relación de intercambio, que consiste en identificar, crear, desarrollar y servir a la demanda. El marketing es una disciplina joven, con un desarrollo científico muy reciente, caracterizado por múltiples intentos de definición, determinación de su naturaleza o alcance, lo que ha dado lugar lógicamente a numerosas controversias académicas, así como en las empresas y la sociedad en general.

Al respecto Payne (2003) refiere que la mercadotecnia contempla tres elementos claves: la mezcla de la mercadotecnia (elementos importantes que constituyen el programa de mercadeo de una empresa), las fuerzas del mercado (oportunidades externas o amenazas con las cuales las operaciones del mercado interactúan) y un proceso de adaptación (el estratégico y gerencial que asegura que la mezcla de mercadotecnia y la política interna sean apropiadas a las fuerzas del mercado).

Según Kotler y Armstrong (2001), afirman que la mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual las personas y los grupos obtienen aquello que necesitan y quieren, crean productos y valores, intercambiándolos con terceros.

Lovelock (2003) manifiesta que la mercadotecnia puede describirse de varias formas: una como el impulso estratégico al que aspira la alta gerencia, con una serie de actividades funcionales desempeñada por el gerente de línea, determinación de precios, entrega y comunicaciones; y otra, como una orientación impulsadas por el cliente para toda la organización.

A este respecto, el espectro de temas relacionados con el marketing responsable se ha expandido en los últimos años hacia una amplia gama de tópicos que incluyen la responsabilidad medioambiental, la relación de la empresa con sus competidores, la privacidad de los consumidores, la seguridad de los productos, entre otros. A esto se suma el hecho de que las compañías están expuestas al creciente escrutinio por parte de los consumidores y de las organizaciones no gubernamentales, y a la globalización de la opinión pública.

De lo anterior, los investigadores infieren, que la actividad del marketing responsable, incluye actividades administrativas tales como, planificación, organización, aplicación y control de programas diseñados para crear, aumentar y conservar los intercambios con el mercado meta, a fin de alcanzar los objetivos de la organización considerando específicamente manufactura e integridad del producto; divulgación, embalaje y etiquetado; marketing y publicidad; prácticas de venta; precios; y distribución.

Asimismo, esta tendencia del marketing se concentra también, en el análisis de los gustos además de las preferencias de sus clientes, pretendiendo establecer sus necesidades y sus deseos, influyendo en su comportamiento para que deseen adquirir los bienes como servicios que las empresas ofertan en el mercado con un alto nivel de responsabilidad, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los clientes para adquirir un determinado producto o servicio, examinando de manera exhaustiva las operaciones considerando, cómo ellos pueden ser percibidos, directa o indirectamente, por sus consumidores y otros stakeholders. Cabe destacar, que la gestión del marketing responsable, viene a constituir el conjunto de acciones, que le va a permitir a los gerentes actuar para conseguir el éxito del producto o servicio.



En este sentido, y a juicio de los investigadores, el carácter interdisciplinario que tiene el marketing responsable en la actualidad, le hace ser una disciplina novedosa en las ciencias administrativas, por lo que fomenta la creación de distintas teorías, opiniones encontradas y selección de estrategias que pueden llegar a diferenciarse enormemente en sus planteamientos, pero no tanto en los resultados, consideraciones muy profundas. Por un lado, el intercambio no debe ser obligatorio ni bajo presión, debe existir un traspaso de valor en términos de productos, servicios, experiencias o ideas, generalmente a cambio de dinero, satisfaciendo necesidades de ambas partes y, por último, se deben considerar responsablemente tanto beneficios como costos sociales que se pueden producir por este traspaso. El marketing responsable puede y debería ser utilizado por todas las organizaciones que pretendan realizar algún tipo de intercambio con otras entidades, sean éstas personas naturales o jurídicas.

REFLEXIONES FINALES

Se puede concluir, que en las empresas venezolanas, se establece una buena gestión de gobierno corporativo, señalando que las mismas, poseen un alto estándar de confiabilidad en el mismo, lo que las lleva a ser más sólida y competitiva en el mercado.

Si bien es cierto, el marco legal eficaz, el papel de las partes interesadas, la comunicación como la transparencia informativa y la responsabilidad del Consejo (Junta Directiva) son los principios, que han constituido la base para la construcción del Gobierno Corporativo en las empresas venezolanas, acoplados con el derecho de los accionistas y el trato equitativo a los mismos (accionistas).

Asimismo, al conocer los estándares que constituyen el gobierno corporativo de estas empresas, estos permitirán conocer las fortalezas y debilidades, aun cuando el principio de igualdad, se encuentra mayoritariamente relacionado a los derechos de propiedad, se evidencia también que la celebración de la junta de accionistas, ayuda a describir el buen gobierno corporativo desarrollado por las empresas.

En el mismo orden de ideas, se plantea la necesidad que se tiene de contar con un directorio así como también, donde la retribución de los directores, se encuentra mayoritariamente relacionado con la gerencia de estas empresas para describir el buen gobierno corporativo. Considerando, la comunicación de los conflictos de interés y el nombramiento de directores externos.

No obstante, la aplicación de principios contables, el nombramiento de un auditor externo y los Informes sobre gobierno corporativo, se encuentran altamente relacionado a la transparencia, que describen el sistema organizacional desarrollado en las empresas.

En cuanto a las estrategias corporativas, las empresas consideran la determinación de los cursos de acción, la evaluación y la selección de alternativas a la hora de establecer estrategias, ya que ayudan a mantener la fuerza de las empresas en relación con la de sus competidores, para de esta forma conseguir alcanzar, una posición considerada positiva o favorable.

Por otra parte, al considerar en las estrategias operativas, la capacidad emprendedora, el trabajo altamente cualificado y la conexión con centros de producción de conocimientos



avanzados (universidades), actuarán como elementos que apoyan a la innovación, articulados para una eficaz gestión de marketing responsable, considerando la investigación y desarrollo en el proceso de integración.

En este sentido, se concluye, la gestión por procesos aplicada por las empresas, conduce a tener una visión transversal del negocio, del desempeño y eficacia del proceso, apoyados en la mejora continua de los procesos con base en mediciones objetivas como en la alineación de los procesos con las políticas y estrategias de las empresas, orientadas al cliente en los procesos individuales, donde todo esto redundará en la consideración de los procesos en términos de valor, comprensión y cumplimiento de los requisitos establecidos.

Igualmente, se establecen sistemas de indicadores para mejorar su proceso de gestión, indicando que la mejora de los procesos operativos, la actuación de la empresa hacia la visión propuesta como la alineación de los procesos con las políticas y estrategias de la empresa, son los propósitos más considerados por estas organizaciones a la hora de establecer sistemas de indicadores.

A este respecto, se puede decir también que dentro del proceso de Integración, las empresas consideran la gestión de mercadeo Responsable y que estas cuentan con las áreas de investigación, programación, desarrollo de productos, fijación de precios, canales de distribución, comunicación integral, organización del departamento comercial e internet y nuevas tecnologías, para el desarrollo de una exitosa gestión responsable.

Adicionalmente, la definición clara del destinatario, la imagen, el prestigio, el posicionamiento de la empresa y/o producto, el ser referente en el medio, la canalización de las inquietudes de los consumidores en el tema de la responsabilidad social, el transformar el programa en un servicio más de la organización y las acciones de difusión, las empresas los utilizan como criterios para desarrollar estrategias de marketing responsable y que estas actúen como herramienta de la responsabilidad social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anthony, R. (2003). **Sistemas de Control de Gestión**. 10ma edición. McGraw Hill/ Interamericana. España.
- Eguidazu, M. (2004). **Creación de valor y gobierno de la empresa**. Ab Asesores. Madrid.
- García, M. (2003) **El Gobierno Corporativo y las decisiones de crecimiento empresarial: evidencia en las cajas de ahorros españolas**. Tesis Doctoral. Universidad de las Palmas de Gran Canaria
- Garrido, S. (2003) **Dirección Estratégica**. Editorial McGraw Hill/ Interamericana. España.
- Jáuregui (2007). **Los principios en las organizaciones corporativas**. Disponible en <http://www.elprisma.com>
- Kotler, F. Y Armstrong, G. (2001). **Marketing**. 8va edición. Mc Graw Hill. México.
- Lovelock (2003) **Mercadotecnia de Servicios**. Editorial Prentice Hall. México.



Payne (2003) **Esencia de la Mercadotecnia de Servicios**. Editorial Prentice Hall. México.

Ocde (2004). **Principios de Gobierno Corporativo OCDE**. Disponible en: www.ocde.org.

Ogalla, F. (2006) **La integración de la Responsabilidad Social en el sistema de gestión de la empresa**. Disponible en: www.foretica.es

Santesmases, M. (2001) **Conceptos y Estrategias de Marketing**. España. Ediciones Pirámide.

Thompson & strickland (2005). **Administración Estratégica**. 13va edición. Mc Graw Hill. México.

Salas, V. (2002) **El gobierno de la empresa**. Colección de Estudios Económicos de la Caixa, 29. España.

Vargas, M. (2005) **Inversión Social Empresarial**. Instrumentos para la sostenibilidad. Principios y prácticas. VENAMCHAM. Caracas.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA LOS CENTROS DE INVESTIGACIÓN EN UNIVERSIDADES PRIVADAS LOCALES

Marisela Urdaneta

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
marisela.urdaneta@urbe.edu.ve

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue analizar las opciones de aplicar la visión de desarrollo de oportunidades de negocio en los centros de investigación adscritos a las universidades privadas locales con el propósito de expandir las potenciales fuentes de financiamiento de los proyectos de investigación desarrollados por los mismos. En este sentido, se manejó la perspectiva de incluir el concepto de business intelligence o inteligencia de negocio en estas organizaciones con la finalidad de implantar un proceso de monitoreo del entorno (mercado) de los centros en la búsqueda de acciones que puedan traducirse en oportunidades para ellos. Se determinó que estas opciones pueden ser regulaciones, conocimiento sobre fuentes de financiamiento nacional e internacional, necesidades del mercado empresarial público o privado, entre otros. Asimismo, a través de actividades de vinculación de información del entorno con bases de datos sobre los proyectos de investigación, se concluye que podrán generarse mapas de oportunidades de negocio con miras a, utilizando las capacidades de negociación de los centros, establecer relaciones de valor con el sector productivo con lo cual se promovería la realización de proyectos orientados a la solución de problemas fundamentales de estas empresas generando potencialidad de financiamiento de estas investigaciones y de otras no tan rentables, pero necesarias para la sociedad.

Palabras clave: oportunidades de negocios en investigación, portafolio de oportunidades de negocios, centros de investigación

INTRODUCCIÓN

En la realidad organizacional actual se visualiza una tendencia importante hacia la innovación y la creatividad. Por ello, las organizaciones dedicadas a la investigación dentro de las universidades privadas a nivel mundial están en la búsqueda de estrategias que les permitan capitalizar esas oportunidades como fuentes de financiamiento de las investigaciones que se realizan en sus centros los cuales, en general, requieren de importantes recursos para el desarrollo de resultados en las diferentes áreas de la ciencia, sean éstas de áreas técnicas, económicas o de las ciencias sociales.

Tal como se indica en el portal de Universia (2004) la investigación universitaria debe ser parte fundamental dentro de las instituciones de educación superior. En el mencionado portal se expresa que “tan significativo como impartir conocimientos a los estudiantes, debería ser aplicar teorías con el fin de aportar datos -producto de investigaciones y estudios- para lograr soluciones viables a problemas reales”.

Ávalos (2005) plantea “una investigación menos concebida y ejecutada dentro de las paredes de la academia, más pensada en términos de temas y problemas suscitados por la sociedad y llevados a cabo a través de su pertenencia universitaria a redes que agrupan actores sociales diversos”, proyectando de esta forma la clara necesidad de vincular la



investigación universitaria con el entorno socio-económico en el cual se desenvuelve.

Precisa Ávalos (2005), que se trata, entonces, “de una investigación que debe procurarse fuentes alternas de financiamiento, con todas las oportunidades y riesgos que ello conlleva en términos de sus funciones más esenciales y de los conflictos que genera, por ejemplo entre el largo y el corto plazo o entre la lógica de la academia y la lógica del mercado o, aún más relevante, la lógica de las llamadas demandas de los sectores de menores recursos en la sociedad”.

Por ello, las organizaciones de investigación dentro de las universidades privadas deben aspirar a seguir creciendo dentro de su mercado, es decir, dentro del ámbito para el cual desarrollan sus productos de investigación, identificando que para lograrlo deben alcanzar posicionamiento sólido en sus segmentos lo cual pudiera involucrar la consolidación de su visión empresarial, sin que esto signifique su desprendimiento de la misión fundamental de creación de conocimientos que le permita la generación de resultados para los eslabones sociales que no representan fuentes de recursos para el financiamiento de las mismas.

En este sentido, y particularmente en las organizaciones o centros de investigación de las universidades privadas locales, típicamente tienen políticas definidas pero limitaciones de recursos por cuanto responden a presupuestos, en ocasiones limitados de la misma universidad. En el caso venezolano, puede mencionarse una organización, como la Universidad Simón Bolívar, de Caracas, la cual creó una fundación (Funindes) para la administración de los recursos provenientes de la universidad o de capitales privados orientados a dar soporte a investigaciones realizadas en esta institución educativa, como una muestra de la posibilidad de ampliar el portafolio de opciones para la búsqueda de recursos económicos.

Sin embargo, Ordoñez (2004), profesor investigador de la mencionada universidad, señala: la estructura universitaria contempla que la labor destinada a la investigación tenga un peso semejante a la docencia. No obstante, según Ordoñez, esto no siempre es así, debido a “una falta de articulación entre los entes universitarios. Los profesores que se dedican a esta área no están del todo apoyados por la institución. Deben mercadear su propuesta, deben convencer a quienes los financian”. Además, añadió que la universidad no se encarga de fomentar la investigación, “uno siente que la institución no está trabajando para que su capital humano se sienta estimulado a trabajar y a seguir en esta área”.

Por ello, se plantea en este trabajo una visión orientada a dar a los centros de investigación de las universidades privadas locales en Venezuela, un enfoque de oportunidades de negocio que las orienten a crear un portafolio delineado a través de las necesidades de su entorno o mercado de tal forma que sus opciones de localización de recursos y sustentabilidad se incrementen logrando de esta forma la sostenibilidad de los mismos.

En este sentido se realizó una revisión documental de las principales teorías que sustentan el desarrollo de oportunidades de negocios a través de conceptos como portafolio de oportunidades y sobre la potencial aplicación de estas herramientas como opción para lograr un posicionamiento sólido de las mismas en su mercado.



REFLEXIONES TEÓRICAS

HABLANDO DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN INVESTIGACIÓN

Con el objeto de comprender de manera clara y precisa los términos manejados, se cree pertinente presentar la conceptualización expresada por varios autores sobre oportunidades de negocio, a fin de contrastar estas conceptualizaciones, contextualizarlas y elaborar un concepto propio con esas bases.

En este sentido, puede indicarse que las oportunidades de negocio según Vainrub (2004) vienen expresadas no solo desde el punto de vista del mercado, sino que va a depender mucho de la capacidad de las empresas en comprender la importancia de desarrollar un perfil adecuado para negociar en el mercado. Una empresa que fabrique productos que realmente se puedan lograr un puesto en el mercado, no lograrán su éxito sino afinan las estrategias de marketing con un alineamiento, estudio y análisis de las herramientas adecuadas para negociar en dicho mercado.

En el caso de los centros de investigación locales, su perfil parte en principio del prestigio o imagen de la universidad a la cual están adscritos, pero además, de su capacidad de generar productos vinculados con las necesidades del entorno social en el cual desarrollan sus actividades, a fin de lograr la conexión con las necesidades y expectativas de éste. Es así como podrían lograr negociaciones exitosas que permitirían el ingreso de recursos para el financiamiento de futuras investigaciones en el sector.

En este orden de ideas, Vainrub (2004) hace referencia a tres herramientas que permiten identificar y analizar oportunidades con criterio profesional y gerencial. La primera está vinculada con la perdurabilidad de las oportunidades que se encuentren en el mercado, estableciendo el autor que éstas deben ser detenidamente estudiadas por las organizaciones a fin de determinar si realmente son oportunidades que pueden generar beneficios rentables para las empresas de forma sostenible. La segunda herramienta está relacionada con la determinación de que la idea sea oportuna realmente, es decir, si es el momento oportuno para su implantación.

En términos de los centros de investigación en universidades privadas locales, la aplicación de estas herramientas involucraría el alineamiento de docentes e investigadores hacia una estrategia de investigación permanente de las necesidades de su mercado, es decir, de su entorno empresarial e industrial, lo cual puede lograrse desde el establecimiento de líneas de investigación cónsonas con lo que las organizaciones están necesitando y, por supuesto, en el marco de los planes nacionales de ciencia y tecnología del país.

Este análisis puede derivarse en principio, de los diagnósticos organizacionales requeridos para la realización de los trabajos de investigación, a través del desarrollo de sencillos sistemas de bases de datos confiables que permitan analizar los datos derivados de éstas e inclusive el cruce de datos que permitan orientar el perfil de necesidades de ese entorno.

Vainrub (2004) hace referencia a un tercer enfoque que permite estimar cuando las oportunidades presentes en el mercado son adecuadas en términos de atractivo y viabilidad, en línea con el objetivo de la organización y la capacidad de la misma, en primer lugar para ejecutar las estrategias de mercadeo en íntima relación con los requerimientos del cliente.



Por su parte, Pineda (2003) expresa la importancia de que las empresas sean oportunistas, desde una perspectiva positiva, es decir que deben estar atentas día a día, a conocer como se desarrolla su mercado, incluyendo entender que en todas partes pueden estar presente las oportunidades. En este sentido, los centros de investigación universitarios, pudieran establecer perfiles de monitoreo de oportunidades de negocio o tal como se conoce en el mercado de business intelligence o inteligencia del negocio, lo cual podría facilitar la vinculación de los centros con su entorno o mercado, en la búsqueda de capitalizar recursos para el financiamiento más allá de los presupuestos universitarios. Esto incluye, perfiles que establezcan relaciones de valor con los entes para el financiamiento de las investigaciones a nivel nacional e internacional.

CONSTRUYENDO PORTAFOLIOS DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Para Hamel y Prahalad (2000) desarrollar un portafolio de negocios es fundamental para el éxito estratégico de las organizaciones ya que permite que las empresas sean competitivas y sobrevivan en mercados caracterizados por la rivalidad. En este orden de ideas, indican los autores citados, es fundamental resaltar la importancia que tiene para las compañías disponer de un abanico de oportunidades, dado que esto motiva y despierta un esfuerzo competitivo, pero solamente si posee un horizonte que se extienda más allá de los límites de negocio.

En el caso de los centros o unidades de investigación de las universidades privadas locales, el desarrollo de un portafolio de negocios puede establecerse a través de la organización de los diferentes productos científicos, en el marco de las líneas de investigación que maneje cada uno, pero en este caso estableciendo una relación producto científico – requerimiento o necesidad del segmento empresarial potencialmente usuario del mismo. Estos portafolios de oportunidades de negocios deben enfocarse desde la perspectiva del mercado, espacio desde el cual nacen las mismas.

Asimismo, ante la potencial competencia con otros organismos de similar misión, la filosofía de portafolio de oportunidades de negocios, pueden implantarse desde la mirada del entorno organizacional; es decir, desde la investigación del mercado que permitirá establecer sus necesidades y organizar los portafolios de productos en función de los requerimientos determinados. Esto aportará información para la presentación de los productos de investigación de los centros, así como lineamientos para la generación de negociaciones con los potenciales clientes empresariales.

Con relación a los procesos de negociación, Hernandez y Cedré (2006) indican que “el conocimiento pleno del tipo de proceso de negociación resulta de vital importancia para su adecuada preparación. Es por ello que, antes de enfrentarlo, es necesario definir con la mayor claridad posible el tipo de negociación en la que se va a participar”.

En los centros de investigación de universidades privadas locales deben combinarse, entonces, las capacidades de diseñar y desarrollar portafolios de oportunidades de negocio vistos desde la mirada interna y la del mercado, con las de mercadeo, venta y negociación de sus investigadores o de los perfiles encargados de dirigir estas unidades. De lo que se trata es de, como se ha mencionado en anteriores oportunidades, darle a los centros un enfoque empresarial, solo en aspectos relacionados con la promoción de los productos científicos sin que esto signifique la pérdida de su esencia como centros generadores de conocimiento. El objetivo es lograr la obtención de recursos que permitan financiar las investigaciones vinculadas



con las empresas, así como aquellas orientadas a solventar situaciones sociales menos apetecibles para ser financiadas por el sector productivo.

LAS NECESARIAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIO

Helriegel, Jackson y Slocum (2005) este concepto nos lleva a todos los recursos que tiene la organización destinados y previstos para cumplir las expectativas de un mercado con características específicas. Según los autores “el foco está en el uso de las capacidades organizacionales y en el desarrollo continuo de la empresa en los mercados específicos”.

Los mencionados autores señalan diversas opciones de diferenciación, entre ellas la diferenciación del producto por necesidades del cliente, la agrupación de clientes por segmentación del mercado, las capacidades distintivas y la dinámica de las estrategias a nivel de negocios. Con ello, se establecen los lineamientos clave para que las organizaciones, en este caso los centros de investigación adscritos a universidades privadas locales, desarrollen estrategias macro para su orientación comercial.

A través de estas cuatro perspectivas se buscaría diseñar productos pensando en los clientes con la finalidad de elevar el nivel de satisfacción. Por su parte, la segmentación del mercado es una forma para que una organización agrupe a sus clientes por semejanzas entre ellos, con la finalidad de tener argumentos y crear productos o servicios con diferencias competitivas. Las capacidades distintivas, por su parte, se consiguen cuando las organizaciones ofrecen a sus clientes o usuario calidad, respuesta oportuna e innovación.

¿Cómo se insertarían los centros de investigación en esta perspectiva estratégica? Debe iniciarse con el diseño e implantación de una política comercial que oriente los procesos para la promoción de los productos científicos la cual debe incorporar las cuatro perspectivas mencionadas, a fin de lograr una dinámica orientada a vincular entorno (mercado) con los generadores de productos científicos (investigadores) a través de los liderazgos de los centros. Asimismo, se buscaría promover los productos ya desarrollados aplicables a las diferentes organizaciones.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

El tipo de investigación fue de tipo documental utilizando, tal como afirma Arias (2004) “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” (p. 25). Asimismo, fue descriptiva considerando que el objetivo fue la descripción de hechos relacionados con la temática de estudio a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente. En este proceso de investigación, se consultaron diversos documentos y trabajos de investigación, los cuales aportaron información estratégica para el desarrollo de los diversos enfoques abordados para este trabajo.

CONSIDERACIONES FINALES

Este trabajo de investigación se realizó con el propósito fundamental de visualizar la potencialidad de aplicar estrategias de negocio en los centros de investigación adscritos a las



universidades privadas locales, con la finalidad de impulsar la búsqueda de recursos que permitan financiar las actividades de generación del conocimiento realizadas por estos centros.

En función de la información recopilada y de la revisión documental realizada para dar soporte a esta investigación se recomienda a los centros:

Iniciar un proceso de implantación de una visión empresarial para el desarrollo de oportunidades de negocio orientadas a vincular los procesos de investigación con el mercado o entorno en el cual desarrollan sus actividades. A través del desarrollo de esta filosofía, los centros podrán desarrollar competencias en áreas como investigación de mercado, desarrollo de relaciones de valor con clientes, vinculación de los productos científicos con sus mercados (promoción); es decir, competencias para la comercialización de los proyectos realizados o de la oportunidad que representa para el sector productivo el financiamiento de investigaciones orientadas a buscar soluciones para el sector empresarial.

En este sentido, también se recomienda el desarrollo de un perfil para business intelligence o inteligencia de negocios el cual tendría como propósito el monitoreo permanente de las oportunidades que se planteen en el entorno las cuales puedan representar opciones de vinculación con los potenciales financiadores, sean éstos gobierno o entes privados.

Este perfil debe incluir en su espectro de análisis las opciones que ofrecen organismos internacionales de financiamiento para la investigación. Los resultados de este proceso deberán conjugarse con la investigación que este perfil realizará de las necesidades del entorno empresarial público y privado, lo cual dará lugar a la configuración del mapa de oportunidades a evaluar por el centro en la búsqueda de la vinculación de los productos científicos con estas oportunidades.

Este mapa de oportunidades podrá constituirse en una herramienta clave para el desarrollo de las actividades promocionales, de establecimientos de relaciones de valor con potenciales clientes de los productos científicos, estrategias de comunicación, posicionamiento y búsqueda de financiamiento, entre otras.

La implantación de acciones estratégicas de negocios podrá ayudar a los centros de investigación adscritos a universidades privadas locales a lograr un posicionamiento más sólido en el mercado que atienden, orientándose así a su sostenibilidad en el tiempo con lo cual tendrán más oportunidades de crecer impactando positivamente a la sociedad a través de la generación del objetivo central de los centros: generar conocimiento a través de la promoción de proyectos de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, G., F. (2004). **El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica**. Asociación Americana de Marketing.

Ávalos, I. (2005). **La investigación universitaria en tiempos de la sociedad del conocimiento**. Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales Vol.11 N.1 Caracas ene. 2005

Hamel y Prahalad, 2000. **Liderando la Revolución**. Ediciones 2000. Gestión 2000.



Hellriegel, Jackson y Slokum (2005). **Administración: un enfoque basado en competencias**. Thomson Learning. México.

Hernández y Cedré (2006). **La negociación. Conceptos**. Caracas, Venezuela.

Hernández, Fernández y Baptista (2006). **Metodología de la Investigación**. México: Editorial McGraw- Hill Interamericana.

Méndez (2007) **Capítulo III Marco Metodológico; Población y registrar organizadamente la información en libros, revistas, diarios, informes científicos, entre otros.**

Montiel, S. (2007). **Oportunidades de negocios para las empresas editoriales educativas privadas en el sector público**. Maestría Gerencia de Mercadeo. Universidad Rafael Belloso Chacín. Venezuela.

Pineda (2003). **Cómo ser exitoso en los negocios**. P.S.I. Publishers. 2910 Baily Ave. San Diego, California, EEUU.

Universia. (2004). Noticias de Actualidad. **Situación actual de la investigación académica**. [http://noticias.universia.edu.ve/vida-universitaria/noticia/2004/11/10/180493/situacion-actual-investigacion-academica-\(parte-i-universidades-publicas\).html](http://noticias.universia.edu.ve/vida-universitaria/noticia/2004/11/10/180493/situacion-actual-investigacion-academica-(parte-i-universidades-publicas).html)

Vainrub, R. (2004). **Convertir sueños en realidades**. Una guía para emprendedores. Caracas, ediciones IESA.



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: IMPACTO DE LA GESTIÓN DEL NEGOCIO EN ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI

Ángel Acevedo
aceved122@hotmail.com

Geulinx Valbuena
gvalbuena25@hotmail.com

Leandro González
Cuerpo de Bomberos de San Francisco
leandromorillo19@hotmail.com

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito el análisis gestión del conocimiento: impacto de la gestión del negocio en organizaciones del Siglo XXI. Sustentado en las teorías de: Nonaka y Takeuchi (1999), Molina y Serra (2007) Sveiby (2000), Donatello (2011) entre otros. Metodológicamente, es una investigación analítica, descriptiva de carácter documental, empleando la técnica bibliográfica, es decir; consulta de documentos impresos y electrónicos. Luego de la sustentación y contraste de las teorías consultadas se explica que la gestión del conocimiento, corresponde al aporte del hombre en su quehacer diario, por tanto se traduce en un medio estratégico que resulta de crear, utilizar, compartir y desarrollar ideas encaminándolas al alcance de los objetivos fortalecimiento su relación experiencia – aprendizaje. La gestión del conocimiento en la organizaciones del siglo XXI muestran que el valor de la gente se encuentra inserto en la contribución de ideas creativas e innovativas expuesta en su trabajo desde el aporte de sus conocimiento, convirtiendo la información en insumo de interés para mantener su credibilidad, confianza y reputación en los escenarios económico donde expone la oferta de sus bienes y servicios, por tanto resulta el indicador de éxito o fracaso de la gestión del negocio sirviendo de modelo estratégico para incrementar el flujo de información en las fuentes internas o externas, a fin de lograr la excelencia en los niveles de innovación de la gente desde una visión compartida vinculante al crecimiento del capital intelectual.

Palabras clave: gestión del conocimiento, gestión del negocio, organizaciones del siglo XXI

INTRODUCCIÓN

La humanidad formada como sociedad de hombres con diversos saberes y competencias dispuesta al aporte de ideas en las organizaciones donde desempeña sus funciones de trabajo, resultado necesario emplear habilidades para consensuar entre los miembros de grupos y dirigir acciones destinadas alcanzar los objetivos del negocio y en conjunto obtener el bien común , por lo cual las organizaciones del siglo 21 deben poseer en su plantilla de talento humano, talento tangible, que cumplan con el perfil de competencias idóneas para hacer frente a los retos actuales de la globalización de los negocios.

Ante los cambios proyectados desde la globalización de los mercados las organizaciones del siglo 21, debe atender no solo los problemas que se generan sino las necesidades de adaptarse a los cambios que la sociedad ha enfrentado desde su despertar ante los aceleradas transformaciones, donde la tecnología y los avances en la comunicación, dan paso a las



innovaciones en el quehacer científico, económico y social, así como la inclusión cultural-social donde un punto de interés en las organizaciones es la gestión del conocimiento de su gente como pilar en la exposiciones de ideas creativas indispensables para el desarrollo individual y profesional de una sociedad en constante progreso y desarrollo sustentable.

Para ello la gente adscrita a las organizaciones, debe mostrar ante su quehacer diario una serie de competencias necesarias para dar un valor agregado a la gestión organizacional, por lo que los gerente como líderes transformadores con sentido visionario debe hacer conjugar no solo las capacidades innatas para efectuar el trabajo sino las adquiridas desde la formación académica, como mecanismos de exposición de la relación experiencia- aprendizaje de conocimientos para adaptarse a los cambios inesperados del entorno.

He allí donde el rol del gerente representa una guía para desarrollar las acciones del hombre en sus puestos de trabajo, es decir ser un ente con habilidades trasmisibles desde su actuación y manejo del conocimiento. Para Molina y Serra (2007), en la actualidad hay que optimizar el ciclo experiencia-aprendizaje siendo sencillamente, la clave para reaprovechar al máximo la experiencia acumulada y aprender a gran velocidad para estar en condiciones de disponer de nuevas experiencias y manejar el conocimiento.

En este sentido, la gente de las organizaciones de hoy se ha visto en la necesidad de incorporar acciones que den respuestas a las necesidades del trabajo, a partir de la gestión del conocimiento, buscado con ello la excelencia en el desempeño laboral, pero a su vez adoptando desde una perspectiva sistemática y objetiva la relación en sí mismo ante la realidad donde se esté inmerso; tratando de considerar significativamente las interacciones en las circunstancias que se enfrenten, en tal caso alineando ideas , acciones para el éxito.

Expertos de las diversas áreas del saber han presentado propuestas que se han discutido en escenarios a escala mundial, donde denotan que el conocimiento debe ser un patrón universal para divulgar y exponer ideas en consonancias a las realidades generadas en el entorno, por tanto en realidad, más allá de la pluralidad existen conocimiento compartidos atribuibles a un común denominador en la naturaleza humana que definirán así su habilidades.

Sobre este particular, se plante una única actividad humana, a pesar de la existencia de diversas teorías acerca del conocimiento que este se presentan como reflexiones para ser aplicadas universalmente, pero con una única acción la naturaleza del hombre. Sin embargo, mientras las teorías del conocimiento universales pueden ser parte de un sistema filosófico o de una cultura, religión universal su practicidad pertenece al dominio de los actos humanos y su relación con el bien y colaboración en un entorno particular. En virtud de los aspectos planteados se analiza en este artículo la gestión del conocimiento: impacto de la gestión del negocio en organizaciones del siglo XXI

CONOCIMIENTO SOPORTE DEL QUEHACER DEL NEGOCIO EN ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI

El entorno competitivo actual las empresas se ven sometidas a cambios y transformaciones, requiriendo enfrentarse a grandes retos, como lo son: la globalización, los avances tecnológicos, los acuerdos económicos, el constante crecimiento demográfico, cambios en los gustos de los consumidores, entre otros aspectos asociados a las actividades dinámicas y cambiantes del mercado , haciendo necesario la rápida adaptación de tendencias, de tal



manera de poner en práctica ideas creativas e innovadoras para permanecer estable en el sector donde oferta los rubros de sus servicios.

Si bien es cierto, que el ambiente tanto interno como externo es vital para las organizaciones, de igual modo el primero es decir el interno, donde los procesos, estrategias, metas, debelan la práctica de la gestión del conocimiento en sus áreas de trabajo involucrado a tal efecto las capacidades de su gente, estando alineados con la plataforma estratégica, para que el nivel gerencial vea resultados prácticos en cuanto a producción, ventas, posicionamiento y satisfacción tanto del cliente interno como externo.

Según los planteamientos de Nonaka y Takeuchi (1999), para los japoneses el conocimiento significa sabiduría adquirida desde la perspectiva de la personalidad en su conjunto, por tanto, ellos dan más importancia a las experiencias personales y físicas, entonces el conocimiento subjetivo y la inteligencia intuitiva que a la observación intelectual directa. Por consiguiente, su función es planificar, organizar y controlar las actividades relacionadas con el conocimiento, aunado a los programas requeridos en la administración efectiva del capital intelectual.

En virtud de ello, el objeto de alcanzar un nivel más alto en el trabajo y desempeño de su gente, aunado a incrementar la productividad del negocio, los gerente son conscientes de la necesidad de exigir tareas y actividades que requieran creatividad, innovación, competitividad y la posibilidad ser partícipes en la toma de decisiones, para que sus trabajos sean altamente gratificantes, producto de la excelencia en los aportes de ideas a partir de sus conocimientos en el trabajo y con ello obtener los objetivos planificados por la organización y más aun las del siglo 21, siendo su presentación la incorporación de procesos novedoso desde la tecnología de información.

Al respecto, Bosier (2001) plantea, que la gestión del conocimiento es la claves del siglo XXI, no sólo del futuro del crecimiento económico sino también del lugar como países, regiones y ciudades ocuparán en el ordenamiento futuro de los territorios. Por lo tanto, la gestión del conocimiento se basa en la premisa según la cual el conocimiento es la capacidad para crear lazos más estrechos con los colaboradores, la capacidad para analizar informaciones corporativas atribuyéndoles nuevos usos, la capacidad para crear procesos que habiliten a los trabajadores de cualquier local a acceder y utilizar información para conquistar nuevos mercados y, finalmente, la capacidad para desarrollar y distribuir productos y servicios para estos nuevos mercados de forma más rápida y eficiente que los competidores.

Así mismo, para Garvin (1998), la gestión del conocimiento obtiene y comparte bienes intelectuales, con el objetivo de conseguir resultados óptimos en términos de productividad y capacidad de innovación de las empresas. Es un proceso que engloba generar, recoger, asimilar y aprovechar el conocimiento, con vistas a generar una empresa más inteligente y competitiva.

Ante ello, los autores de este investigación infieren acerca del conocimiento como un fenómeno social, un tipo de influencia, que ocurre exclusivamente en grupos sociales. La influencia es una fuerza psicológica que influye conceptos como poder y autoridad, el cual refiere a la manera de introducir cambios en el comportamiento de las personas o grupos de personas.



En efecto, dada estas conceptualizaciones; la figura del gerente vendría a constituir un factor determinante en cualquier ámbito de trabajo de la gente, por cuanto el recurso más importante bajo acción es el humano, al cual podrá orientar a todos al logro de los objetivos comunes desde el aporte de ideas derivadas y cónsonas a los escenario donde expondría sus conocimientos. Sveiby (2000), el conocimiento es una capacidad de actuación de cada una de las personas que se va creando de forma continuada con el aprendizaje y que no se puede separar del contexto

En líneas generales, se explica que en la actualidad la riqueza de la sociedad se deriva del conocimiento del hombre, donde este y la información se han convertido en las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes para el desarrollo de las naciones, siendo su aplicabilidad la distinción para el éxito o fracaso de la gestión de los negocios, y más aún en esta época de constantes cambios en incertidumbre, donde la práctica de procesos que hoy son novedoso mañana pudiesen ser obsoletos.

De esta forma, el gerente no solo debe ser capaz de organizar un correcto trabajo en equipo y tener una reputación de ser competente, sino al mismo tiempo, debe ser un gerenciador que traduzca el conocimiento, habilidades, destrezas, motivaciones más intrínsecas de todo el personal que labora en dichas organizaciones con régimen disciplinarios, comunicándoles de forma efectiva la necesidad de logro de esas metas y proyectos planificados.

Por lo tanto, Nonaka y Takeuchi (1999), la gestión del conocimiento, responde que es un sistema facilitador de la búsqueda, codificación, sistematización y difusión de las experiencias individuales y colectivas del talento humano de la organización, para convertirlas en conocimiento globalizado, de común entendimiento y útil en la realización de todas las actividades de la misma, en la medida que permita generar ventajas sustentables y competitivas en un entorno dinámico.

La anterior noción se complementa al determinar cada uno de los pasos que hacen del conocimiento un proceso cíclico, el cual se establece por Nonaka y Takeuchi (1999), como una secuencia ascendente de los datos (hechos objetivos de acontecimientos) generando información (mensaje: emisor/receptor) que requiere de la clasificación y codificación para convertirse en conocimiento que por medio de la internalización promueve la creación de espacios propicios.

En líneas generales se explica que, la gestión del conocimiento se muestra como las habilidades cognitivas del hombre y de las obligaciones que rigen el comportamiento de este en la sociedad. Como el compromiso efectivo del hombre que lo lleva a su perfeccionamiento personal, refiriéndose a una decisión interna y libre que no represente una siempre aceptación de lo que otros piensan, dicen y hacen.

TIPOS DE CONOCIMIENTO

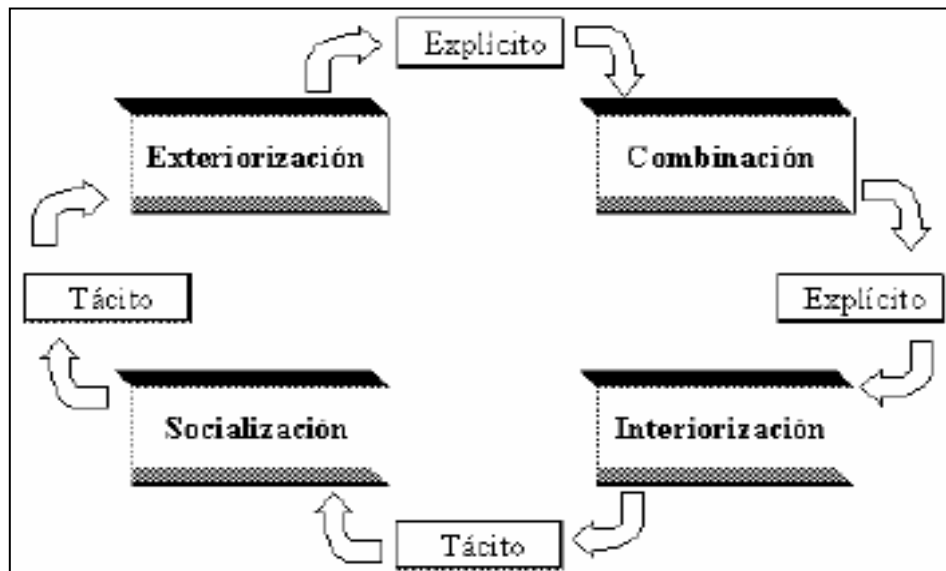
Para Bryan-Kinns (1999, citado en De Kereki (2003) expone que existen tres tipos de conocimientos que son: explícito, embebido y comunitario. El primero en este caso el explícito está relacionado con datos específicos, sistematizados y estructurados, quitando la ambigüedad en su significado e intención; en segundo término el embebido trata acerca del conocimiento específico del dominio, el cual puede ser tanto tácito como explícito siendo vital



para la transición y transferencia; finalmente el comunitario, el cual consiste en un sistema de creencias con estructura implícita, valores propios y comunes generalmente tácitos.

Sobre este particular, Nonaka y Takeuchi (1999) describen un proceso de gestión del conocimiento donde lo tácito y explícito están íntimamente asociados siendo la transición entre uno y otro se da a través de mecanismos, definiéndolos como una espiral constituida por cuatro pasos a partir de los cuales se produce la gestión y generación del conocimiento: Socialización, Exteriorización, Combinación e Interiorización mostrados a continuación.

Figura 1: Proceso de conversión del conocimiento



Fuente: Nonaka y Takeuchi (1999)

En este orden de ideas, resulta de interés comparar los tipos de conocimiento presentados; el conocimiento tácito es personal en él están inmersos elementos cognitivos que se asocian con denominados modelos mentales, sirviendo de apoyo a los individuos a tener una percepción de la información y a definir los elementos técnicos que contienen oficios y destrezas concretas. En referencia al explícito o codificado, se asocia con la difusión de información haciendo uso de un lenguaje formal y sistematizado; involucrando elementos secuenciales pero también abordando teorías digitales como herramienta de difusión.

En la gestión del conocimiento la dimensión tácita es parte del acervo personal y organizacional, afirma Peluffo y Catalán (2002), que se hace visible cuando se utiliza para ciertas situaciones donde el conocimiento codificado o explícito es insuficiente para enfrentar dicha situación. Es lo que permite que alguien pueda:

- Visualizar ciertos riesgos o peligros que no son proporcionados por el conocimiento explícito.
- Crear un cierto orden de relaciones nuevas entre datos.



- Generar ideas a partir de una situación nueva.
- Diferenciar en el caso de los inventores, los emprendedores, los visionarios, o las personas que sobresalen del resto, su conocimiento tácito.

ETAPAS DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Precisando de una vez, Davenport y Prusack (1998, citado en Donadello, 2010), definen el conjunto de conocimientos dentro de las organizaciones como un sumario de datos e información estructurada susceptible a transformación y transferencia, enmarcándolos en tres etapas: (a) Generación de conocimiento. (b) Codificación del conocimiento y (c) Transferencia del conocimiento; estos afirman que en toda organización debe existir un personal responsable de este proceso de manera que pueda facilitar las condiciones que permitan un contexto favorable para el trabajo en equipo, para la creación y acumulación de conocimiento a escala individual.

Para Pedraja, Rodríguez y Rodríguez (2008) refieren que la gestión del conocimiento es un proceso controlado con una finalidad establecida, basada en una estructura donde se desarrollan tres etapas que son: crear conocimiento, compartir conocimiento y aplicar conocimiento para llegar al cumplimiento de los objetivos trazados.

Continuando con los aportes autores citados en el párrafo precedente, estos afirman que para alcanzar el éxito dentro de una organización, es necesario asumir un proceso sistemático de gestión de conocimiento basado en las tres etapas mencionadas en el párrafo anterior; estas servirán como herramientas estratégicas empleadas en cualquier nivel de desarrollo; tales son la base para incrementar el flujo de información desde fuentes internas o externas para lograr altos niveles de innovación representando las garantías de éxito de los grupo de individuos que tengan como visión un crecimiento en el capital intelectual.

Por otra parte, los autores mencionados recientemente, concluyen que la relación entre la tecnología de comunicación conlleva a nuevas formas de construcción de conocimientos; generando un aporte acerca de ideas creativas e innovadoras para gestar información sobre una nueva visión de aprendizaje, siendo su resultado una evidencia de la destreza y mejoramiento de las competencias que pueden de interés en un contexto u escenario de trabajo determinado, y más aún en la actualidad donde la tecnología e información avanza aceleradamente.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO VENTAJA COMPETITIVA DEL LÍDER EN LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI

Para esta parte, es meritorio el apego a lo expuesto por Moreno (2004) quien propone una teoría de liderazgo, conocimiento; donde está caracterizada por indicadores llamados las Siete Claves "C": carácter, coraje, credibilidad, comunicación, conocimiento, compromiso y comprensión. Ante ello el autor indica que su asunción plena, junto con la de las Tres "H": humildad, honestidad y humor, serán los indicadores capaces de convertir en verdaderos gerentes del conocimiento a todos aquellos hombres y mujeres que se desempeñen en estos roles; por lo tanto se analizarán a su vez en medio de la acción cultural y la diversidad como factores ajenos o propios de toda organización consciente.



Primeramente, la “C” de Carácter: expresa Voluntad y Hábitos: esta teoría de Moreno (2004) y superficialmente llevada por Bennis y Nanus (2001) refiere al carácter como la primera cualidad de todo líder, construyéndose con cada actuación del mismo. El carácter está próximo a la voluntad, al querer hacer y hacerlo, también a los hábitos adquiridos con el tiempo. Esta cualidad se manifiesta en la adversidad, ya que denota un ánimo sólido, bien formado que permite estar al frente (liderar), cuando otros dan un paso hacia atrás.

El liderazgo de conocimiento se ejerce desde un carácter cuyos cuatro pilares son: la prudencia, la justicia, la moderación y la fortaleza. La prudencia es lo que lleva al líder a tomar decisiones correctas, con la justicia, el líder da a cada uno lo que le corresponde, asimismo la moderación permite al líder ser fiel a sus ideas y creencias, y por otra parte la fortaleza capacita a los líderes de liderarse a sí mismo.

Seguidamente, la “C” de Coraje: indica el Saber decir “No”: el día a día de las organizaciones, hacen que un líder encuentre muchas oportunidades para demostrar el coraje que posee, esta cualidad permite ir un poco más allá cuando otros se rinden o responden adecuadamente ante situaciones, que no parecen del todo correctas y no callar por conveniencia o por simple adaptación a una situación más cómoda. El coraje tiene que ver también, con la presencia del líder, ya que este siempre debe estar “ahí”. Asimismo, no pide a los demás algo que él mismo no pudiera hacer. Concreta su coraje en su esfuerzo diario, en su empeño satisfactorio para la organización.

Por su parte la tercera “C” de Credibilidad: incluye el tener Coherencia, Consecuencia y Confianza: esta condición dicen Bennis y Nanus (2001) que se presenta cuando los miembros de la organización creen en los compromisos del líder, afirmándolo Moreno (2004) quien patentó las teorías; debido a que ha evidenciado el cumplimiento de los mismos, ya que es congruente entre lo que dice y hace. No sólo se caracteriza como una persona “legal”, así como también se identifica como líder de conocimiento, en virtud a la ganancia de credibilidad con su trabajo.

También, el liderazgo del conocimiento se ejerce sabiendo que la construcción de confianza es tan costosa de conseguir como rápida de perder, por eso el líder es cuidadoso en todo lo que hace, procurando no dañar lo que están arduos de construir, consciente de que la confianza del capital hacia él, es esencial para que una organización funcione bien.

En consecuencia con lo anterior se tiene la “C” de la Comunicación: la cual exige ser Claro y Conciso, por tanto Moreno (2004) expone que el líder entre sus competencias debe poseer habilidades de comunicación, demostrando claridad en el discurso, precisión en los mensajes, de igual forma se muestra reiterativo para garantizar la solidez del mensaje. Tiene la habilidad de ser asertivo y empático con sus colaboradores. La comunicación que establece con su equipo no está basada en el mando si no en ideas, en argumentos y en la convicción.

Tiene los argumentos para convencer a su equipo de las tareas a desempeñar y de los objetivos a alcanzar, para ello facilita y apoya el trabajo de su gente. Asimismo, son capaces de generar proyectos que ilusionan y aportan sentido al trabajo de los demás. Además comunican bien, porque escuchan activamente a su personal.

Entre tanto, la “C” del Conocimiento: involucra Competencia y Capacidad: el líder de conocimiento es consciente de lo importante que es la formación y capacitación propia para



llevar a cabo su misión dentro de la organización, ya que estos elementos, aportan consistencia y competencia.

Por otra parte, el líder, está avalado por los resultados, es decir, no se autocuestiona su capacidad. Ante ello, deja claro que si el conocimiento es clave, el reconocer que no se sabe todo, resulta fundamental, el líder de conocimiento es humilde, por eso busca colaboradores que en determinadas áreas, sepan más que él, suman la conjunción de conocimiento para alcanzar logros mayores. Es así como el líder de conocimiento se convierte en un auténtico constructor de equipos.

Aunado a lo anterior, se presenta entonces la sexta “C” del Compromiso: esta demanda Trabajo y Organización: entre las cualidades que destacan en un líder de conocimiento es el compromiso adquirido con su trabajo y con la empresa (organización), por lo que dicho compromiso se trasluce en las acciones que emprende y las decisiones que toma, observándose congruencia entre el decir y hacer, demostrando una labor de calidad, la cual es relevante en la organización y sus empleados.

Finalmente, se tiene la “C” de la Comprensión: la comprensión en un líder significa ahondar en hechos y circunstancias que rodean a las personas de la organización, tiene que ver con la flexibilidad, alejada de cualquier rigidez que sólo conduce a tensionar más o bloquear situaciones y personas. El liderazgo de conocimiento se ejerce con espíritu sereno pero decidido. Solo el que está en la posición de comprender puede después, seguir, facilitar y apoyar. La comprensión del otro es lo que permite al líder conocer la cara humana de la organización.

En este mismo orden de ideas, autores como Moreno (2004) y Álvarez de Mon. (2003); Reafirman que ante estos indicadores para mejorar la gestión del líder del conocimiento; una primera constatación a enfatizar es que la empresa o la organización la constituye una comunidad de personas, a segunda es que el líder es una persona más, lo que hace necesario a veces, olvidar esta obviedad por el peso, la influencia o el poder que los líderes ejercen sobre la propia organización o sobre nosotros mismo. Entendimiento de una Organización consciente con la cultura y la diversidad, como acciones exógenas que alimentan sus procesos humanos en la cooperación.

METODOLOGÍA EMPLEADA

El tipo de investigación suscrito en el presente artículo fue analítica, descriptiva, documental; apoyado en la técnica bibliográfica, recurriendo a tal efecto a la revisión de fuentes impresas y electrónicas, interpretando aspectos asociados a la situación objeto de estudio. En este aparte se recurrió a la revisión de autores como: Hurtado (2006), Arias (2006), Méndez (2006); entre otros.

REFLEXIONES FINALES

La gestión del conocimiento en la organizaciones del siglo XXI muestran que el valor de la gente se encuentra inserto en la contribución de ideas creativas e innovativas expuesta en su trabajo desde el aporte de sus conocimiento, convirtiendo la información en insumo de interés para mantener su credibilidad, confianza y reputación en los escenarios económico donde expone la oferta de sus bienes y servicios, por tanto resulta el indicador de éxito o fracaso de la gestión del negocio.



Sobre la base de lo antes planteado, los resultados de esta investigación demuestran que las personas en el campo de su desempeño laboral en las organizaciones del siglo XXI, desarrollan el conocimiento tácito y explícito, siendo la base fundamental para el avance intelectual debido a que representan una estructura para desarrollar la transferencia y transmisión de una información en resultados tangibles.

En referencia a las etapas del conocimiento, se visualiza como un proceso sistemático y cíclico de constante valoración donde se busca crear, compartir y aplicar conocimiento para alcanzar los objetivos trazados desde las ideas del hombre en sus procesos de trabajo, sirviendo de modelo estratégico para incrementar el flujo de información en las fuentes internas o externas, a fin de lograr la excelencia en los niveles de innovación de la gente desde una visión compartida vinculante al crecimiento del capital intelectual.

En virtud de la gestión del líder del conocimiento, se busca visualizar que la organización como estructura social la conforman personas con conocimientos sobre diversas áreas que coadyuva a mejorar la calidad de los procesos de trabajo para otorgar un valor agregado a la productividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez de Mon, S. (2003). **Desde la Adversidad. Liderazgo, cuestión de carácter.** Editorial Prentice Hall, Madrid, España.
- Arias, Fidias (2006). **El Proyecto de Investigación.** Venezuela. Editorial Episteme. Quinta Edición.
- Bennis, W. y Nanus, B. (2001). **Estrategias para un Liderazgo Eficaz.** Revista Paidós Plural, Nº 17, Barcelona, España.
- Boisier, S. (2001): "Sociedad del Conocimiento, Conocimiento Social y Gestión Territorial". Documento de Trabajo. Preparación de un informe para la OCDE.
- Donadello, B. (2010). **"El Director en los Centros de Educación Primaria: Gestión del Conocimiento, gestión de competencias, liderazgo e impacto en la calidad educativa de centros. Estudio de caso de CRA"**. Universidad de Zaragoza. España.
- De Kereki, I. (2003). **Modelo de Creación De Entornos de Aprendizaje basados en técnicas de Gestión del Conocimiento.** Universidad Politécnica de Madrid. España.
- Garvin, D.A. (1998): "Building a learning organization". Harvard Business Review, pp. 78-91.
- Hurtado, J (2007) **Metodología de la Investigación.** Venezuela. Fundación Sypal. Editorial Magisterio.
- Méndez, Carlos (2006) **Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.** Colombia. Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- Molina, José Luis y Serra, Montserrat Marsal (2007). **La gestión del conocimiento en las organizaciones.** España.



Moreno (2004). **Claves para el Liderazgo Ético.**

Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka (1999). **La organización creadora del conocimiento.** Editorial Oxford Press, México D.F.

Pedraja, L; Rodríguez, E; y Rodríguez, J. (2008). **La gestión del conocimiento y la eficacia organizativa en las pequeñas y medianas empresas.** Redalyc. Vol. 14. (pp. 495-506).

Peluffo, M y Catalán E. (2002). **Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación en el sector público.** ILPES. Chile.

Sveiby, K. E. (2000). **Capital intelectual: la nueva riqueza de las empresas.** París: Maxima Laurent du Mesnil.



ABORDAJE DEL CONSUMO DE DROGAS EN EL ÁMBITO LABORAL: UNA VISIÓN LEGAL

Elvia Amesty
Asociación SENDEROS
amestye@gmail.com

Cristina Seijo
URBE- Universidad Privada Rafael Belloso Chacín
cristinaseijo@hotmail.com

RESUMEN

El consumo de drogas es un asunto de salud y seguridad que se encuentra entre los diez problemas más importantes de los países, por lo que las organizaciones deben estar a la vanguardia en este tema. Este artículo es un estudio de revisión doctrinal, cuyo objetivo es analizar leyes nacionales, normativas y recomendaciones internacionales en esta materia. La documentación teórica está fundamentada en postulados de la OMS (2009), la OIT (2003), la ONA (2008), la Ley Orgánica de Drogas (2010), Osman (2011) entre otros. El análisis permite sugerir la importancia de promover la prevención integral, como estrategia para orientar el consumo por parte de los trabajadores con un enfoque de salud pública, que ofrezca orientación al consumidor y que al mismo tiempo minimice los riesgos de accidentes y consecuencias laborales; así como que este enmarcado en principios éticos, normativas legales y que permita el desarrollo de un sentido de corresponsabilidad ante la problemática mundial de las drogas.

Palabras Clave: drogas, ámbito laboral, ley orgánica de drogas,

INTRODUCCIÓN

El problema mundial de las drogas sigue constituyendo un peligro para la salud, la seguridad pública y el bienestar de la humanidad, tomando en cuenta que se según lo reporta la Organización Mundial de la Salud (2009), se encuentra entre los veinte principales factores de riesgo para la salud a nivel mundial y es uno de los diez problemas más importantes en los países desarrollados. Las consecuencias derivadas del consumo de drogas se asocian con el riesgo, cada vez mayor, de que aparezcan otros problemas de salud como el VIH/SIDA, hepatitis, tuberculosis, suicidio, muerte por sobredosis y enfermedades cardiovasculares, por lo que se ha constituido en un problema de interés global y prioritario en las políticas públicas en los casi todos los países.

Aunque el consumo de drogas tiene una etiología multicausal, entre los diversos factores que contribuyentes también están algunos relacionados con el ámbito laboral, es por ello que a Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2003), desde hace ya casi dos décadas, ha reconocido los problemas que suponen el consumo de drogas y seguridad laboral. En 1998 la OIT estimó que las lesiones relacionadas con drogas están entre 15 y 30% del total de los accidentes relacionados con el trabajo, la accidentabilidad laboral es tres veces mayor en trabajadores con consumo de drogas, un tercio de los accidentes están relacionados con el



consumo de sustancias, la tasa de accidentes se duplica en estos trabajadores, así como las bajas laborales y el absentismo.

Es por ello que esta organización basado en las evidencias del impacto negativo del consumo de drogas, tanto para los trabajadores como su familia, ha establecido líneas de acción en sus estrategias, estimulando a los países miembros de las naciones unidas a focalizar en programas en el ámbito laboral, ya que reconoce que esto trae un impacto positivo en la empresa, el entorno familiar y la comunidad. Por lo que se ha registrado un creciente interés en los diferentes países por establecer políticas públicas que regulen y orienten las acciones en materia de drogas, enfatizando en la aplicación de programas preventivos, siendo uno de ellos, concretamente los que están vinculados al lugar de trabajo, con la finalidad de desarrollar espacios laborales saludables.

Consumo de Drogas en el Ámbito Laboral

Numerosos estudios han demostrado el impacto negativo del consumo de drogas en los espacios laborales, la Oficina Internacional del Trabajo (2003), reporta que el absentismo laboral de los consumidores de drogas, es de 2 a 3 veces mayor que el resto de los trabajadores. Las bajas por enfermedad tienen un coste 3 veces mayor, a la vez que estos mismos trabajadores perciben indemnizaciones por un importe 5 veces mayor que el resto de sus compañeros, finalmente, entre el 20-25% de los accidentes laborales ocurren en trabajadores que se encuentran bajo los efectos del alcohol u otras drogas, indicando la importancia que tiene la prevención en los espacios laborales.

Por lo que el consumo de drogas en el ámbito laboral es un problema de salud, el cual trae repercusiones en el trabajo, la familia y la vida social de quien padece esta enfermedad, por cuanto afecta la salud mental y física del trabajador, su rendimiento laboral, interfiere en la calidad del trabajo, las relaciones interpersonales con los compañeros y en definitiva en la productividad de la empresa, además que aumentan los riesgos de accidentes laborales, problemas con los superiores y ausentismo.

La Oficina de las Naciones Unidas contra las Drogas y el Delito (ONUDD, 2014), estima que:

A nivel mundial, se calcula que en 2012 entre 162 y 324 millones de personas, es decir del 3,5% al 7,0% de la población de entre 15 y 64 años, consumieron por lo menos una vez alguna droga ilícita, principalmente sustancias del grupo del cannabis, los opioides, la cocaína o los estimulantes de tipo anfetamínico. (p. 1)

En este informe mundial sobre las drogas, se plantea que la prevalencia de vida de drogas ilícitas es mayor, llegando probablemente a cerca de mil millones de personas; así como también que 5 de cada 100 personas en edad de trabajar consumieron drogas ilícitas algún momento de su vida. En cuanto al consumo de alcohol, la cual es la droga más consumida a nivel mundial la OIT (2003), reporta que alrededor del 70% de los consumidores de drogas lícitas o ilícitas se encuentran trabajando, quienes su rendimiento se estima que sea en un 30% menos que el de los que no consumen.

Las evidencias anteriores presentadas por estos organismos internacionales justifican que los países legislen sobre esta materia y que las organizaciones cuenten con respuestas para



del consumo de drogas, el cual ha sido denominado por la Organización Mundial de la Salud como el problema mundial del consumo de drogas, donde las acciones que tomen las empresas deben estar impregnadas con un carácter científico, profesional, pero al mismo tiempo ético, que le permita afrontarlo con una respuesta basada en la garantía del respeto por la vida y los derechos humanos.

Abordaje del Consumo de Drogas en el Ámbito Laboral: Una corresponsabilidad Empresarial en la búsqueda de organizaciones saludables

La intervención del consumo de drogas en los espacios laborales, debe ser enmarcada dentro de lo que se ha definido como los ámbitos de la prevención, los cuales por definición son los espacios más importantes que deben ser intervenidos con acciones preventivas, por cuanto se consideran grupos de riesgo o debido a que su estructuración permite llegar a un mayor número de personas y de esta forma aplicar las estrategias de la prevención universal, siendo tradicionalmente los principales ámbitos de la prevención son el escolar, familiar, laboral y comunitario.

En esta línea de ideas, la Oficina Nacional Antidrogas (2009), la cual es el órgano rector en esta materia, define en el Plan Nacional Antidrogas (2007-2013), en un documento público que recoge la planificación estratégica del Estado Venezolano, para hacerle frente al problema de las drogas en sus diferentes ámbitos y es producto del consenso de todos los actores con competencia en la materia. Este plan establece ocho (8) ámbitos de acción en el área de reducción de la demanda, siendo estos el comunicativo, el educativo, comunitario, poblaciones especiales, sistema nacional de tratamiento, seguimiento y control, poblaciones especiales y el ámbito laboral.

Los planteamientos anteriores muestran la importancia que tiene los espacios laborales en la prevención del consumo de drogas, como parte de las políticas públicas que los países desarrollan para hacerle frente a esta problemática mundial. La Oficina Nacional Antidrogas (2011), conceptualiza la prevención en el ámbito laboral como:

Es el conjunto de acciones que conlleva a un proceso continuo, permanente y dinámico, enmarcado en un plan o programa de prevención integral, desarrollado por una empresa, dirigido a los trabajadores y su entorno socio familiar, que exprese el desarrollo de la seguridad y salud laboral, a través de un lineamiento institucional en material de drogas (p. 60)

Para la Comisión Interamericana para el Control del Abuso De Droga (CICAD, 2008) la prevención laboral se entiende como una serie de actividades coordinadas, con la finalidad de informar, sensibilizar, consensuar y promover cambios organizacionales en los distintos niveles y sectores empresariales (directivos, trabajadores, representantes sindicales, servicios de salud laboral, entre otros), con la finalidad de disminuir el consumo de drogas legales o ilegales desde el lugar de trabajo, y reducir los riesgos asociados al consumo.

Tomando en cuenta estas conceptualizaciones, la prevención en el ámbito laboral es un proceso continuo y dinámico, que se realiza en todos los niveles organizacionales con la finalidad de potenciar los factores de protección y reducir o mitigar los factores de riesgo, que permitan reducir las consecuencias asociadas al consumo de drogas en el trabajador y su entorno.



Dentro de los componente básicos de los programas de prevención laboral y que ha demostrado una gran efectividad, de acuerdo a los hallazgos de la CICAD (2008), ONA (2009), el Consejo Nacional contra las Adicciones de México (2011), entre otros, se menciona el compromiso organizacional, la conformación de un equipo preventivo coordinador, la elaboración de un diagnóstico, la política preventiva, la realización de determinaciones toxicológicas, así como la asistencia al trabajador. Tomando en cuenta la importancia que reviste los dos últimos componentes mencionados, resulta de gran interés analizar los aspectos legales y bioéticos vinculados con el consumo por parte del trabajador, el manejo de la información concerniente a ese comportamiento dentro del ámbito de trabajo y el análisis de las actuaciones de la empresa como respuesta al comportamiento del trabajador

Consumo de drogas y responsabilidades legales en el ámbito laboral: Una normativa jurídica de cumplimiento internacional

Tanto en el ámbito internacional como a nivel nacional se cuenta con ordenamientos legales y normativos que fundamentan y regulan las actuaciones vinculadas con el consumo por parte de los trabajadores en las organizaciones, con la finalidad que estas intervenciones estén enmarcadas en la garantía de los derechos humanos de los trabajadores y sus familiares, pero que también representen un beneficio y una incidencia positiva en el clima laboral, así como en la seguridad y disminución de accidentes para la empresa.

La piedra angular a través del cual las Naciones Unidas fundamenta el control de las drogas a nivel internacional son en orden cronológica la Convención Única de 1961 sobre Estupefacientes, en segundo lugar el Convenio sobre Sustancias Sicotrópicas de 1971 y por último la Convención contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas de 1988. Estos tres tratados se sustentan mutuamente y son complementarios, cada país ejecuta las disposiciones de acuerdo a sus políticas públicas. Un elemento importante a resaltar, es que las tres convenciones comienzan con preámbulos expresando la preocupación por la salud y el bienestar de los seres humanos.

A principios de 1995, durante la 259ª. Reunión del Consejo de Administración de de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se convocó a una reunión de expertos a quienes se les encomendó la elaboración de un repertorio de recomendaciones para examinar la problemática del consumo de drogas. Por otra parte, de acuerdo con la Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas de la Organización de Estados Americanos (CICAD, 2008), la competencia internacional requiere que el ambiente en las empresas tenga un carácter cada vez más innovador, diversificado y flexible, donde el recurso humano se convierta en uno de los valores agregados más importantes dentro de las organizaciones.

Estos organismos han dictado sus lineamientos y han emitido recomendaciones a los países miembros, a fin de que puedan legislar y establecer los mecanismos que garanticen el desarrollo de los programas de prevención laboral. Venezuela como país adscrito a estas organizaciones internacionales, como son la OIT y la CICAD, ha impulsado una normativa legal y jurídica a fin de dar cumplimiento a estos compromisos, pero también orientado por una convicción humanista del hombre, donde se busca su desarrollo pleno y la garantía de sus derechos humanos y ciudadano.



Marco Normativo Venezolano en materia de Drogas: Una visión humanista, ética y de salud pública del consumo de drogas

En la actualidad en Venezuela, el marco jurídico que regula la materia concerniente es la Ley Orgánica de Drogas, la cual fue promulgada en la Gaceta Oficial No. 39.510 de fecha 15 de septiembre de 2010, derogando la Ley Orgánica contra el Tráfico Ilícito y el Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (2005), establece en el artículo 1 el objeto de la Ley:

Establecer los mecanismos y medidas de control, vigilancia y fiscalización en el territorio nacional,... y determinar la naturaleza del órgano rector en materia de lucha contra el uso indebido y el tráfico ilícito de drogas; regular lo atinente a las medidas de seguridad social aplicables a la persona consumidora, por el consumo indebido de estupefacientes y sustancias psicotrópicas; y regular lo atinente a la prevención integral del consumo de drogas y la prevención del tráfico ilícito de las mismas. (p. 3)

De acuerdo a lo establecido en este artículo y en relación a los objetivos del siguiente trabajo de investigación, es importante resaltar los siguientes aspectos a ser considerados en el análisis, siendo ellos los vinculados con regular lo atinente a las medidas de seguridad social aplicables a la persona consumidora y a la prevención integral del consumo de drogas.

Relacionado con las medidas de seguridad a la cual se refiere el artículo 1 de la LOD (2010), el Artículo 130 de esta ley establece: El juez o la jueza competente ordenará la aplicación del tratamiento o la rehabilitación obligatorio en un centro especializado, a las personas consumidoras y adicionalmente podrá aplicar separadamente o conjuntamente las medidas de seguridad social siguientes: Reinserción Social, Seguimiento o Servicio Comunitario.,

En este artículo se evidencia que para la legislación Venezolana el consumidor de drogas es un enfermo y como tal debe ser tratado, es decir que el consumo amerita una intervención terapéutica y de recuperación. Esta disposición está en concordancia con el artículo 84 de la Constitución Nacional (2009), donde se consagra el derecho a la salud. Sin embargo, habría que plantearse la siguiente pregunta: ¿todo consumidor puede ser beneficiado por estas medidas de seguridad?, para responder a esta interrogante es importante aclarar que el artículo 131 establece quienes son sujetos a estas medidas, quedando establecido lo siguiente:

1. El consumidor civil o militar cuando este de centinela.
2. El consumidor que posea la sustancia a que se refiera esta ley, en dosis personal para su consumo, entendida como aquella que de acuerdo a la tolerancia, grado de dependencia, patrón individual del consumo, características psicofísicas del individuo y la naturaleza de la sustancia utilizada en cada caso, no constituye una sobredosis.

Considerando estos casos, el juez apreciará racionalmente y científicamente, la cantidad que constituye una dosis personal para el consumo, con vista al informe que presenten los expertos forenses, a que se refiere la retención del consumidor para práctica de experticias. Para lo cual y poder establecer si es una dosis personal, el artículo 153 de la referida Ley, establece que el consumo personal al que se refiere el art 131 “se apreciará la detentación de una cantidad de hasta dos gramos para los casos de posesión de cocaína, 20 para marihuana y



hasta un gramo para los derivados de la amapola” (p.81). En todo caso el juez determinara cuando sea necesario y utilizando la máxima experiencia de expertos como referencia, lo que puede constituir una dosis personal.

La discusión de estos artículos deja claro que el manejo del consumo de drogas por parte de un trabajador debe ser abordado con un enfoque terapéutico y asistencial. De allí la importancia que las empresas desarrollen un Programa de Prevención Laboral que tenga un comité de promoción que atienda estos casos y al mismo tiempo cuente con una política preventiva, que regule las actuaciones en este caso. No significando esto que se debe ofrecer el tratamiento al trabajador dentro de la organización, pero si la oportunidad de facilitarle horario para asistir a las consultas; así como la orientación e información acerca de los centros del Sistema Nacional de Tratamiento.

De acuerdo a lo anteriormente discutido, surge la interrogante de cómo actuar ante el consumo de drogas por parte de un trabajador, para lo cual se plantea la situación donde la presunción está basada en la sospecha que el empleado está bajo los efectos de alguna sustancia psicoactiva, bien sea por su comportamiento, labilidad emocional, por su poca precisión para ejecutar las tareas y/ o el reporte de algún supervisor o compañero de trabajo.

Ante esta circunstancia, se recomienda tener con el trabajador una entrevista personal, donde se le muestre su comportamiento y se le confronte, con la finalidad que acepte el presunto consumo, en caso de negativa se sugiere utilizar el protocolo de uso de pruebas de detección de consumo de drogas, el cual debe ser practicado dentro de la normativa legal y ética que se requiere.

Tomando en consideración que el trabajador puede negarse a practicarse la prueba, para lo cual es legalmente amparado, de acuerdo a lo establecido en el artículo 46 de la Constitución Nacional de la República Bolivariana que establece: “Toda persona tiene derecho a que se respete su integridad física, psíquica y moral, en consecuencia..., y en el literal 3 indica “Ninguna persona será sometida sin su libre consentimiento a experimentos científicos, o a exámenes médicos o de laboratorio, excepto cuando se encontrara en peligro su vida o por otras circunstancias que determine la ley”.

Generalmente podría esperarse que el trabajador se niegue a practicarse la prueba y/o acertar su problema relacionado con el consumo de drogas, tomando en cuenta que la negación es una característica del consumidor de drogas, quien por lo general no considera que tiene un problema o lo minimiza. Por lo que con la finalidad de no aumentar su resistencia, se hace imperante dejarle claro al trabajador que su problema de consumo, será tratado como un tema de salud y no como un asunto disciplinario, donde la empresas le ofrece la orientación para que reciba el tratamiento adecuado. Si el trabajador se niega a aceptar su problema y a recibir ayuda, esto le otorga el derecho a la organización a iniciar un procedimiento disciplinario desde el punto de vista legal.

En caso de practicarse la prueba de detección de drogas, la CICAD (2008) recomienda que deban ser aplicadas asegurando la confidencialidad del trabajador y como parte de las políticas de prevención de drogas que tiene la empresa, lo cual debe derivar a una orientación y tratamiento en caso de resultar positivo.



De forma similar la OIT (1996), establece en los principios rectores para pruebas destinadas a detectar el consumo en el lugar de trabajo, lo siguiente 1) Mantener secreta la identidad del trabajador; 2) guardar el expediente en un lugar seguro; 3) obtener la autorización expresa del trabajador antes de comunicar los resultados y aclarar las sustancias para las que se hizo la prueba; 4) cerciorarse de que la autorización firmada por el trabajador que permita se comuniquen los resultados de sus análisis a terceros, donde se especifique las personas que podrán recibir esta información; 5) obtener una autorización aparte para cada una de las personas a las que se comunicarán las informaciones acerca del trabajador; 6) firmar las autorizaciones ante testigos.

En relación a esto, esta organización plantea que en el caso que el trabajador acepte la orientación y la referencia a tratamiento, no debe ser objeto de discriminación, se le debe garantizar su empleo y los mismos beneficios que el resto de los trabajadores. A pesar que con este comportamiento de consumo de drogas, le otorga al empleador el derecho de sanción, se recomienda que primero sea remitido a un servicio de asistencia y tratamiento en vez de aplicarle las medidas disciplinarias. En caso que el empleado no desee colaborar y asistir a las orientaciones asignadas, el empleador puede tomar las medidas disciplinarias que considere oportunas.

De acuerdo con estos planteamientos, la normativa legal ampara al trabajador, por cuanto debe ser atendido su problema de salud, por las primeras acciones que tomen a fin de que estén enmarcadas en lo legal y lo ético deben considerar la oportunidad de asistencia al trabajador, si el trabajador se niega o reincide en el problema, denotando desinterés por su recuperación y tratamiento, podría el empleador tomar medidas disciplinarias y hasta destituirlo, lo cual al mismo tiempo se puede convertir en un motivador externo o de presión para recibir la ayuda profesional, ante la inminente posibilidad de pérdida del empleo

Otra situación frecuente que se presenta con los trabajadores en los espacios laborales, es el relacionado con el uso de medicamentos con o sin prescripción médica, algunos de ellos producen efectos que afectan la ejecución de las tareas, por cuanto algunos afectan el sistema nervioso central, debido a que los mismos los fármacos contienen agentes químicos que actúa sobre el sistema nervioso central, lo cual trae como consecuencia cambios temporales en la percepción, ánimo, estado de conciencia y comportamiento. En este grupo de medicamentos se incluyen los ansiolíticos, los antidepresivos, antipsicóticos, algunos estabilizadores del estado de ánimo, entre otros.

En cuanto a esto, la Ley Orgánica de Drogas (2010), contempla en el artículo 140, lo siguiente: “El trabajador público o privado que por ley o convenio internacional, tenga prohibido por razones de seguridad e higiene laboral, el consumo de medicamentos que alteren la capacidad física o psíquica, no podrán ejercer sus labores bajo los efectos de esos medicamentos y se considerará incurso en una falta grave ... Cuando estuviese obligado a consumir estos medicamentos por prescripción médica, deberá obtener un certificado que así lo demuestre”.

A este respecto Osman (2011), plantea que se considera una falta grave cuando en el curso de sus labores el trabajador utiliza algún medicamento que contenga una sustancia que altera sus condiciones y si lo hace en forma de automedicación, no debe trabajar en esas condiciones por razones de seguridad. Por lo que esta transgresión es motivo de destitución, pues



constituye una sanción grave de acuerdo con la ley, ante lo que se recomienda que el patrono levante un acta y solicite una orden el examen a un especialista, a los fines de las de contar con las pruebas respectivas.

Tomando en cuenta estos argumentos y basándose en lo que establece el artículo 140 de la LOD, está claro que el uso de medicamentos por parte del trabajador es considerada una falta grave, por el peligro que representa su uso, pero también es cierto que se requiere de mayor educación al respecto, de allí la importancia de los programas de prevención laboral, que permitan informar y sensibilizar a los trabajadores sobre las diferentes drogas y sus consecuencias en el trabajo, los riesgos de la automedicación, entre otras cosas.

De igual manera se sugiere que se les brinde información a los trabajadores que cuando si por razones de salud debe utilizar estos medicamentos, no lo oculte, muchas veces el temor a ser destituido lo lleva a incurrir en esta omisión. Tomando en cuenta que si el tratamiento está justificado y prescrito por un médico, el patrono debe reestructurar sus funciones laborales, a fin de permitirle al trabajador continuar en el trabajo, realizando labores en las cuales el medicamento no interfiera o llegando a acuerdo de mutua conveniencia para la empresa y el trabajador.

Otro aspecto legal importante acerca del consumo de drogas por parte de los trabajadores vinculado con los espacios laborales, es lo establecido en el artículo 79 de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (2012), donde indica que las causas de despido, a continuación se describen los siguientes literales:

- a. Falta de Probidad o conducta moral en el trabajo.
- d. Omisiones o imprudencias que afecten la seguridad o higiene del trabajo.
- e. Omisiones o imprudencias que afecten gravemente a la seguridad o higiene del trabajo
- f. Daños causado intencionalmente o con negligencia grave a mobiliarios, máquinas, herramientas, útiles de trabajo, materias primas, productos elaborados y terminados

Las circunstancias planteadas en estos literales, pueden estar vinculados con el consumo de drogas, por cuanto su uso continuo y desarrollo de dependencia, afecta el funcionamiento del individuo, tomando en cuenta que estas sustancias actúan sobre el sistema nervioso central, produciendo cambios temporales en la percepción, ánimo, estado de conciencia y comportamiento. En virtud de ello toma mayor importancia el desarrollo de programas de prevención, que eduque a los trabajadores en este tema y que incida en los factores de riesgo asociados al consumo de drogas.

Finalmente, es de interés la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (2005), la cual establece en el artículo 54 los deberes de los trabajadores, a continuación se mencionan los siguientes numerales:

- 7. Acatar las instrucciones, advertencias y enseñanzas que se le impartan en materia de seguridad y salud en el trabajo



8. Cumplir con las normas e instrucciones del Programa de Seguridad y Trabajo establecido por la empresa

9. Informar inmediato cuando tuviera conocimiento de la existencia de una condición insegura capaz de producir daño a la salud o la vida, propia o de terceros, a las personas involucradas...

12. Cuando se desempeñan como supervisores, jefes o Cabeza de grupo... Vigilar la observancia de las prácticas de seguridad y salud por el personal bajo su dirección.

En estos numerales del artículo se evidencia la responsabilidad que tiene el trabajador en relación a la seguridad y salud, elementos estrechamente vinculados con el consumo de drogas, pues como ya fue discutido el consumidor de drogas producto del uso continuo de sustancias psicoactivas, se ve afectado su funcionamiento motor, perceptual y comportamental, lo cual lo hace más proclive a tener algún accidente laboral, así como deterioro en su salud. A este respecto la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2003) ha reportado que la accidentabilidad laboral es tres veces mayor en trabajadores con consumo de drogas y un tercio de los accidentes ocurridos en las empresas están vinculados con el consumo.

Por otra parte, el literal 9, hace referencia a un aspecto bien importante, cuando “indica que el trabajador debe Informar inmediato cuando tuviera conocimiento de la existencia de una condición insegura, capaz de producir daño a la salud o la vida, propia o de terceros, a las personas involucradas...” Aludiendo a lo importante de la corresponsabilidad que tenemos ante los problemas de los demás, pues en muchos casos los compañeros de trabajo se percatan de situaciones de consumo de droga de algún trabajador y por protegerlo o no involucrarse se queda callado, acarreando serias consecuencias y problemas, para la persona, los compañeros de trabajo y la empresa.

Atendiendo estas consideraciones, es que se plantea que este sea otro componente a incluir en los programas de prevención, que eduque y haga tomar conciencia a los trabajadores que la mejor manera de ayudar a otro compañero, no es ocultando el problema de consumo, sino apoyándolo para que lo enfrente y busque ayuda profesional, por su puesto esto debe ir en paralelo con el desarrollo de una organización corresponsable con la prevención del consumo de drogas, que tenga visión ética y con una política alineada con responsabilidad social interna.

Consideraciones Finales

El consumo de drogas en un problema mundial, que incide en la vida personal, familiar, social y laboral de quien padece la enfermedad, por lo que las empresas son afectadas por los trabajadores que presentan esta condición. Regulaciones y normativas nacionales e internacionales orientan las acciones dentro del ámbito laboral, a fin de que las respuestas estén fundamentadas en una visión de apoyo y orientación, por cuanto la LOD (2010), plantea el consumo de drogas es una enfermedad y no un delito, lo cual exige acciones por parte de la organizaciones que orienten hacia el tratamiento y la recuperación del Talento Humano, pero que al mismo tiempo también garantice la seguridad de la empresa y el bienestar de los trabajadores.

Las normativas y recomendaciones sugieren que debe prevalecer en primera instancia el ofrecerle a los trabajadores la posibilidad de recibir orientación, solo en caso de una negativa de



someterse a este tipo de tratamiento o de reincidencia, el patrono podrá tomar medidas disciplinarias, que en muchos casos el temor a recibirlas se convierten en la motivación para asistir a tratamiento.

Es necesaria una mayor promoción de estas normativas en las organizaciones con la finalidad de promover la prevención integral del consumo de drogas en los espacios laborales, pues el objetivo no solamente es cumplir las leyes sino crear una cultura preventiva que beneficie a los trabajadores y a las empresas. De esta manera las acciones en esta materia estaría alineadas a una perspectiva de salud pública del problema del consumo de drogas, donde se garantice la confidencialidad en el manejo de las actuaciones y en los resultados de la pruebas toxicológicas, pero al mismo tiempo a la empresa le minimice los riesgos de accidentes laborales, así consecuencias en el medio laboral. Con la finalidad de desarrollar una corresponsabilidad social en este problema mundial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Nacional (2005) **Ley Orgánica contra el Tráfico Ilícito y el Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas**. Gaceta Oficial Nro. 4.636. Venezuela.

Asamblea Nacional (2005) **Ley Orgánica de Prevención. Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo**. Gaceta oficial No. 38.236

Asamblea Nacional (2009) **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**. Gaceta Oficial Nro. 5.908. Venezuela

Asamblea Nacional (2010) **Ley Orgánica de Drogas**. Gaceta Oficial Nro. 39.510. República Bolivariana de Venezuela.

Asamblea Nacional (2005) **Ley Orgánica de Prevención. Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo**. Gaceta oficial No. 38.236

Consejo Nacional de las Adicciones en México (2011) **Lineamientos para la Prevención y Atención de las Adicciones en el Ámbito Laboral Mexicano**. México DC

Comisión Interamericana del Consumo de Drogas (2008). **Lineamientos Hemisféricos de la Ciudad en Prevención Laboral**. Organización de los Estados Americanos OEA. Washington. USA

Naciones Unidas. Oficina contra la Droga y el Delito (2014). **Informe Ejecutivo Mundial sobre las Drogas 2014**. Viena, Austria. En: https://www.unodc.org/documents/wdr2014/V1403603_spanish.pdf Tomado el 17-09-2014

Naciones Unidas. Oficina contra la Droga y el Delito (2011). **Informe Mundial sobre las Drogas 2010**. Viena, Austria. En: http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/WDR2010/Informe_Mundial_sobre_las_Drogas_2010.pdf

Oficina Nacional Antidroga (2011) **Construyendo Espacios Laborales para la Prevención. Manual de prevención integral del Consumo de Drogas a los integrantes de las**



empresas públicas y privadas. Ministerio del Poder Popular para las Relaciones Interiores y de Justicia. República Bolivariana de Venezuela

Oficina Nacional Antidrogas (2009). **Plan Nacional Antidrogas (2007-2013).** Caracas Venezuela

Organización Internacional del Trabajo (1996). **Tratamiento de cuestiones relacionadas con el alcohol y las drogas en el lugar de trabajo.** Ginebra-Suiza

Organización Internacional del Trabajo (2003). **Alcohol y Drug Problems at Work.** ILO Publications. Geneva

Osman, P (2011) Drogas: **Delitos de Posesión de Consumo. Comentario de la Ley Orgánica de Drogas.** Editorial Horizonte. Barquisimeto-Venezuela.



ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO: UNA DIVERGENCIA EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA PARA RENDICIÓN DE CUENTAS

Manuel Caldeira

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
mcaldeira@urbe.edu.ve

Suleima Aristimuño

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
suleima29@yahoo.com

RESUMEN

El presente artículo tiene como propósito disertar sobre la características específicas de las organizaciones sin fines de lucro respecto a las divergencias que se presentan en la información sobre su actuación y desempeño de responsabilidades de los usuarios, voluntarios y directivos, tomando en cuenta que la información financiera debe ser la idónea para que la sociedad en su conjunto valide y controle la situación económico social tomando en cuenta la diversidad de planes y proyectos en términos de eficacia, eficiencia e impacto social. Los autores que soportan el marco doctrinario de la investigación son: Álvarez (1999), Anthony (1999), Fernández y otros (1996), Torres (1989). Desde el punto de vista metodológico la investigación es documental descriptiva. Las conclusiones conllevan a que las organizaciones sin fines de lucro por su condición de actuación en función a la responsabilidad y rendición de cuentas queda condicionada en sus actividades en razón de las dificultades para medir el performance, lo cual es obstáculo para que los mecanismos tradicionales de empresas comerciales e industriales puedan aplicarse con el propósito de diseñar medidas alternativas de aplicación en este tipo de entidades, lo cual permitirá que las acciones sean apropiadas al contexto donde las organizaciones sin fines de lucro.

Palabras clave: organizaciones, lucro, divergencia, financiera

INTRODUCCIÓN

Las entidades sin fines de lucro son organizaciones cuya relevancia en el desarrollo de una sociedad forman parte del entramado económico, y social que permite generar rendimiento y ocupación de la población en ámbitos específicos. Además, asumen un rol de cohesión social, cuando se convierten en gestores de acciones sociales innovadoras, de este modo propician la solidaridad y dan facilidades a los ciudadanos para estimular iniciativas filántricas. Estas entidades forman parte de sectores institucionales de la sociedad que están en contraposición con empresas de índole comercial, industrial o del sector público, el ámbito donde se genera la multiplicidad de actividades que no generan lucro.

Dichas entidades están enmarcadas en el marco jurídico propio del entorno desde la cual emergen actividades culturales, religión, educación, investigación, salud, medio ambiente, cooperación para el desarrollo entre otras tantas que podemos reconocer en las comunidades donde estas conviven, de este modo las organizaciones sin fines de lucro se insertan en campos de acción diversos con objetivos específicos orientados al bienestar de la sociedad en general.



Las características específicas de estas organizaciones se orientan a la omisión del lucro en sus diversas actividades, enfocando la gestión a la actuación y desempeño cuya responsabilidad en general es facilitar la integración de acciones mediante la recepción de recursos por parte de los asociados o donadores de todo tipo, a los cuales no se les garantizan contraprestaciones directas y regularmente la situación fiscal ante el estado es favorable.

En consecuencia, es necesario que este tipo de entidades rindan cuentas sobre el uso que dan a los recursos recibidos, para de esta manera asegurar a los asociados y donadores verifiquen no solo la condición económica de sus aportes, lo más importante es garantizar la legitimidad e identidad de los aspectos no lucrativos, lo cual es denominado en la actualidad como contrato social al respecto Vermis (2001:131) expresan que estas organizaciones existen para generar en la sociedad confianza, de esta manera se logra evidenciar gestión socioeconómica y financiera en condiciones de transparencia.

En este sentido, la información financiera es relevante en las organizaciones sin fines de lucro cuando estas constituyen el medio apropiado para que los usuarios, voluntarios además de la sociedad en su conjunto perciban las actividades realizadas, así como los recursos y medios disponibles. Sin embargo las condiciones particulares de cada entidad se proyecta en función a los objetivos, capacidades y estrategias, de las cuales se diferencian cuando la interpretación de los informes financieros se aborda desde el ámbito de organizaciones sin fines de lucro donde la situación socioeconómica prevalece sobre las condiciones financieras, las cuales perciben de asociados o donantes para ejecutar planes y proyectos.

Del mismo modo el cumplimiento de los presupuestos incluyen los programas de actuación, cuyos resultados obtenidos en las actividades, se miden en términos de economía, eficacia, eficiencia e impacto social, De este modo la información financiera es de relevante en las organizaciones sin fines de lucro cuando los usuarios se integran a logros institucionales de relevancia social bajo condiciones que propician la contraloría social.

CONTEXTO GENERAL DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

El rol y estructura de las organizaciones sin fines de lucro varían en función a las condiciones socio económicas de un país, lo cual contribuye a desarrollar intereses y debates en la vida de los venezolanos, aportando en su medida bienestar individual y colectivo, la acción voluntaria en función a las transformaciones del modelo social y político han propiciado la instauración y consolidación de instituciones cuyos propósitos combinan expresiones de progreso coordinado por una parte y por el otro lado se generan contraposiciones en el diario acontecer de la cotidianidad de los ciudadanos.

Las transformaciones necesarias se generan a partir de las acciones que propician las organizaciones sin fines de lucro han sido documentadas en el transcurrir del tiempo, asumiendo ideas concretas de estudiosos como los escritores norteamericanos como Van Til, Salomon, y Smit, al respecto existen vínculos entre los diversos sectores comercial, industrial y gubernamental. Lo cual implica la prestación de servicios no ofertados por estos sectores, por ello los referidos autores expresan en sus teorías que las deficiencias en el mercado y el gobierno se compensan cuando las entidades sin fines de lucro asumen su rol voluntario y solidario.



En el transcurso del tiempo las corporaciones han financiado a las organizaciones sin fines de lucro siendo cada día más común que existan convenios entre distintas entidades bajo el concepto que promulga y promueve apoyo a causas sociales, educativas, además del impacto social en general cuyos propósitos se encauzan al bienestar social de las comunidades.

Del mismo modo en Venezuela las organizaciones sin fines de lucro han defendido y criticado las actividades gubernamentales o comerciales, movilizándolo de este modo la atención pública hacia problema o necesidades de las comunidades, permitiendo que las personas sean escuchadas en áreas de importancia para la sociedad, este grupo de entidades contribuye a la integración de las personas lo cual beneficia a las acciones sociales de manera colectiva eliminando la individualidad, permitiendo de este modo contrarrestar el aislamiento de sociedad, lo cual propicia compartir valores y conservarlos en forma de ideales y tradiciones pasadas, estas organizaciones facilitan el desarrollo de lazos de confianza y solidaridad que hacen posible la acción comunitaria conjunta.

Las primeras investigaciones conocidas sobre la importancia y actividades que fundamentan las actividades que realizan las organizaciones sin fines de lucro se efectuaron por la Comisión Filer en los Estados Unidos, cuyos resultados fueron publicados en el año 1977. de lo cual se derivan las evaluaciones que impulsaron en los años 80 la presencia de gobiernos conservadores, cuyos recortes en ocasión de la recesión, privatización del gasto gubernamental, la comercialización y entrada de mercados al bienestar social.

Lo antes descrito generó confusión en entre sectores diversos de la sociedad, generando escándalos en la entidades sin fines de lucro lo cual propicia crisis, conllevando a la desconfianza en evolución del público, lo cual implica rendición de cuentas cada vez más creativos para demostrar las funciones y contribución como formas para defender y demostrar transparencia en las acciones.

En Venezuela el movimiento de cambio en las estructuras sociales ha generado competencia desleal y fraudes, corrupción y pagos a ejecutivos de estas asociaciones de forma excesiva, dichos resultados han hecho que el gobierno reduzca los aportes para esas instituciones cuyo propósito no coincide con las acciones que se evidencian.

ASPECTOS CONCEPTUALES DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

La diversidad de criterios para llegar a definir desde el punto de vista legal las organizaciones sin fines de lucro se incorporan particularidades en función al ámbito territorial, al respecto en Venezuela este sector comprende instituciones registradas como exentas de impuestos ante la administración tributaria, las implicaciones políticas y de política, son aspectos que pueden incluirse como prioridad en la asignación de los recursos públicos sin embargo la eficacia, eficiencia y equidad se aborda en función a los intereses públicos.

Al respecto las organizaciones sin fines de lucro se asocian a conceptos de economía social, ello representa una creciente fuerza socioeconómica en el mundo, lo cual transforma las políticas sociales así como las de empleo. En términos de mercado las condiciones que estas entidades propician satisfacen el interés general, cuyo objetivo final no contempla redistribución de utilidades. En Venezuela la concepción del aspecto economía social implica revisar aspectos



que fusionan en una frase la dimensión socioeconómica, en consecuencia se contextualiza en ámbitos divergentes y contradictorios, sin embargo hay coherencia entre ellos.

En razón de lo expresado las organizaciones sin fines de lucro son reconocidas por el desarrollo y participación de forma activa en área como la economía, servicios sociales, servicios de atención, así como de empleo por medio de diversas actividades lo cual conlleva a asumir diferentes formas de asociación desde el punto de vista legal, en concordancia con el ámbito cultural, reconociendo dichas formas jurídicas como: Asociaciones, Cooperativas, instituciones de beneficencia, fundaciones, corporaciones o gremios. Aunque existen diversas formas legales. Además de ventajas competitivas en su conjunto, las políticas estatutarias de estas instituciones se inscriben en el ámbito donde se desarrollan y la misión pre establecida.

En la mayoría de los casos este tipo de entidades operan en ámbitos locales, ello permite que su conformación este afianzada en redes locales de personas, conocimientos, así como recursos de manera formal e informal, ello contribuye al desarrollo local mediante: Definición de nuevos bienes y servicios relacionados con las necesidades específicas del territorio, generan la integración de empleos, mejoran el ambiente además de la capacidad de atracción en los ciudadanos, consolidan asociaciones delegando poder hacia los participantes, además del énfasis en lograr consolidación de proyectos sostenibles en el largo plazo.

Al respecto es necesario que las entidades sin fines de lucro reconozcan que las políticas tanto locales como nacionales no se adaptan al ámbito donde estas se enmarcan, el resultado de esta situación conlleva percepciones y políticas públicas que se asocian a esquemas comerciales e industriales representando un aspecto divergente en las estructuras que impide alcanzar logros esperados, tomando en cuenta las acciones realizadas en función a los objetivos que se plantean en los planes y proyectos.

ASPECTOS FINANCIEROS EN ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

Las entidades sin fines de lucro requieren información cuya principal característica es la gestión con propósitos únicos en cuyo entorno la actuación de estas entidades está condicionada a los objetivos que se requieran de la información financiera, por ello cada usuario tendrá distintos niveles de necesidades, lo cual implica que las normas y procedimientos para generar informes financieros sean coherentes con el ámbito de las referidas organizaciones.

Para el objeto de estudio el entorno donde se desarrollan las actividades sin fines de lucro pueden observarse diversidad de rasgos, y sociales, asociados a aspectos socioeconómicos y jurídicos, los cuales delimitan las circunstancias además de condiciones donde dichas entidades se desenvuelven , es por ello que las acciones están centradas en objetivos específicos orientados a logros sustentables de aspectos involucrando además condiciones socioeconómicas de manera conjunta con el medio ambiente .

De este modo estas organizaciones obtienen información financiera específica apropiada a las actividades que realizan, las cuales no coinciden con las requeridas por las empresas comerciales, industriales o del sector público. En estas estructuras organizativas se distinguen actores del proceso como el voluntariado y la prestación de servicios gratuitos o mediante mecanismos de auto gestión, por otro lado se generan algunas actividades residuales cuya



evidencia se materializa en donaciones, las cuales tienen fines predeterminados y en común acuerdo con el ente o persona que contribuye a las acciones planificadas.

Sin embargo, existen aspectos significativos cuya presencia en estas organizaciones define ciertos rasgos propios, lo cual se percibe al observar ausencia de condiciones habituales y comunes en el entorno empresarial, la medida del rendimiento y derechos de los propietarios son componentes claves de la información financiera que las mencionadas entidades requieren.

Al considerar la economía de mercado capitalista donde nuestras sociedades están inmersas, el afán de lucro es fundamental para la mayoría de las actividades que se desarrollan en la actividad económica global, Por ello el emprendimiento empresarial se enfoca en dichos objetivos. En cambio las organizaciones sin fines de lucro tienen motivaciones distintas a generar beneficios para repartir a los participantes, la razón de ser es generar beneficios sociales orientados a la prestación de servicios para mejorar la calidad de vida de los beneficiarios, lo cual se traduce en mejoras sustentables de la sociedad en general.

En este sentido las organizaciones sin fines de lucro pueden generar beneficios, sin embargo estos no se distribuyen como en las empresas comerciales o industriales, la razón de ello es que las entidades no lucrativas no tienen propietarios y destinan dichos beneficios al cumplimiento de sus fines, por lo tanto los fundadores de esas entidades o pueden asimilarse al concepto de propietarios de la entidad. Esta situación implica estímulos que motivan la creación de este tipo de organizaciones cuyo propósito este orientado a los ámbitos ideológicos, religiosos o de estatus social.

Por lo antes expuesto, lo criterios para medir el rendimiento en organizaciones sin fines de lucro según Álvarez, Vásquez y Santos (1999: 34) “en las organizaciones no lucrativas la evaluación de su rendimiento sigue siendo un aspecto sin resolver plenamente”. Además. Anthony y Young (1999: 65) describen este aspecto mencionando la dificultad en medir las erogaciones generadoras de actividades para distintos fines, por ello la evaluación de los esfuerzos de investigación no son representativos. Ambos autores coinciden que el resultado de los sistemas aplicados no proporcionan bases para planificar o medir la actuación de la misma manera como lo hacen las empresas lucrativas en función a los beneficios económicos obtenidos en periodos contables específicos.

De acuerdo con lo señalado por Fernández y Pablos (1996: 53-54) el objetivo de las entidades sin fines de lucro es proporcionar en la mayoría de los casos de forma gratuita servicios a la comunidad, en este sentido la gestión de estas organizaciones se orienta a suministrar la mayor cantidad de servicios con los recursos disponibles, el éxito de la gestión dependerá entonces del grado que logre la eficacia y eficiencia de sus acciones, sin embargo es importante reconocer que la medición de la gestión de las organizaciones es ambigua y difícil.

Por otro lado el autor Torres (1989: 472) expresa que ofrecer servicios en condiciones no representativas de beneficios condiciona la medición del rendimiento en las entidades sin fines de lucro, lo cual conlleva a decisiones inspiradas en alternativas de acción descartando de esta manera la relación costo beneficio cuya medición no es relevante para los fines de este tipo de organizaciones.



En el mismo orden de ideas Sajardo (1996) Torres (1989: 29-30) expresa que una gran mayoría de las actividades y erogaciones de las organizaciones sin fines de lucro se ubican en el ámbito no comercial, de este modo pueden ser analizados como bienes públicos o colectivos. En este sentido medir el valor agregado de las acciones que han conllevado a la realización o resultados impide del mismo modo posibilitar la eficiencia en la asignación de los recursos.

En consecuencia desde el punto de vista económico, los aspectos que delimitan y caracterizan el ámbito de las organizaciones sin fines de lucro están orientados al reconocimiento de las acciones que propician planes, programas, o proyectos cuyos propósitos se integran la misión de la organización condicionado a la disponibilidad de recursos, en este sentido se distinguen las siguientes características:

Las organizaciones sin fines de lucro están orientadas a lograr equilibrios sociales sin generar beneficios económicos de acumulación de capital, estos beneficios pudiesen generar continuidad a programas o proyectos que beneficien a la comunidad, tomando en cuenta las condiciones de los aportes y la gestión del voluntariado como gestores de las acciones de emprendimiento e innovación.

El origen de los recursos es diverso, sin embargo es frecuente encontrar subvenciones públicas, contribuciones y donaciones, las cuales proceden de negocios o del público en general, de este modo las prestaciones por servicios realizados son generalmente intangibles. Por ello, medir el éxito de estas organizaciones representa una dificultad al no disponer de indicadores pre elaborados asociados a tendencias específicas ya que cada logro no necesariamente depende de los anteriores.

CONSIDERACIONES FINALES

Las características específicas de las organizaciones sin fines de lucro, en particular el aspecto de no obtener lucro, plantea divergencias respecto a la gestión del voluntariado y directivos, tomando en cuenta que la información sobre su actuación y desempeño de responsabilidades se documenta en función a cifras que evidencian los recursos recibidos, sin embargo dicha información no es la idónea para que la sociedad en su conjunto valide y controle la situación económica social tomando en cuenta la diversidad de planes y proyectos en términos de eficacia, eficiencia e impacto social.

En consecuencia las organizaciones sin fines de lucro por su condición de actuación en función a la responsabilidad y rendición de cuentas queda condicionada en su actividades en razón de las dificultades para medir el performance, lo cual es obstáculo para que los mecanismos tradicionales de empresas comerciales e industriales puedan aplicarse con el propósito de diseñar medidas alternativas de aplicación en este tipo de entidades.

También se evidencia que esta situación insatisfactoria para los usuarios en general respecto a la información financiera no responde los requerimientos informativos que se enfoquen hacia la Misión, logro de objetivos y cumplimiento de obligaciones, lo descrito pone de manifiesto que los aspectos teóricos y empíricos que se requieren en estas entidades son insuficientes para divulgar resultados basados en parámetros copiados de empresas comerciales e industriales que no reflejan en modo alguno la gestión y cumplimiento de los objetivos.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, I.; Vásquez, R. y Santos, M. (1999) **Resultados de la orientación al mercado: Evidencias empíricas de las organizaciones no lucrativas**, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol 5, No 3.
- Anthony, R. y Young D. (1999). **Management Control in Nonprofit Organizations**, Irwin Mc Graw Hill, Boston, 6A Edition
- Fernández, J. y Pablos J. (1996). **El proceso de gestión en las entidades no lucrativas y las normas de información presupuestaria elaboradas por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)**, Actualidad Financiera. Monográfico Contabilidad No. 37 Abril.
- Sajardo, A (1996). **Análisis Económico del sector no lucrativo**, Tirant loBlanch, Valencia.
- Torres, L. (1989). **Entidades no lucrativas en el sector público**, Técnica Contable, No 491. Noviembre.
- Vermis, A. (2001). **“Entidades no lucrativas en el sector público”**, técnica Contable, No 491, Noviembre.



INTELIGENCIA ÉTICA COMO FUNDAMENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EMPRESAS DE PERFORACIÓN PETROLERAS

Leandro Martínez

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE

Geovanni Urdaneta

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE

geovaur@hotmail.com

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue analizar la inteligencia ética como fundamento de la responsabilidad social corporativa en empresas de perforación petroleras. El desarrollo del estudio se fundamentó en los autores Martín (2004), Cortina (2001), Schvarstein (2003), Belohlavek (2007), entre otros. Se trata de un estudio asociado al paradigma positivista, de tipo explicativo con un diseño no experimental-transeccional. La población estuvo conformada por cuatro empresas del sector de perforación petrolera en el Estado Zulia, donde los informantes están constituidos por un grupo de cuarenta individuos, entre gerentes, supervisores y responsables del área a quienes se les aplicó un instrumento diseñado por los investigadores conformado por 72 reactivos, sometido a juicio de diez expertos para su validación y una prueba piloto a 10 sujetos para determinar la confiabilidad con el Alfa de Cronbach obteniendo un valor alfa de 0.87 indicativo de que es altamente confiable. Al analizar la inteligencia ética como fundamento de la responsabilidad social corporativa se concluye que en las organizaciones objeto de estudio, el marco normativo no se encuentra verdaderamente desarrollado. Así mismo, asumen algunas conductas y caracteres que son afines y propios de la inteligencia ética pese a que no se encuentra instalada y formalizada. En la ontología del lenguaje han sido percibidos dentro de una categoría medianamente desarrollada, debido a que estos también constituyen parte de la cotidianidad operativa. Las acciones que en materia de responsabilidad social ejecutan pero no dentro de la alternativa de la inteligencia ética.

Palabras clave: Inteligencia Ética, Responsabilidad Social Corporativa, Perforación Petroleras

INTRODUCCIÓN

El avance de los estudios de aspectos como la organización, sus actores, el desarrollo de técnicas para solucionar problemas sociales dentro del contexto mundial, ha avivado significativamente polémicas sobre temas de ética empresarial, así como responsabilidad ética en el gestionar individual y organizacional; específicamente acerca de la manera cómo los funcionarios responsables posibilitan el cumplimiento de lo legal e institucional.

Se trata en todo caso de proveer a la organización y su capital humano de una filosofía donde la observación del entorno para el estudio de las posibilidades de participación en la acción social, les caracterice por una conducta ética, la cual no solo incida en la gestión personal, sino que además distinga a la empresa, como un valor agregado de alto impacto.

Desde esa perspectiva contextualizada, habría que considerar que el debate sobre la responsabilidad de los actores individuales y sociales en el manejo del poder derivado del



conocimiento vinculado a la vida, tanto en los aspectos biológicos como en los ambientales conexos a políticas principalmente económicas, tuvo un fuerte impulso a partir de los años setenta del siglo pasado, acontecimiento que sirvió para el levantamiento de la construcción social y medioambiental, denominada: Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Con base a lo antes planteado, se formulan demandas a respuestas de problemas que encuentran espacio en la dinámica de las empresas y su componente humano; no es suficiente generar suscripciones de ayudas onerosas que no alcanzan en un año para mitigar la dificultad de una sola persona, es por esto vital la incorporación del compromiso de organizaciones con capacidad y potencial de participación, de manera que pueda lograrse el inicio en la transformación de la responsabilidad social adentrada en un campo de ética, pero en una modalidad más tangible e inteligente, capaz de manifestar su presencialidad en todos los momentos de la organización.

Ese accionar axiológico, propicia la búsqueda de un estilo para ser determinante en la conducta organizacional, hacia una visión y compromiso de la responsabilidad social, señalando además una ruta compleja para lograr un cambio dentro de las empresas y quienes la conforman, pero no es imposible esta consideración, más aun si se observan los grandes esfuerzos que se han dado en respuesta a tal acción responsable; sin embargo, se deberá apostar a esta intención mediante el aseguramiento de las actividades en respuesta a las necesidades globales.

Al respecto, conviene indicar la necesidad que Schvartein (2003) ha planteado sobre responder a los problemas profundos derivados de los requerimientos básicos insatisfechos de amplios sectores de la población con lo cual se ha revalorizado la noción de responsabilidad social de las organizaciones, resaltando la imperiosa necesidad de poner en práctica el concepto de inteligencia social para lograr que las empresas tengan capacidad de generar y desarrollar competencias éticas para el ejercicio efectivo de la responsabilidad social en las mismas.

En efecto, el autor precitado, señala que la inteligencia es la capacidad de establecer distinciones, por medio de conexiones que muestran la complejidad de lo existente, permitiendo reducir la incertidumbre. En consecuencia, es pertinente destacar que la inteligencia ética permite integrar y proyectar las competencias, no sólo a satisfacer las necesidades sociales básicas de las personas dentro de la organización y en el ámbito de la comunidad, sino también la creación de un compromiso social fundado en valores que integran la responsabilidad social en un proyecto de vida compartida y valiosa.

Desde esa perspectiva Belohlavek (2007), considera que la inteligencia ética permite estructurar reglas de juego estables y dinámicas para la acción del individuo en la realidad, por lo tanto, determina su capacidad de agregar valor, su influencia sobre el medio y los demás, así como el manejo del tiempo. Esas reglas son estables porque responden a un propósito, definido por el nivel de ética donde un individuo actúa. De igual manera, éstas son dinámicas porque el capital humano tiene la posibilidad de seleccionar estrategias alternativas que satisfagan el objetivo buscado.

Por lo anteriormente descrito, es pertinente indicar que los desafíos planteados por la inteligencia ética en las organizaciones implican incorporar cambios significativos en las



relaciones entre prestatarios y en las modalidades de gestión ética que en responsabilidad social requieran hacerse, dado que parecen ser inevitables los conflictos morales internos y externos vividos por las empresas en sus relaciones con la sociedad.

Por su parte Solano (2008), establece que en la actualidad el abordaje de la Responsabilidad Social Corporativa puede ser considerado como incipiente y presenta varias debilidades: es reactivo, excesivamente mediático, poco especializado y confunde filantropía o relaciones públicas con responsabilidad social. Refleja poco conocimiento no sólo de los conceptos básicos, sino también de la razón de ser de todo el proceso de responsabilidad social: la mejora constante de las relaciones con la población como base para el desarrollo.

Al respecto, De la Cuesta, Valor y Kreisler (2006), plantean que algunos gobiernos han asumido la tarea de verificación del cumplimiento de la normativa, tal es el caso de Austria, donde se supervisan los sistemas de verificación para ciertos productos como el café, cacao o productos transgénicos; al igual que en Alemania, donde el gobierno ha creado sistemas de control para ciertos productos como la empresa textil Rugmark.

Este mismo accionar estratégico, se observa en Venezuela, donde se han realizado esfuerzos importantes sobre la ejecución de actividades para el desarrollo de la inteligencia ética en diversos programas de postgrado en el ámbito de la ciencia política, la gerencia y la educación cuyo interés, según Martín (2004), forma parte de los programas de capacitación llevados a cabo por la universidad pública.

Pese a esos esfuerzos y a la observación asistemática hechas por los investigadores en el contexto geográfico del sector petrolero de la Costa Oriental del Lago del Estado Zulia, la inteligencia ética como dimensión integradora del proyecto de vida de la organización, pareciera no estarse desarrollando en el talento humano, de allí que se visualiza una importante vía indicativa de una débil relación con el entorno social; es decir, las comunidades que reflejan imposibilidades de actuación entre los miembros de estas organizaciones para ejecutar programas de responsabilidad social.

Para la comprensión de la situación-problema antes planteada, es pertinente señalar que la empresa petrolera venezolana entre los años 2002 y 2003 se vio bajo una rigurosa reestructuración, ocasionada en buena medida por la situación política enfrentada por el país durante esos años. De igual forma, un modo inteligente de actuación por parte de la empresa puede afectarse considerablemente con respecto a su accionar de responsabilidad social. Es importante destacar que aun estudiando estos dos elementos como inteligencia ética y responsabilidad social, la percepción de los investigadores se orienta hacia una conducta global, apegada al buen proceder inteligente, buscando dar respuestas tangibles en el ámbito real de las empresas del sector petrolero, como arista del compromiso social responsable.

Ante la persistencia de hechos de interés concernientes al abordaje de la inteligencia ética en empresas de perforación petrolera, induce a presumir que ésta puede ser poco coherente con la disponibilidad de un marco normativo, destinado a dar regulación a la actuación dentro de este tópico vital; situación que estaría generando una brecha situacional entre una estrategia ética adecuada y la gestión condicionada de la organización, favoreciendo así la improvisación y distanciamiento del sentido responsable.



En el mismo orden de ideas, estarían estas empresas dentro de un camino de cambios, en el cual la perspectiva de evolución que ha de seguir la inteligencia ética, no logre evolucionar de forma correcta, ante la carencia de una vía estructurada de trabajo. Además, podría considerarse que el lenguaje como elemento esencial de la inteligencia ética, estaría expuesto a un manejo en el cual se produzcan contradicciones para el razonamiento de los aspectos que comprometen a la organización con su entorno, se generen fracturas entre los grupos de interés ante la carencia de un factor comunicativo sinérgico y equilibrado, sumado a la escasa valoración de sus aspectos culturales.

Sin embargo, para el caso de la responsabilidad social corporativa, no se estarían asumiendo de manera precisa aquellas directrices que establecen la obligación social de la empresa, por desentender las normativas existentes, además de permitir que el accionar de operaciones de las organizaciones, generen impactos poco constructivos en lo ecológico, ambiental y social. Todo ello contratado con la presencia de conflictos que podrían derivarse de la falta de respuestas en el ámbito social de las comunidades a las cuales deben responder.

Con base a la problemática antes planteada, surge la necesidad de analizar la inteligencia ética como fundamento de la responsabilidad social corporativa en las empresas petroleras, de manera que sea posible mediante un estudio objetivo, conocer los elementos que caracterizan a esta realidad, y en función de los resultados estar en capacidad de proponer vías de solución tangibles y de sustento para este sector de la economía nacional.

BASES TEÓRICAS

Se presentan a continuación los constructos teóricos que sustentan este artículo, provenientes de autores especialistas en el área estudio, quienes por su actualización así como valor, sirvieron para confrontar los resultados obtenidos con los criterios expuestos por éstos, logrando de esa manera asumir postura como investigadores ante los hechos registrados.

INTELIGENCIA ÉTICA

La inteligencia ética tiene su fundamento axiológico y ontológico en principios y valores que hilvanan la condición humana; talante que les permite a las personas distinguir lo verdadero de lo falso, así como asumir o rebatir principios vinculados con bien común, actitud orientada al desarrollo humano. Desde perspectiva, se concibe según Pelekais (2008) como un proceso creativo, más cerca de la sabiduría que del conocimiento, concebido como la capacidad de discernir para reconocer la acción responsable.

Dentro de esa urdimbre ontológica, se encuentra la ética ligada incondicionalmente a los valores humanos, por lo cual no es posible separar la inteligencia del amor, libertad, equidad, gratitud, respeto, solidaridad, justicia, honestidad, y tolerancia. Desde esa perspectiva, la inteligencia ética puede ser considerada como la capacidad de resolver problemas y crear escenarios con convicción de desarrollo y crecimiento con valores significativos.

Al respecto, Martin (2008) refiere que la inteligencia ética indaga sobre el hecho moral. La moral sobre una cultura que existe en la sociedad, a partir de esto, se configura la creencia que las personas se auto dirigen sin advertir que les arrastra una corriente; así mismo, la inteligencia ética parte de ser una reflexión y compromiso interno sobre el qué y el cómo hacer.



Desde esa perspectiva, la ética tiene su asidero en la sociedad contemporánea por la polémica frecuente que se presenta acerca de sus dilemas, dado al abordaje de diversos temas cruciales, vinculados al avance científico y tecnológico, así como los cambios inherentes al significado de libertad y de justicia en el mundo globalizado, problemas bioéticos, violación de los derechos humanos, crisis de valores, deterioro ecológico entre otros; constituyéndose así en una era globalizada caracterizada por la apertura sobre reflexiones éticas.

Al respecto, el autor precitado refiere que la inteligencia ética está ligada al fenómeno educativo y, más allá a lo político, económico y cultural de los pueblos; entendiéndose que aquella sería la savia enriquecedora de la conciencia, para pensar, reflexionar y valorar el tesoro que representa la vida; por ello el ser humano experimenta, se capacita, se organiza para convivir en comunidad; o sea, para vivir bien. No obstante, ello requiere de la buena voluntad derivada de la razón misma del hombre que, elige la manera de cómo organizarse convivencialmente. El Siglo XXI, se perfila desde la inteligencia ética como el siglo de las decisiones radicales

Por su parte, Pelekais, Ferrer, Cruz y Romero (2007), plantean que la inteligencia ética se basa en los principios y valores que nutren el espíritu humano, en tener la capacidad de distinguir lo verdadero de lo falso en los principios éticos del bien común y a la vez está orientada a desarrollar el potencial del ser humano; es un proceso creativo, más cerca de la sabiduría, es la capacidad de discernir para reconocer la acción responsable. Todas estas consideraciones sobre la inteligencia ética resulta una perfecta ilustración de la necesidad del hombre en la búsqueda de su realidad humana hacia un mejor formato de existencia.

También podría discutirse sobre la realidad organizacional para con la inteligencia ética, y sería importante conocer el valor de la misma para las empresas en sí. Al respecto Etkin (2002) habla del potencial ético de las organizaciones estima necesario analizar los principios morales y valores sociales sobre los cuales se establecen los propósitos, el diseño y la gestión de las organizaciones; ya que toda organización que se estime vivible, tiene como punto de partida los valores compartidos, entre los cuales destaca la libertad, justicia, equidad, transparencia, solidaridad, honestidad, igualdad de oportunidades y dignidad de trabajo.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La responsabilidad social corporativa, para De la Cuesta y Valor (2010) es el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y las operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. Sobre este particular, Guédez, (2006), considera que implica actuar de acuerdo a acciones o principios aceptados como buenos por la sociedad, capacidad de responder por lo que se hace o se deja de hacer; así como, por las correspondientes consecuencias que proceden de lo que se hizo o no se hizo.

En ese sentido, esas obligaciones y compromisos están directamente vinculadas a la actitud comportamental de la empresa, a través de la cual se busca impactar en la comunidad y el mercado global obteniendo beneficios enmarcados dentro de los límites normados por la sociedad. Entre estas acciones se desarrollarán las siguientes: De obligación, Reacción y Sensibilidad Social.



ACCIONES DE OBLIGACIÓN SOCIAL

De acuerdo con Zerpa de Márquez (2010), una empresa se comporta socialmente responsable cuando trata de obtener beneficios dentro de los límites legales que impone la sociedad, ya que ésta los apoya permitiéndoles existir. Por esta razón, las empresas están obligadas a compensarla por el derecho de obtener beneficios. De ahí que el comportamiento legal para obtener beneficios sea socialmente responsable y cualquier comportamiento ilegal se considere socialmente irresponsable.

ACCIONES DE REACCIÓN SOCIAL

Al observar a la responsabilidad social como reacción social, refieren Gómez Mejía y Balkin (2011), que una empresa es socialmente responsable si reacciona a normas, valores, y expectativas sociales vigentes. Ser socialmente responsable requiere ir más allá de los límites legales, se trata entonces de una manera de lograr una conexión con elementos tan particulares de la sociedad donde los valores son fundamentales en toda su dimensión.

ACCIONES DE SENSIBILIDAD SOCIAL

Para Zerpa De Márquez (2010), la perspectiva de sensibilidad social constituye un significado más amplio de la responsabilidad social, pues coloca a los gerentes y a sus organizaciones en una posición muy lejana a la tradicional, dedicada exclusivamente a fines y medios económicos. Es especialmente desafortunado que muchas empresas hayan interpretado o comprendido mal el concepto de responsabilidad social.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

El esquema de trabajo supone el concepto de paradigma, definido como principios reconocidos y aceptados por la comunidad científica, que durante cierto tiempo le proporcionan preguntas, modelos y parámetros a ésta, para analizar problemas y encontrarles soluciones. Son por consiguiente, según Bernal (2006, p.43) “los lentes conceptuales con los cuales los investigadores leen e interpretan la realidad, se hacen las preguntas y orientan las respuestas”. En este sentido, toda forma de generación de conocimiento manifiesta una estructura de pensamiento, que incluye reflexiones filosóficas, lógicas, epistemológicas, teóricas, metodológicas y técnicas, las cuales implican siempre modos de proceder en la ejecución de una investigación.

Con base a lo antes planteado este estudio se enmarca en el paradigma cuantitativo, asumiendo la secuencia operativa del enfoque empírico inductivo que permite analizar la problemática en cuestión partiendo de la observación de hechos empíricos tal cual se presentan en la realidad, sin manipulación del comportamiento de las variables: Inteligencia Ética y Responsabilidad Social Corporativa.

Dentro de ese enfoque epistémico, se desarrollará una investigación explicativa apoyada en un diseño no experimental-transeccional de campo, debido a que los investigadores no ejercieron control ni manipulación alguna sobre las variables; ni tampoco de las dimensiones e indicadores que las conforman. Para tal efecto, se seleccionaron como muestra cuatro (04) empresas del sector de perforación petrolera en el Estado Zulia. Al considerar que el número de sujetos es reducido, se tomó en su totalidad; es decir un censo poblacional



La técnica utilizada para recopilar la información y tener un conocimiento preciso acerca de las variables: inteligencia ética y responsabilidad social corporativa fue la encuesta, seleccionando como instrumento un cuestionario denominado INTE-ETICA 2014, sometido para su validez al juicio de diez expertos. Después de asumir las correcciones sugeridas, se aplicó la prueba piloto a una población similar a la del estudio conformada por 10 sujetos, mediante el análisis del coeficiente Alfa de Cronbach obteniendo un valor alfa de 0.98, indicativo de que es altamente confiable y puede ser aplicado en cualquier contexto donde se midan las variables del presente estudio.

Con relación a la técnica de análisis utilizadas, se aplicó de acuerdo con la naturaleza de la investigación enmarcada como explicativa, el análisis factorial para la validez de constructo y la comparación de medias al analizar el comportamiento de la inteligencia ética y la responsabilidad social corporativa, cálculo de medias y puntajes por sujetos, con lo cual se dio cumplimiento al propósito general de la investigación.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento, fueron procesados considerando los cálculos de la estadística inferencial, entre ellos las medidas de variabilidad; métodos paramétricos para la comparación de medias con los rangos ponderados para determinar el grado de presencia de los indicadores, dimensiones y variables en estudio. De igual modo, se empleó la técnica de Análisis de Varianza (ANOVA) y la Prueba Post Hoc de Tukey para el estudio del posicionamiento, así como los subconjuntos establecidos de acuerdo al procesamiento.

Análisis y Discusión de los Resultados

Nivel de Significancia VARIABLE: INTELIGENCIA ÉTICA ANOVA

Puntaje

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	5,690	2	2,845	17,318	,000
Intra-grupos	2,136	13	,164		
Total	7,825	15			

Fuente: Elaboración propia (2014)

Adicionalmente se aplicó el test HSD (Honestly-significant-difference) de Tukey a fin de comparar pruebas de múltiples rangos, en los cuales se evidencian las diferencias entre las dimensiones de la variable "Inteligencia Ética", destacando igualmente la homocedasticidad de las varianzas entre los dimensiones.



HSD (Honestly-significant-difference) de Tukey
VARIABLE: INTELIGENCIA ÉTICA
Puntaje

HSD de Tukey^{a,b}

Factor	N	Subconjunto para alfa = 0.05	
		1	2
Etapas de la Inteligencia Ética	5	1,0920	
Marco Normativo	4	1,4775	
Ontología del Lenguaje	7		2,4300
Sig.		,317	1,000

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 5,060.

b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

Fuente: Elaboración Propia (2014)

En la tabla se exponen los resultados de la comparación entre factores, donde la prueba HSD (Honestly-significant-difference) de Tukey ubica dos subconjuntos para $\alpha = .0,05$ basados en la similitud y diferencias de comportamiento entre sus medias, correspondiendo el primero de ellos a la dimensión “Etapas de la Inteligencia Ética” que obtuvo la calificación más baja con un $\bar{x} = 1,09$, seguido por la dimensión “Marco Normativo” que obtuvo una puntuación cuya media fue $\bar{x} = 1,47$ revistiendo la particularidad de ubicarse en ambos subconjuntos, en tanto que la dimensión “Ontología del Lenguaje” con un valor de $\bar{x} = 2,43$, se colocó con la puntuación más alta.

En referencia al análisis de la estadística inferencial, se analiza que dentro de la realidad de esta importante variable como es la inteligencia ética, las complejidades más evidentes corresponden a las Etapas de la Inteligencia Ética, donde se determina la ausencia de estos momentos evolutivos de la variable en las empresas, además se carece de un marco normativo relacionado a la inteligencia ética, más aun, en estas empresas es posible relacionar la presencia de los aspectos que se corresponden con Ontología del Lenguaje.

Aun así, se establece una diferencia de la realidad con el planteamiento de Belohlavek (2007), el cual asevera que la ética representa al conjunto de reglas que son funcionales a una situación, a una percepción de moral determinada y que se sostiene en una ideología complementaria”. La inteligencia que estructura reglas de juego estables y dinámicas para la acción del individuo en la realidad, pero dentro de estas empresas de perforación petrolera, estos aspectos no se encuentran formalizados en su totalidad.



Nivel de Significancia
VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
ANOVA

PUNTAJE

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,202	2	,601	4,078	,089
Intra-grupos	,737	5	,147		
Total	1,939	7			

Fuente: Elaboración propia (2014)

HSD (Honestly-significant-difference) de Tukey
VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

PUNTAJE

HSD de Tukey^{a,b}

FACTOR	N	Subconjunto para alfa = .05
		1
Sensibilidad Social	3	1,7533
Reaccion Social	3	2,5100
Obligacion Social	2	2,6100
Sig.		,112

Se muestran las medias para los grupos en los homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica

b. Los tamaños de los grupos no son iguales la media armónica de los tamaños de los grupos y los niveles de error de tipo I no están garantizados

Fuente: Elaboración Propia (2014)

En la tabla, se exponen los resultados de la comparación entre factores, donde la prueba HSD (Honestly-significant-difference) de Tukey ubica un subconjunto para $\alpha = .05$, basados en la similitud y diferencias de comportamiento entre sus medias, correspondiendo el primero de ellos a la dimensión "Sensibilidad Social" que obtuvo la calificación más baja con una $\bar{x} = 1,75$, seguido por la dimensión "Reacción social" que obtuvo una puntuación cuya media fue $\bar{x} = 2,51$, posteriormente la dimensión "Obligación social" con una $\bar{x} = 2,61$,

En referencia al análisis de las derivaciones obtenidas, se analiza la vinculación existente entre las dimensiones y la alternativa de la responsabilidad social corporativa, siendo coherente con los postulados teóricos de De la Cuesta y Valor (2010) quienes plantean que la Responsabilidad Social Corporativa es el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y las operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.



A MODO DE CONCLUSIÓN

Se presentan a continuación las conclusiones del estudio orientadas de acuerdo a los objetivos de la misma. En este sentido, al analizar el marco normativo dispuesto para la inteligencia ética como fundamento de la responsabilidad social corporativa en las empresas de perforación petrolera, se evidenció que el marco normativo no se encuentra verdaderamente desarrollado, aspecto que se ajusta a la realidad de las organizaciones que sirvieron como muestra, debido a que las mismas no disponen de un mecanismo de trabajo y respuesta de manera formal para la inteligencia ética, por lo tanto los hallazgos indican que dentro de este aspecto el elemento más tangible lo representa la elaboración de informes de gestión como una manera de plasmar las realidades de su gestión.

Al describir las etapas de la inteligencia ética presentes en las empresas de perforación petrolera, resultó importante destacar que aun cuando la inteligencia ética no es una estrategia de crecimiento que se encuentra instalada y formalizada dentro de esas organizaciones, se asumen algunas conductas y caracteres que son afines y propios de la inteligencia ética, por lo que su indagatoria estuvo más orientada a conocer las maneras básicas de percibir este elemento, por lo tanto se concluyen que estas etapas fueron percibidas como un elemento no desarrollado por dichas empresas.

En cuanto a la caracterización de la ontología del lenguaje como elemento de impulso en la inteligencia ética de las empresas de perforación petrolera, se evidencia que estos elementos propios del factor comunicativo han sido percibidos dentro de una categoría medianamente desarrollada, debido a que constituyen parte de la cotidianidad operativa de la organización y por lo tanto, se perciben en experiencias fundamentales, acordes para la inserción de la inteligencia ética como factor distintivo.

En función a describir las acciones que en materia de responsabilidad social ejecutan como obligación social las empresas de perforación petrolera, la consulta realizada permitió concluir que la organización muestra un apego y cumplimiento a los aspectos de carácter legal así como aquellos aspectos relacionados a la responsabilidad comunal, lo cual se sustenta en la condición de desarrollo que muestran en estas empresas, aun cuando los elementos que resultan parte de la inteligencia ética no se encuentran en plenamente involucrados.

Asimismo, en el compromiso de caracterizar las acciones que en materia de responsabilidad social como reacción social ejecutan como obligación social las empresas de perforación petrolera, el abordaje a la población objeto de estudio permite concluir que los impactos relacionados en el estudio se encuentran debidamente consolidado dentro de estas organizaciones, gracias a la experiencia y años de ejecución que poseen las mismas en materia de responsabilidad social.

Al determinar las acciones que en materia de responsabilidad social ejecutan como obligación social las empresas de perforación petrolera, la veracidad de los resultados permitió concluir que al interpretar la responsabilidad social corporativa como un asunto público o como un hecho que relaciona la comunicación con el gobierno, ambos elementos no se encuentran debidamente formalizados, a diferencia de la interpretación que se ofrece de este elemento para considerarlo como un factor de respuesta en su conducta ética.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belohlavek, P. (2007). **Introducción a la Inteligencia Ética**. 1ra. Edición, Grupo Águila Azul. E-Book. ISBN 978 – 987 – 1223 – 76 – 3
- Bernal, C. (2006). **Metodología de la Investigación**. Para la Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. Pearson Educación. México.
- De la Cuesta, M. y Valor, C. (2010) “**Responsabilidad Social de la Empresa. Concepto, mediciones y desarrollo en España**” Boletín Económico de ICE, 2755(Enero).7-9.
- De la Cuesta, M., Kreisler, I. y Valor, C. (2006). **Promoción institucional de la Responsabilidad Social Corporativa. Iniciativas internacionales y nacionales**, Boletín Económico de ICE.
- Etkin, J. (2007) **Capital Social y Valores en la Organización Sustentable. El Deber ser, Poder hacer y la Voluntad Creativa**. Granica. Buenos Aires.
- Guédez, V. (2006). **La Ética Gerencial: Instrumentos Estratégicos que Facilitan Decisiones Correctas**. Planeta. Venezuela.
- Gómez L Y Balkin D (2011). **La Responsabilidad Social Empresarial**. España
- Hernández, V (2011) **Inteligencia emocional y gestión ética en gerentes de universidades privadas**. Notas de tesis. Tesis. Doctoral (Doct. en Ciencias Gerenciales) Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín, Decanato de Investigación y Postgrado, Doctorado en Ciencias Gerenciales, Maracaibo
- Martin, F. (2008). **La inteligencia ética en las organizaciones públicas. IX Congreso Internacional del CLAD sobre la reforma del Estado y la administración pública**. Madrid. España.
- Aldrin, E. y Ferrer, J. (2008). **Inteligencia Ética Colectiva: Reto de la Eficacia de las Organizaciones Sociales Colaborativas**. Revista CICAG. Vol. 5 Ed.1.
- Pelekais, C., Ferrer, J., Cruz, A. y Romero, D. (2007). **Responsabilidad Social. Compromiso De Las Organizaciones**. Librero online. Venezuela
- Schvartein, L (2003). **Inteligencia Social de las Organizaciones**. Paidós. Argentina
- Solano, D. (2008) **Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse**. Universidad Esan (Perú).
- Zerpa de marquèz, D (2010) **Responsabilidad Social de las Empresas. Venezuela**. Universidad de Oriente. Núcleo de Sucre. Escuela de Administración.



CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA UNIVERSIDAD. UNA MIRADA HACIA ADENTRO

Keyla Velandia

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
keyvelandia@gmail.com

José Salas

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
jsalasudo@gmail.com

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es medir el clima organizacional en el personal de la Universidad de Oriente. La misma tomó como referentes teóricos, para la variable clima organizacional: Chiavenato (2009), Rodríguez (2005), Litwin y Stringer (2002), Martínez (2010), entre otros. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo con diseño de campo. Se tomó una muestra de 210 trabajadores (administrativo, docente, obrero) de la escuela de ingeniería, de la Universidad de Oriente, núcleo Anzoátegui. Para la determinación del tamaño de la muestra se asumió una población desconocida, dada la limitación de obtener los listados de los trabajadores. El instrumento de recolección de datos fue una entrevista estructurada la cual contiene 28 ítems, con cinco (05) alternativas de respuesta tipo escala Lickert, validada por cinco expertos. Para calcular la confiabilidad del cuestionario, se recurrió al uso del coeficiente Alfa de Cronbach, cuyo resultado, de 0,82 demostrando que es confiable. Se concluye que, la situación actual del clima organizacional de la Escuela de ingeniería de la Universidad de Oriente presenta deficiencias en la gestión institucional, afectando la disposición del personal en sus responsabilidades. Se recomienda realizar una serie de reuniones en consejo donde todos los actores involucrados puedan aportar ideas de sus experiencias para corregir las debilidades existentes en sus áreas y diseñar los indicadores de gestión que les permitan mejorar su ambiente de trabajo.

Palabras clave: Clima organizacional, Personal, Organización.

INTRODUCCIÓN

El clima organizacional es el ambiente generado por las emociones de todos los miembros de la organización, en tal sentido es necesaria la existencia de un ambiente laboral agradable para lograr que todos los actores involucrados sientan confort en la misma, y esto permita a su vez, originar motivación en la ejecución del trabajo, de igual manera es considerada como la propiedad del ambiente percibido por los miembros de la organización en su comportamiento permitiendo aportar un elemento adicional.

De lo expuesto, se infiere en que cada una de las organizaciones cuenta con sus propias características y propiedades objetivas, a veces únicas o exclusivas, las cuales afectan el ambiente interno, el clima organizacional existente en ellas, y repercuten en el comportamiento del trabajador, por consiguiente en la productividad de la empresa y en la efectividad de sus procesos administrativos y organizativos.

Por otra parte, Ucrós y otros (2010) indica que los factores de la organización que influyen en el clima organizacional, son aquellos que están orientados a determinar los resultados y



establecer estándares sobre los rendimientos, mantener la comunicación y divulgación de las políticas que permitan una estructura descentralizada. Del mismo modo, es importante mantener la estabilidad laboral, sus remuneraciones como incentivos, evitar los obstáculos para alcanzar el desarrollo y promociones de cargo.

Los componentes organizacionales señalados anteriormente permiten entender que el clima organizacional es el conjunto de percepciones que el personal se forma con respecto a las realidades, entorno del trabajo, la empresa u organización; relacionadas con las políticas, prácticas y procedimientos organizacionales, tanto los formales como los informales.

Es por ello, que para efectos de lograr los objetivos de esta investigación se consideran los componentes antes mencionados debido a que permite determinar las dificultades y oportunidades que ofrece el sistema organizacional a su personal, cuyos aspectos se convierten en objetos de medición, en la identificación del clima organizacional, mientras el análisis objetivo de las condiciones organizacionales, permite comprender las causas que pueden generar un ambiente organizacional específico.

Litwin y Stringer (2002), define el Clima Organizacional, como el conjunto de propiedades medibles dentro del ambiente de trabajo, percibido directamente o indirectamente por la gente que vive y trabaja en ese ambiente y que se supone influye en sus motivaciones y comportamientos laborales. Asimismo, se plantea que toda organización humana tiene su Clima Organizacional particular y que este influye en la motivación y el comportamiento laboral, susceptible de ser medido. Por tal razón, los autores desarrollan varios conceptos de los agentes empleados como indicadores para medir la dimensión factores del clima organización, en la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Oriente, núcleo de Anzoátegui: estructura, responsabilidad, recompensa, desafío, relaciones, cooperaciones, estándares, conflicto e identidad.

Aspectos metodológicos

Esta investigación intenta evaluar el Clima Organizacional de la Escuela de Ingeniería, de la Universidad de Oriente, núcleo de Anzoátegui, a través del instrumento diseñado para tal propósito a través de la medición de variables inherentes al clima organizacional. En el estudio se busca desarrollar una fiel presentación (descripción) de las más propiedades de un grupo humano. Como sostiene Méndez (2006) “el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta, actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos, descubre, comprueba la asociación entre variables de investigación”.

De acuerdo a lo anterior, se puede afirmar que la investigación es de tipo descriptiva, porque está orientada a describir, registrar, analizar e interpretar una situación en particular. En el diseño de una estrategia general de trabajo, el cual es determinado por los investigadores, una vez alcanzada la claridad respecto a su problema, para orientar y esclarecer las etapas posteriormente. Esto implica, según refieren Hernández y otros (2010), que se debe definir el diseño de investigación, el cual consiste en el plan para obtener la información que se requiere en una investigación.



En este sentido, y en concordancia por lo expresado por el autor citado, esta investigación se considera de campo, ya que se intenta tomar los datos de una situación real, respecto al Clima Organizacional de la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Oriente, núcleo Anzoátegui. Con información recopilada se logró destacar las características más importantes del estudio. Como explican Hernández, Fernández y Baptista (2010), es de campo, por el análisis sistemático del problema en la realidad, con el propósito de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas, efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de sus métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.

En tal sentido, en la presente investigación la población está conformada por el personal docente, administrativo y obrero de la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Oriente. Esta población se considera finita, porque tiene un número determinado de elementos. Sin embargo, para los efectos metodológicos se considerará que se desconoce la población (población infinita), dada la limitación de no obtener de la Universidad de Oriente el listado de profesores, trabajadores administrativos y obreros.

Para el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula, la cual está diseñada para establecer la media de proporciones de población desconocida:

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

Dónde:

n = Tamaño de la población

N = Tamaño de muestra requerido.

p = Proporción de sujetos que poseen la característica en la población.

q = Proporción de sujetos que no poseen la característica (q=1-p).

e = Error muestral.

z = Valor estandarizado de “z”, asociado al nivel de confianza elegido para la investigación.

Para efecto de la determinación del tamaño de, se tomó en cuenta la siguiente población que se describe en la siguiente tabla:

Tabla 1
Trabajadores de la Escuela de Ingeniería UDO-Anzoátegui

Tipo de Personal	Frecuencias	
	absoluta	%
Administrativo	136	29,37
Docente	237	51,19
Obrero	90	19,44
Totales	463	100

Fuente: (Salas y Velandia, 2014)

Una vez realizadas las consideraciones anteriores, con la fórmula suministrada, se procedió a calcular el tamaño ideal de la muestra para la investigación. Para los efectos los datos serán los siguientes:



Sustituyendo los valores en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot z^2}{e^2(N - 1) + p \cdot q \cdot z^2} = \frac{463 \times 0,5 \times 0,5 \times (1,96)^2}{0,05^2(1.857 - 1) + 0,5 \times 0,5 \times (1,96)^2}$$

$$n = 210$$

Calculada la muestra de $n = 210$, la selección de cada dato se realizará a través de un muestreo probabilístico (aleatorio) estratificado, con afijación proporcional, en dos etapas. Una primera etapa donde se seleccionan los estratos a estudiar, que son administrativo, docente y obrero. Dado la afijación es proporcional, la muestra queda distribuida de la siguiente manera:

Tabla 2
Distribución de la Muestra en Estratos (Afijación proporcional)

Tipo de Personal	Frecuencias		n = 210
	absoluta	%	tamaño del estrato (n _i)
Administrativo	136	29,67	62
Docente	237	51,19	107
Obrero	90	19,33	41
Totales	463	100	210

Fuente: (Salas y Velandia, 2014)

Determinado el tamaño de la muestra total ($n = 210$) y distribuida en los estratos a estudiar ($n_A = 62$; $n_D = 107$; $n_O = 41$), se procede a la segunda etapa del muestreo, donde cada uno de los elementos de la muestra para cada estrato se seleccionará de manera aleatoria. Así se completa el muestreo planteado para la muestra de la investigación.

Por otra parte, refiere Sabino (2002) que la investigación no tiene sentido sin las técnicas de recolección de datos, ya que de allí se deducirán los resultados que permitirán derivar conclusiones y recomendaciones en el estudio planteado; así, cada tipo de investigación determina las técnicas a utilizar y cada técnica establece herramientas, instrumentos y medios posibles de recolección de información.

En tal sentido, las fuentes y técnicas utilizadas en la presente investigación son, de acuerdo a Méndez (2006: p.145), de Tipo primaria, a través de entrevistas estructuradas, para ello se utilizarán cuestionarios con el objeto de recabar la información de interés para la investigación. Esta fuente y técnica de información permiten obtener todos los datos concernientes a los Trabajadores de la Escuela de Ingeniería UDO-Anzoátegui, de primera mano.

Para la validez, Hernández y otros (2010:234) está referida al "...grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir", y consiste en la verificación de áreas y contenidos medidos por el instrumento de estudio, a través de la opinión de expertos en el área adscritos a La Universidad Rafael Beloso Chacín. Para su determinación se realizó la validez de contenido, solicitando el juicio de cinco (05) expertos en el área de Gerencia y administración de empresas, quienes aportaron sugerencias sobre la relación y pertinencia de los indicadores con los ítems así como de la variable.



Para ello, se construyó un formato de validación el cual incluye las instrucciones sobre las cuales deben guiarse los expertos para emitir su opinión o hacer las recomendaciones respectivas. Con las sugerencias de los expertos se conformó el instrumento definitivo, considerándose el instrumento como válido.

Un instrumento es confiable, en la opinión del autor cuando al aplicarlo en repetidas ocasiones a una misma muestra de sujetos ofrezca similares resultados. Es la consistencia, la seguridad, el equilibrio del instrumento. Por ello, para estimar la confiabilidad de los ítems, se aplicó una prueba piloto a una población con similares características a las del objeto de estudio, y una vez recopilada la información, se aplicó el estadístico de confiabilidad Alfa de Cronbach, utilizando para ello la siguiente:

$$r_{tt} = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

- r_{tt} = coeficiente de confiabilidad
- K = número de ítems
- S_i = varianza de los puntajes de cada ítems
- S_t = varianza de los totales.

En base al resultado, con un valor de 0,82, el instrumento se considera como altamente confiable.

Resultados

En las investigaciones de Clima Organizacional es fundamental que el análisis se realice como un todo, porque hay variables que son imposibles de medir adecuadamente, sí son estudiadas en base a un solo grupo de la población analizada, de mirar el problema de manera macro.

Para efecto del análisis, se segmentó las posibles respuestas en tres zonas de percepción del trabajador, ello con la finalidad de optimizar el análisis. De acuerdo al resultado, cada situación se jerarquizará en función a la necesidad de atención del problema, las jerarquías estarán calificadas según las siguientes categorías: necesidad máxima, necesidad media, necesidad mínima. Cada zona resume el umbral de respuesta por cada uno o dos ítems, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3
Zonas de percepción

ZONAS	PREGUNTAS QUE INCLUYE
Zona de desacuerdo	1. TOTALMENTE EN DESACUERDO 2. UN POCO EN DESACUERDO
Zona de indecisión	4.- MEDIANAMENTE DE ACUERDO
Zona de acuerdo	5.- UN POCO DE ACUERDO 6.- TOTALMENTE DE ACUERDO

Fuente: (Salas y Velandia, 2014)



Esto permitió definir a grandes rasgos, cuál es la tendencia de la muestra con respecto a cada ítem, pero agrupándolos según sus características comunes. La agrupación por zona permite ver de manera más eficiente el comportamiento de cada presunta, según hacia donde se inclinen las respuestas, que podría ser: a estar de acuerdo, no estar de acuerdo o estar indeciso.

De acuerdo a la tabla anterior, las variables calificadas como de necesidad de atención máxima, es necesario atenderlas de manera inmediatas y formular las estrategias necesarias que logren superar la situación anormal que comportan. Aquellas variables que se calificaron como de necesidad de atención media, según nuestra apreciación, deben ser atendidas con menos prioridad que las anteriores, pero sin restarle la importancia necesaria. Es importante recalcar que el presente estudio es a nivel diagnóstico, es decir, no es su objetivo formular las estrategias necesarias para la solución de los problemas de cada variable estudiada a través de los ítems del estudio.

En tal sentido, los resultados obtenidos son contrarios a lo expuesto por Chiavenato (2009) quien sostiene que el clima organizacional es la cualidad o propiedad del ambiente percibido o experimentado por los miembros de la organización en su comportamiento. Pero, aporta un elemento lo cual permite comprender que el clima organizacional en esencia se remite a la percepción de los integrantes de una organización. Dichos aspectos conllevan a tomar en cuenta distintas fuentes de información de los integrantes de una institución.

El Clima Organizacional, por ser la personalidad de la institución, que tiene un carácter de permanente en el tiempo, es susceptible de la dinámica institucional. Además, como sostiene Brunet (2004) influye de manera determinante en los resultados de la organización como un todo, tocando los aspectos laborales y de calidad en la prestación de un servicio o la creación de un bien por parte de la institución; el cual al no ser percibido de manera sana afecta el comportamiento organizacional.

Asimismo, se evidencia, de acuerdo a los resultados obtenidos, lo contemplado por Rodríguez (2005), quien expresa que el Clima Organizacional es la sumatorias de las percepciones que comparte cada uno de los trabajadores en la organización. En estas percepciones se incluyen aspectos como el ambiente físico, las relaciones interpersonales y las diversas regulaciones formales que afectan al trabajo; los cuales se derivan de los diferentes enfoques de medida múltiple de atributos organizacionales y la medida perceptiva de los atributos organizacionales.

Es por ello, que se observa cómo afectan las relaciones entre los compañeros de trabajo, el ser tomado o no por los jefes, la escasa colaboración de los compañeros con el cumplimiento de las tareas difíciles, la poca existencia de confianza entre los miembros de la organización, así como la insatisfacción con la remuneración, denotan que el clima organizacional imperante en la escuela de ingeniería de la Universidad de Oriente, núcleo Anzoátegui, no es sano, por ello debe trabajarse, desde los componentes que inciden en él hasta los factores que lo determinan para adecuarlo y llevarlo a ser armónico.

Consideraciones Finales

En relación a la situación actual a través de los componentes clima organizacional en la unidad de estudio, se evidenció que el personal está afectado por debilidades en la gestión



institucional y en los componentes personales de los trabajadores. Asimismo se observó que la mayoría de los individuos encuestados mostraron identificación y orgullo de pertenecer a la unidad de estudio, al igual que por su trabajo en sí. Sin embargo, en cuanto a las relaciones entre compañeros de trabajo y con sus líderes, sus opiniones coincidieron que no se sienten a gusto.

Por otra parte, los factores que determinan el clima organizacional en la unidad de estudio, son los retos individuales o desafíos y la gestión institucional. En tal sentido, la interacción entre el personal, sus compañeros y líderes, el rendimiento institucional y la cooperación laboral. Cada una de estas nuevas dimensiones son las que abarcan en su mayoría las variables que interfieren negativamente en el clima organizacional.

Para finalizar, se logró de acuerdo a la descripción obtenida, que el tipo de clima organizacional existente en la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Oriente, núcleo de Anzoátegui, es Autoritario paternalista, dado a reflejar la existencia del tipo de relaciones entre la dirección y sus subordinados, además de utilizar por igual las recompensas y los castigos; a la vez de evidenciarse la existencia de control en sus procesos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brunet, L. (2004). **El Clima de Trabajo en las Organizaciones, Definición, Diagnóstico y Consecuencias**. México: Editorial Trillas.
- Chiavenato, I. (2009) **Administración de Recursos Humanos, El capital de las Organizaciones**. Novena Edición. Mc Graw Hill/ Interamericana Editores, S.A. de CV.
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P (2010). **Metodología de la Investigación**. Editorial Mc Graw Hill. México. 5ta. Edición.
- Litwin, G. y Stringer, R. (2002). **Motivation and Organizational Climate**, Boston, Usa: Harvard University Press.
- Litwin, G. y Stringer, R. (2002). **Leadership and Organizational Climate**. New Jersey, Usa: Pearson Education.
- Méndez, C. (2006). **Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. Tercera Edición. Bogotá: McGraw Hill Interamericana.
- Rodriguez, D. (2005). **Diagnostico Organizacional**. Editorial Alfaomega
- Tamayo, M. (2006). **Metodología de la Investigación Científica**. Mexico: Editorial Limusa.
- Ucros, M. y otros (2009) **Clima Organizacional Discusión de Diferentes Enfoques Teóricos**, Venezuela: Saber ULA



GESTIÓN DE LOS CENTROS DE SALUD COMO ELEMENTO CATALIZADOR DE LA SALUD OCUPACIONAL EN LA INDUSTRIA PETROQUÍMICA VENEZOLANA

Darwin Villamizar
PEQUIVEN
villacosta@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito analizar la gestión de los centros de salud como elemento catalizador de la salud ocupacional en la industria petroquímica venezolana, metodológicamente se enmarca en una investigación descriptiva documental y de diseño bibliográfico, bajo la fundamentación teórica a partir de los aportes de los siguientes autores: Álvarez (2011), Betancur (2001), Fernández, Montes y Vásquez (2005), Gil-Monte (2012) y la LOCYMAT (2005), en la que se realiza una exploración teórica sobre los aspectos relacionados con el estrés como principal factor para causar enfermedad laboral, condición que a través de los centros de salud de la industria petroquímica prevén controlar en los trabajadores debido a programas de salud ocupacional que han desarrollado, identificando las causas de los riesgos psicosociales para prevenir y controlar el estrés laboral. Después de haber expresado lo anterior, se puede concluir que los centros de salud de la industria petroquímica, ha sido un catalizador para la salud ocupacional, según las bases teóricas analizadas en esta investigación.

Palabras clave: Estrés, centro de salud, salud ocupacional.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, hemos enfrentado diversos cambios organizacionales a nivel mundial, donde la tecnología, los sistemas organizacionales, políticas económicas, así como factores políticos y gubernamentales, han influenciado en la calidad de vida de los trabajadores quienes padecen de una enfermedad moderna como es el estrés laboral.

La exigencia laboral que hoy en día se vive en la industria petroquímica aunado al volumen de información al que están expuestos los trabajadores, los ha llevado a perder el equilibrio entre el trabajo y la salud personal trayendo como consecuencia la enfermedad llamada estrés.

Para Álvarez (2011, p. 18), “la salud y el trabajo están unidos, tienen realidades sociales concretas que se encuentran en estado de permanente cambio. Las formas de trabajo han variado históricamente y con ellas las circunstancias que favorecen o no la salud de los trabajadores”.

Los trabajadores, durante su jornada de trabajo diario, procesan mucha información agotándolos mentalmente, o realizan trabajos operacionales provocando cansancio físico, por lo que pueden verse involucrados en incidentes o accidentes por no tener su mente en la tarea, o no prestar atención al momento de manipular una herramienta de trabajo.

En tal sentido, este estudio analiza la gestión en los centros de salud como un elemento catalizador del estrés como enfermedad laboral, para mejorar la calidad de vida del trabajador.



SALUD OCUPACIONAL

La Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOCYMAT 2005), define la enfermedad ocupacional en su artículo 70 el cual explica textualmente. “Se entiende por enfermedad ocupacional, los estados patológicos contraídos o agravados con ocasión del trabajo o exposición al medio en el que el trabajador o la trabajadora se encuentra obligado a trabajar, tales como los imputables a la acción de agentes físicos y mecánicos, condiciones disergonómicas, meteorológicas, agentes químicos, biológicos, factores psicosociales y emocionales, que se manifiesten por una lesión orgánica, trastornos enzimáticos o bioquímicos, trastornos funcionales o desequilibrio mental, temporales o permanentes”. (Asamblea Nacional, 2005)

Por su parte, Álvarez (2011, p. 19) cita a la Organización Internacional del Trabajo (OIT) define la salud ocupacional como “el proceso vital humano no solo limitado a la prevención y control de los accidentes y las enfermedades ocupacionales dentro y fuera de su labor, sino enfatizado en el reconocimiento y control de los agentes de riesgo en su entorno biosicosocial”.

Así mismo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) citada por Álvarez (2011), expresa: “tratar de promover y mantener el mayor grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores de todas las profesiones, protegerlos en su empleo contra los riesgos resultantes de la presencia de agentes perjudiciales a su salud”, puede lograrse según lo planteado por Betancur (2001) quien indica un enfoque humanista, el cual busca adecuarse a las características sociales, culturales y económica de la organización e ir más allá de su objetivo inicial, con el fin de estimular otros procesos de mejoramiento.

Los referidos autores, expresan que la salud ocupacional es cuestión de prevención y el control de los accidentes tanto laborales como fuera de ese entorno para mantener el bienestar físico, mental y social de los trabajadores, para evitar estados patológicos y psicosociales que puedan ser contraídos en el trabajo, originados por factores del medio ambiente en el cual este se encuentra.

AMBIENTE LABORAL

El ambiente de trabajo para Álvarez (2011, p. 17 – 18), “es el conjunto de condiciones que rodean a la persona y que directa o indirectamente influyen en su salud y calidad de vida. Estos ambientes tiene factores de riesgos que pueden producir accidentes de trabajo o enfermedad profesional”.

Los ambientes laborales son importantes, debido a que es en ellos donde el trabajador se desenvuelve directa o indirectamente, en estos espacios se pueden presentar riesgos asociados a la salud del trabajador expresados a través del estrés laboral. La salud ocupacional va no solo dirigida a la productividad del trabajador y por ende de la organización, sino que se ocupa de brindar una motivación y cuidado de su calidad de vida.

Esta motivación, como se ha venido presentando en la industria petroquímica, es a través de los centros de salud, donde un conjunto de profesionales, entre médicos, psicólogos, nutricionistas y profesionales del gimnasio, están apoyando a los trabajadores a ocuparse de su salud, y motivándolos a utilizar los centros de salud que se encuentran en los ambientes de trabajo de la industria.



SISTEMA DE GESTIÓN EN LA SEGURIDAD

Los autores Fernández, Montes y Vásquez (2005, p. 33) citan a British Standards Institution, 1996: “un sistema de gestión se define como una composición, a cualquier nivel de complejidad, de personas, recursos, y procedimientos que interactúan de un modo organizado para asegurar que se lleva a cabo una tarea determinada o para alcanzar y mantener un resultado específico”.

Al mismo tiempo, señalan que “para que este sistema sea efectivo y consiga su objetivo debe ser apoyado por todos los niveles de dirección de la empresa y lograr la implicación de los trabajadores, que son los que están en contacto con los factores de riesgo en sus lugares de trabajo”.

Las organizaciones modernas en sus distintos tipos de razón social, públicas o privadas, han generado sistemas que llevan a sus trabajadores a enfrentar retos en su día a día, bajo niveles de estrés que afectan en cierta medida su salud, es por ello, que los directivos o gerentes deben considerar evaluar el medio laboral y motivar a sus trabajadores a cuidar preventivamente su salud física y mental.

En tal sentido, las empresas deben crear espacios deportivos o centros de salud que permitan a los trabajadores desarrollar actividades físicas para drenar el estrés causado por su trabajo o factores personales, para prevenir la presencia de alguna enfermedad ocupacional, el cual es un valor.

Tal es el caso de la Industria Petroquímica, la cual cuenta con un centro de salud, provisto de implemente de gimnasio para los trabajadores, con la finalidad de mejorar su salud física y mental, estos centros son atendidos por profesionales de la salud, quienes brindan la asesoría necesaria al trabajador, desarrollando programas personalizados de nutrición bajo un estricto control.

PROGRAMA DE SALUD OCUPACIONAL

El programa de salud ocupacional para Álvarez (2011, p. 20), se refiere a “la planeación, organización, ejecución y evaluación de toda actividad de medicina preventiva, del trabajo, higiene y seguridad industrial, tendientes a preservar, mantener y mejorar la salud individual y colectiva de los trabajadores, para evitar accidentes de trabajo y enfermedades profesionales”.

En la industria petroquímica, en función de mejorar la calidad de vida de los trabajadores, han programado en sus centros de salud, jornadas de prevención para el cuidado de la salud físico - mental, aprovechando la experiencia y conocimiento de profesionales del área de la salud, quienes han identificado a grupos de trabajadores que requieren ser atendidos e incentivarlos a cuidar su salud.

FACTOR DE RIESGO PSICOSOCIAL EN EL TRABAJO

Un factor de riesgo psicosocial en el trabajo, según Álvarez (2011, p. 77), “es el estrés en el ámbito laboral se ha constituido en una de las consecuencias de los factores de riesgo psicosociales que más estragos viene causando a la población económicamente activa a nivel mundial”.



De igual forma, Álvarez (2011, p. 79), señala que “los indicadores de estrés laboral son: Irritación, preocupación, desasosiego, tensión, eventuales estados depresivos. Esto se deriva en: mal funcionamiento de facultades cognitivas (atención, concentración; tics nerviosos, sudor de manos y cuerpo; aumento de frecuencia de fumar, beber; indecisiones frecuentes; problemas en su desempeño laboral)”.

Por lo tanto, Álvarez (2011, p. 79), indica que estos factores “se transforman en: Comportamientos: rígidos, obsesivos, no quiere reflexionar; aumento de malas relaciones personales; aumento de ausencias y accidentes laborales; alteraciones psicósomáticas: frecuentes dolores de cabeza, pérdida o aumento de apetito; enfermedades se hacen crónicas: cardiovasculares, respiratorias y gastrointestinales.

En el mismo orden de ideas, Gil-Monte (2012, p. 239), hace referencia a que “los cambios técnicos u organizativos, junto con los cambios socioeconómicos, demográficos y políticos, han dado lugar a la aparición de riesgos psicosociales emergentes que tienen consecuencias sobre la salud debido a que pueden provocar un mayor estrés laboral”.

Queda demostrado, que existen múltiples factores que afectan la salud de cada individuo o trabajador, al verse sometido tanto a nivel laboral como personal a situaciones que directa o indirectamente influyen en su estado psicosocial, y que al no saber cómo afrontar las situaciones que día a día vive, puede padecer de estrés laboral.

Hoy en día, es común escuchar a trabajadores expresar que tienen dolores musculares, dolores de cabeza frecuentes, que sienten cansancio o agotamiento mental, sin saber que son éstos factores de estrés y por ende no buscan la manera de conocer, prevenir y controlar las causas de estos síntomas.

El estrés al ser un factor de riesgo laboral, la industria petroquímica, a través de sus centros de salud, busca la causa de estos padecimientos para ser trabajado en conjunto por la parte medica como gerencial, brindando al trabajador una fuente de información relacionada con el tema del estrés laboral, para así, buscar la manera de prevenir enfermedades profesionales de mayor relevancia para el trabajador.

POSIBLES CAUSAS DE LOS RIESGOS PSICOSOCIALES

Una vez conocido los factores de los riesgos psicosociales a que los trabajadores están expuestos en sus centros laborales, es importante identificar las principales o posibles causas de estos riesgos, para mitigar los mismos tomando acciones preventivas o correctivas según sea el caso.

En este sentido, Gil-Monte (2012, p. 238), expone las siguientes causas:

(a) “Características de la tarea: cantidad de trabajo, desarrollo de aptitudes, carencia de complejidad, monotonía o repetitividad, automatización, ritmo de trabajo, precisión, responsabilidad, falta de autonomía, entre otras.

(b) Características de la organización: variables estructurales (tamaño y diferenciación de unidades, centralización, formalización), definición de competencias, estructura jerárquica,



canales de comunicación e información, relaciones interpersonales, procesos de socialización y desarrollo de la carrera, estilo de liderazgo, entre otras.

(c) Características del empleo: diseño del lugar de trabajo, salario, estabilidad en el empleo y condiciones físicas del trabajo.

(d) Organización del tiempo de trabajo: duración y tipo de jornada, pausas de trabajo, trabajo en festivos, trabajo a turnos y nocturno, entre otras”.

De acuerdo con el autor, en la industria petroquímica se presentan las causas: características de la tarea y organización del tiempo de trabajo, por ser una organización con una carga de trabajo de gran envergadura y responsabilidad para el trabajador, debido a que está asociado a diversos riesgos laborales que dependen en gran medida de las acciones que el trabajador ejecute durante su jornada laboral, así mismo, otras causas implícitas, como el tiempo de su labor diaria o según el turno laboral de cada persona.

PREVENCIÓN Y CONTROL DEL ESTRÉS LABORAL

La prevención conlleva una serie de acciones para erradicar las causas del estrés laboral, si las mismas son conocidas y atendidas a tiempo, se pueden evitar males mayores tanto para el trabajador como para la organización.

En primer lugar, Álvarez (2011, p. 22) expresa el empleador tiene las siguientes obligaciones:

“El empleador deben asumir el liderazgo efectivo del programa de salud ocupacional y participar directamente realizando una serie de tareas como:

(a) Motivar al personal para la salud ocupacional a través de charlas, cartas de reconocimiento, asistir a reuniones formales, entre otras.

(b) Dar prioridad a la salud ocupacional cuando deba tomarse una decisión en la que aquella esté en juego”.

En segundo lugar, Álvarez (2011, p. 23), señala que:

“Es obligación real y moral del empleado:

(a) El seguimiento estricto de las normas de seguridad a fin de garantizar un trabajo seguro.

(b) Informar a sus supervisores o al coordinador de salud ocupacional, sobre condiciones en los lugares de trabajo o cualquier circunstancia que pudiera provocar un accidente y presentar sugerencias para su estudio participando en la elaboración de normas y procedimientos seguros de trabajo”.

Ahora bien, de nada sirve si no se toman controles para prevenir y mantener el orden dentro de la organización, a este respecto, Álvarez (2011, p. 79), propone la auditoria como “las estrategias de prevención para llevar a cabo una investigación exhaustiva de las causas, incidencia, lugares de más estrés y otros aspectos de la organización con la participación de los trabajadores a fin de llegar a un diagnóstico para su prevención”.



Por su parte, Gil-Monte (2012, p. 240), plantea que cuatro ideas:

1. “La mejora de la organización del trabajo mediante medidas que permitan flexibilizar la jornada laboral; flexibilizar los puestos de trabajo, por ejemplo el aprendizaje permanente mediante la rotación y la diversificación de los puestos de trabajo.

2. La mejora del entorno de trabajo fomentando el apoyo entre compañeros, ofreciendo a los empleados la posibilidad de participar en el proceso de mejora del entorno de trabajo, y brindando alimentación sana en los lugares de trabajo (por ejemplo, comedores, máquinas expendedoras de alimentos, entre otras).

3. Fomentar la participación de los empleados en actividades saludables y actividades deportivas.

4. Fomentar el desarrollo personal ofreciendo cursos sobre competencias sociales, manejo del estrés, y programas para evitar tabaquismo o alcoholismo”.

De acuerdo con los autores Álvarez (2011) y Gil-Monte (2012), la industria petroquímica, está tomando las acciones preventivas necesarias para mitigar las causas generadoras del estrés laboral, y bajo la participación tanto del empleador como del trabajador, se pueden controlar las causas de manera que se pueda tener una vida laboral saludable y acorde a los valores organizacionales en función del beneficio mutuo trabajador-empleador.

CONCLUSIONES

Los centros de salud son un aporte de la industria petroquímica para prevenir y controlar el estrés laboral, debido a que en ellos se combate los estados patológicos y psicosociales asociados a la salud ocupacional, la cual busca mantener el bienestar físico y mental de los trabajadores, al ser atendidos por un equipo de profesionales de la salud.

El mantener un ambiente laboral, agradable y en condiciones aptas para el trabajo tanto administrativo como operativo, es vital para la industria, debido a que en ellos se presentan un conjunto de condiciones que influyen para la salud y calidad de vida de los trabajadores. En tal sentido, tanto la organización como los trabajadores, deben velar porque se mantenga en condiciones adecuadas para el trabajo.

La seguridad debe verse como un sistema de gestión, donde interactúen patrono trabajador, para asegurar que se lleven a cabo tareas de manera efectiva y se logre el objetivo de evitar riesgos en los lugares de trabajo, por ello, tanto los directivos o gerentes como los trabajadores deben evaluar el medio laboral para prevenir situaciones que puedan afectar la calidad de vida y la salud ocupacional.

Es por ello, que los centros de salud en la industria petroquímica, juegan un papel importante para la organización y el trabajador, ya que en ellos, se desarrollan programas de salud, que conllevan al trabajador a cuidar de su salud, lo que disminuye o en lo posible erradica el estrés laboral, planificando, ejecutando, evaluando las actividades de medicina preventiva, del trabajo, higiene y seguridad industrial, para mejorar cada día la salud individual y colectiva de los trabajadores.



Los centros de salud en conjunto con las gerencias de la industria, pueden mantener controlado diversas causas del estrés en la industria petroquímica, analizando tareas asignadas a los trabajadores, evaluando su carga de trabajo y estructura o tamaño organizativo, la complejidad de las funciones, tipo de jornada, entre otras, para buscar acciones pertinentes a cada caso y prevenir el estrés laboral.

Los trabajadores, al tomar conciencia que ellos igualmente deben formar parte para cuidar su salud, se verán motivados a participar en los programas de salud organizados por los centros de salud y así lograr mantener su bienestar físico y mental, y podrán laborar con mayor tranquilidad al mantener un equilibrio en su calidad de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez F. (2011). **Salud Ocupacional**. Editorial ECOE Ediciones.

Betancur F. (2001). **Salud Ocupacional: Un Enfoque Humanista – Cómo Gerenciar la Salud y la Seguridad Mediante el Estímulo del Autocuidado y la Autogestión**. Editorial Mc Graw Hill.

Fernandez B., Montes J. y Vázquez J. (2005). **Cómo crear un entorno de trabajo seguro – Organización y Gestión Económica de la Salud Laboral**. Gobierno del Principado de Asturias – Consejería de Industria y Empleo.

Gil-Monte P. (2012) **Riesgos Psicosociales en el Trabajo y Salud Ocupacional** (Rev Peru Med Exp Salud Publica. 2012; 29(2):237-41)

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOCYMAT). La reforma de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (Nueva Ley) (Gaceta Oficial N° 38.236 del 26 de julio de 2005).



LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO PÉRDIDA SUBYACENTE EN LOS EMPLEADOS DEL SECTOR QUÍMICO VENEZOLANO

Darwin Villamizar
PEQUIVEN
villacosta@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito analizar la gestión del conocimiento como pérdida subyacente en los empleados del sector químico venezolano, metodológicamente se enmarca en una investigación descriptiva documental y de diseño bibliográfico, bajo la fundamentación teórica a partir de los aportes de los siguientes autores: Beazley, Boenisch y Harden (2003), Barnes (2002), Ríos (2007), Riesco (2006), Valhondo (2010) en la que se realiza una exploración teórica sobre los aspectos relacionados con el conocimiento tácito, donde el hombre poseedor de información y que procesada en su mente, puede ser convertida en conocimiento explícito, y que de no ser compartida está puede verse perdida por las organizaciones, este conocimiento según lo recomendado por los autores debe ser gestionada oportunamente por su valor esencial. En conclusión, las organizaciones en el momento en que se establezcan políticas claras y de motivación para el personal para documentar sus conocimientos en los manuales u otros medios permiten que el personal comparta su experiencia con el resto de los empleados logrando de esta forma un principio activo para una organización moderna.

Palabras clave: gestión del conocimiento, conocimiento tácito, conocimiento explícito.

INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI, el conocimiento dentro de las organizaciones a nivel mundial se ha convertido en un activo de gran valor e importancia, hoy en día, el compartir la información que posee cada empleado permite trascender de un lugar a otro, llevando a la organización al crecimiento constante, sin embargo, el no compartir la información entre los empleados, tiende a perder información relevante para el desarrollo y fortalecer empresarial.

A tal efecto Drucker (1993, p. 8), expresa: “el activo más valioso de las instituciones del siglo XXI, trátase o no de empresas productivas, estará representado en los trabajadores del conocimiento y su productividad”, por otra parte los autores Beazley, Boenisch y Harden (2003), indican que en estos tiempos, donde la información es considerada un activo clave para las empresas, a pesar de ser intangible. Tal es el caso, del capital intelectual y el capital humano, cuyos conocimientos forman parte de los activos que componen a una organización.

Afirmación que comparten García y Bória (2006), el capital intelectual puede ser percibido como un activo intangible dentro de las organizaciones, a pesar que no forma parte de los estados financieros o contables de la empresa, aunque en la actualidad generan un valor o un valor potencial, por ser la suma de los conocimientos que reúne la compañía, por toda la experiencia que sus trabajadores han obtenido y que son reflejados en los procesos, descubrimientos, innovaciones, que han permitido el crecimiento organizacional.



Primeramente, el empleado ha adquirido una serie de datos a través de su experiencia laboral u obtenida por diversos medios, el cual al ser procesada por la mente la transforma en información, como lo expresa Barnes, y que al ser compartida con otras personas, se convierte en conocimiento, esto sucede a diario en cualquier ámbito en el cuál el hombre se encuentre. El saber cómo transmitir el conocimiento es valioso para poder expresar una idea de forma clara y precisa.

La información al no ser compartida deja de ser un conocimiento para la organización, esto, está sucediendo en la industria química venezolana, donde se ha perdido información por no contar con una gestión del conocimiento establecida, donde la experiencia de una labor no es compartida formalmente a otro trabajador, aun estando laborando a su lado, o cuando es transferido a otro puesto de trabajo, esto mismo ocurre cuando un empleado se jubila, para lo cual no existe una política de transferencia del saber, es decir, del dominio de una tarea.

En este artículo, se dará mayor énfasis a la pérdida subyacente de información por parte de los jubilados, porque es en ellos, que yace el conocimiento organizacional debido al tiempo que han pasado en ella, y que debe ser aprovechada por la organización como principal activo para una sociedad moderna.

CONOCIMIENTO

El conocimiento desde el punto de vista epistemológico expresado por Barragán “es, por tanto, obra de la experiencia del hombre, de la forma como se relaciona con las cosas y de la manera como se interrelaciona con los demás hombres”, cita de Ríos (2007, p. 23).

En este sentido, Barnes (2002, p. 98), señala que “el conocimiento es un activo de la organización renovable, reutilizable y acumulable, cuyo valor aumenta con la experiencia de los empleados y la vida organizativa”. Continúa el autor, “El conocimiento es intangible, ilimitado y dinámico y si no se utiliza en un momento y lugar específicos carece de valor, por ello, la información se convierte en conocimiento una vez que se ha procesado en la mente de un individuo”. Este conocimiento se vuelve a convertir en información cuando se articula o comunica a los demás por medio de un texto escrito, en formato electrónico, de forma oral o por otros medios.

Valhondo (2010), cita el trabajo realizado por Michael Polanyi (1891-1976), quien expresa:

“Una de las principales aportaciones de Polanyi a la teoría del conocimiento es que en cada actividad hay dos niveles o dimensiones del conocimiento: Conocimiento sobre el objeto o fenómeno que observamos – conocimiento focal -; y conocimiento utilizado como instrumento o herramienta para manejar o mejorar la interpretación de lo observado – conocimiento tácito -. Estas dimensiones del focal y tácito se comparten.” (p. 30).

En tal sentido, el conocimiento es la expresión del ser humano, sobre la información que este ha adquirido por medio de la observación y que puede ser considerado como un activo intangible, aun cuando puede ser compartido a otras personas por diversos medios, pasando del conocimiento tácito al conocimiento explícito, dando un valor a la organización o a la sociedad en general.



CONOCIMIENTO TÁCITO Y CONOCIMIENTO EXPLÍCITO

El conocimiento es un aspecto fundamental para las organizaciones, siendo este parte del capital intelectual y que se expresa en dos principales fuentes de información como son el conocimiento tácito y el conocimiento explícito.

Según lo expresado por Barnes (2002, p. 19), “el conocimiento tácito se refiere a la información que se transforma en conocimiento una vez procesada en la mente de un individuo”, continua el autor (2002, p. 98), señalando que “el conocimiento explícito se puede expresar con palabras y números y se puede intercambiar en forma de datos, fórmulas científicas, especificaciones, manuales y similares”.

Por ello se hace necesario, comprender como ocurre este proceso dentro de las organizaciones, de manera de convertir en explícito toda la información que debe ser compartida con los trabajadores, utilizando diferentes medios de comunicación activa, siendo de persona a persona o a través de textos, formatos electrónicos, u otras fuentes de información, que permitan transferir datos obtenidos por experiencias.

Por su parte, Nonaka y Takeuchi citados por Riesco (2006) señalan cuatro formas de conversión del conocimiento en la figura N° 1.

Figura N° 1 Cuatro formas de conversión del conocimiento



Fuente: adaptación de Nonaka y Takeuchi (1995)

A este respecto, los autores señalan que existen cuatro formas de conversión del conocimiento tácito es adquirido a través de la socialización “cara a cara”, al compartir las experiencias y modelos mentales, la observación, imitación y la práctica en cambio, la externalización es el proceso de creación del conocimiento organizacional por experiencia, al convertir el conocimiento tácito en conceptos explícitos o comprensibles para la organización.

Por otra parte, la combinación es la creación de un nuevo conocimiento a partir del ya existente, este se da al compartir documentos, redes informáticas, entre otros, donde la información pueden ser combinada, recortada, o añadiendo experiencias al conocimiento explícito, por último, la internalización ocurre, cuando se logra el enriquecimiento del conocimiento tácito de la persona a partir del conocimiento explícito de la organización, es



evidenciado, cuando la persona asimila e interioriza las experiencias y conocimientos que otros miembros de la organización han formalizado anteriormente.

Por esta razón, las organizaciones deben crear políticas internas para el desarrollo de fuentes de información, donde los trabajadores de mayor experiencia, puedan convertir sus conocimientos tácitos en explícitos y ser compartidos con sus compañeros de trabajo, para transferir sus experiencias, haciendo del conocimiento un capital intelectual para la organización.

A este respecto, el conocimiento en las organizaciones debe ser almacenada en procedimientos, manuales de instrucciones, medios electrónicos o físicos, centros de formación interna de la empresa, donde cada uno de los empleados puedan obtener datos relacionados a su jornada de laboral, para renovar y reutilizar la información para el beneficio propio del empleado y por ende de la organización.

De ahí que palomo (2008), señala que las organizaciones deben hacer una base del conocimiento, a fin de evitar la pérdida de la experiencia, lo que supone un despilfarro de recursos, es por ello, que los líderes al hacer esfuerzos en la inversión de la creación de una base de conocimiento y de su correcto mantenimiento, evitarían la fuga o pérdida de lo aprendido por sus empleados durante los años de servicios dentro de la organización.

Adicionalmente, indica el autor, que la generación interna de conocimiento deberá ser capaz de ofrecer y sistematizar las ideas y experiencias alcanzadas a través de las actividades profesionales, constituyendo una base profesional básica para el almacenamiento de la información de manera formal y organizada, logrando así, el convertir el conocimiento tácito en explícito de generación en generación, concibiendo las mejoras que puedan ocurrir en el transcurso del tiempo y el aporte que cada nueva persona pueda hacer al conocimiento base, agregando un valor adicional a la organización.

Pérdida del conocimiento en las organizaciones

Las organizaciones en el sector químico venezolano, han venido perdiendo parte de su personal al cumplir su ciclo natural de jubilación, lo que pudiera estar generando que el conocimiento se esté dejando de aprovechar como un valor vital para dar continuidad organizacional y al crecimiento del desarrollo de ese activo intangible que hoy en día forma parte del capital intelectual.

Sí pues, Beazley, Boenisch y Harden (2003), establecen que la pérdida del conocimiento en los empleados, se da cuando salen de las organizaciones, lo cual, implica una amenaza contra la productividad y la prosperidad, aun cuando la pérdida se haya producido por traslados, jubilaciones, liquidaciones, agotando las bases del conocimiento en la era de la información.

Por otra parte, indican los autores Beazley, Boenisch y Harden (2003, p.18) que “el cambio hacia el trabajo del conocimiento ha incrementado visiblemente el valor del conocimiento para una organización”. El conocimiento es ahora el factor principal de la producción y un activo de capital que debe conservarse cuidadosamente e invertirse con prudencia.

En tal sentido, una de las políticas que las organizaciones deben considerar es el desarrollar a sus empleados como futuros facilitadores para brindar la información que han adquirido a



través de los años dentro de la organización, a fin de utilizar el valor del conocimiento como un activo, cuya experiencia es vista como parte del poder económico empresarial. es por ello, que el potenciar la motivación a los empleados para compartir sus conocimientos, a través de medios electrónicos o físicos que sirvan al resto de los empleados.

Estas políticas deben considerar un plan de jubilación el cual incluya, el desarrollo del conocimiento de manera que antes de jubilar a un empleado, este haya dejado por escrito sus conocimientos para ser compartido por este antes y luego de su jubilación. por otro lado, como el conocimiento es renovable por los cambios organizacionales, este debe ser actualizado por la organización en la medida que se planifique un cambio de proceso, siendo los mismos trabajadores quienes responsablemente puedan actualizar la información suministrada por sus compañeros.

En síntesis, el proceso de renovar el conocimiento, se puede considerar un cíclico, debido a que su mantenimiento debe ser constante en el tiempo y desarrollado por nuevos conocimientos externos a la organización o por aquellos creados por innovaciones intrínsecas a la organización.

Gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento para Barnes (2002, p. 99), “la idea está relacionada con la captación y el uso del conocimiento de los individuos para que esté disponible como un recurso organizativo independiente”.

Continúa el autor indicando que, de no compartir el conocimiento, este pierde valor para la organización. Tener la habilidad para integrar y aplicar los conocimientos especializados entre los miembros de la organización, es vital para que se mantenga el desarrollo constante y pueda tener ventajas competitivas frente al mercado que la rodea.

Puesto que, el conocimiento especializado es en las organizaciones, el obtenido a través de la experiencia de un área o tema en particular, es por ello, su valor, debido a que muy pocas organizaciones pueden contar con personal capacitado capaz de crear un conocimiento profundo para transformar a la organización en una potencia.

El investigador infiere, que en el ámbito laboral de la industria química venezolana, por estar en constante crecimiento, sus trabajadores pueden tender a optar por solicitar una pronta jubilación, bien sea por haber comenzado en la organización a temprana edad, o por tener sus propios intereses o metas personales, en este sentido, los líderes deben prestar atención a la dinámica organizacional, de manera de aprovechar los conocimientos de su personal y brindarles la posibilidad de transferir sus experiencias antes de su jubilación.

A este respecto, los autores Beazley, Boenisch y Harden (2003, p. 21), señalan que “la tendencia general hacia la jubilación prematura implica que algunos de los pertenecientes a la generación siguiente podrán optar por jubilarse prematuramente también, agravando así el efecto de esas jubilaciones”.

Es por ello, que la gestión del conocimiento en los líderes de las organizaciones de hoy en día, es fundamental, a fin de evitar en lo posible que exista una tendencia a la pérdida del conocimiento organizacional, perjudicando el futuro de la siguiente generación de personal,

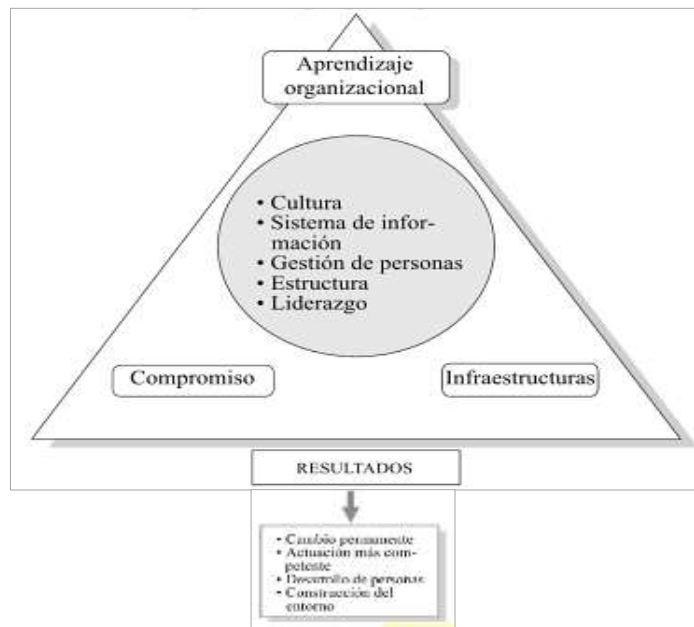


quienes por afinidad y compromiso con su labor deben aprender a desarrollar sus actividades de manera empírica, en efecto, se crea la importancia de buscar una estrategia que desarrolle y conduzca a los líderes a crear una base de conocimiento que sirva de modelo a la organización, para de esta manera dar paso al éxito en la organización.

Luego de una serie de reflexiones, Riesco (2006) propone un modelo de gestión del conocimiento, elaborado por KPMG consulting (Tejedor y Aguirre, 1998), el cual se basa en un enfoque sistémico – organizacional, este modelo de aprendizaje organizacional, relaciona a la estructura organizativa, liderazgo, gestión de personas, estrategias, sistema de información.

Como se apreció en la figura n° 2, existe una triangulación entre el aprendizaje organizacional, el compromiso que se debe tener con el compartir el conocimiento y la infraestructura que facilita el funcionamiento de la empresa y que sirve de apoyo al aprendizaje entre los trabajadores.

Figura N° 2 Modelo de Gestión del Conocimiento de KPMG



Fuente: Tejedor y Aguirre (1998)

Explica además Tejedor y Aguirre (1998), citados por Riesco (2006) que el factor de aprendizaje conlleva a:

- a) Crear un compromiso en los líderes frente a toda la organización para dar un aprendizaje continuo.
- b) Mantener un comportamiento y mecanismos de aprendizaje en todos los niveles:
 - Personal proactivo, con responsabilidad ante el futuro.



- Crear modelos mentales con habilidad para cuestionar sus puestos de trabajos.
 - Generar una visión sistémica para captar el conocimiento exterior.
 - Capacitar al trabajo en equipo y compartir la visión organizacional.
 - Generar una base o memoria organizacional, para capacitar al personal sobre la experiencia de personal de mayor tiempo en la organización.
- c) Desarrollar una infraestructura que facilite el funcionamiento de la empresa y el aprendizaje en su personal propiciando el trabajo en equipo, cuyos resultados sean: evolución permanente, mejora de la calidad en los resultados del trabajo, integración en los sistemas, y desarrollo del personal para participar en futuras capacitaciones en la empresa, como legado de su experiencia laboral.

CONCLUSIONES

El conocimiento es información del hombre creada por la experiencia relacionada con la organización, el cual es un activo para las empresas y este puede ser renovable, reutilizable y acumulable.

El conocimiento es considerado tácito, debido a que es procesada por la mente del hombre y se convierte en explícita, una vez que la información es transmitida a otra persona, bien sea por medio físico, electrónico, oral, o escrito.

Las organizaciones tienden a perder el conocimiento de sus empleados debido a los traslados, las jubilaciones, las liquidaciones y las renunciaciones, al no contar con políticas que permitan obtener ese cúmulo de información para ser transferido al resto de los trabajadores antes de la jubilación del personal, como es el caso de esta investigación.

Es por ello que se debe manejar la gestión del conocimiento, para captar y hacer uso del conocimiento de los empleados y dar el valor que merece como activo importante para la organización, el cual se convertirá en una ventaja competitiva para la misma, al compartir las experiencias de los trabajadores de mayor jerarquía o tiempo en la organización.

Las organizaciones al establecer políticas claras y motivacionales para el personal al plasmar sus conocimientos en manuales u otros medios para ser utilizados por la organización, facilitan al personal el querer brindar sus conocimientos con el resto de los empleados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beazley H., Boenisch J. y Harden D. (2003), **La Continuidad del Conocimiento en las Empresas, Cómo Conservar el Conocimiento y la Productividad Cuando los Empleados se Van**. Grupo editorial Norma. <http://books.google.co.ve>.
- Barnes S. (2002), **Sistemas de Gestión del Conocimiento, Teoría y Práctica**. Editorial Thomson.
- Palomo M. (2008), **El perfil Competencial del Puesto de Director/a de Marketing en Organizaciones de la Comunidad de Madrid**. ESIC Editorial. Madrid.



Riesco M. (2006), **El Negocio es el Conocimiento**. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid España.

Rios J. (2007), **Epistemología Fundamentos Generales**. Ediciones USTA. Univesidad Santo Tomás. Santa fe de Bogotá.

Valhondo (2010) **Gestión del Conocimiento del Mito a la Realidad**. Ediciones Díaz de Santo, S.A. Madrid España.



LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LOS ACTORES URBANOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA CIUDAD

Anaydée Morales

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
amoralesurdaneta@gmail.com

RESUMEN

Conocer los roles que juegan los actores urbanos así como su naturaleza y clasificación son el punto de partida de esta ponencia cuyo objetivo central está en, su participación en el hacer ciudad. Quiénes son esos actores, cómo los clasifican los autores, así como también, cómo se comportan y cómo se relacionan unos con otros. Cuáles son sus motivaciones y cuál es el conocimiento que deben poseer para participar activamente en el proceso de transformación urbano. Aunque es un tema de actualidad, ya que mucho han escrito los autores respecto a ese tema, no resulta en la práctica tan fácil, lograr que participen con igual compromiso. Convertir a muchos de ellos en aliados será la meta a alcanzar y evitar a todo evento que se conviertan en opositores al proceso de desarrollo urbano. Basándose en la experiencia del quehacer urbano se puede inferir como debe ser esta participación y que conocimientos deben poseer y para ser más específicos a través de los aportes de dos autores, Melé (2006), y Gregorio (2011), quienes en el estudio de la praxis urbana determinan que si bien se requieren conocimientos en función del rol a desempeñar, también existen actores cuya única formación es el saber vivir en una ciudad, así como cuales son los deberes que como ciudadano no solo deben conocer también aplicar.

Palabras clave: Actores Urbanos, Empresarios, Promotores Urbanos.

INTRODUCCIÓN

Considerar la ciudad como un ente vivo es común, entre aquellos que escriben sobre ella, lo es más al analizar quiénes participan en su creación. Son seres humanos, por ende vivos, que decidieron tomar ese conglomerado urbano como el espacio para su vida y la de sus familias. Al hacerlo se convierten en actores que al igual que en una obra teatral tienen diversos papeles que representar, pero a diferencia de una obra teatral aquí los actores deciden cuál papel van a desempeñar en esta obra llamada ciudad. El investigador observa cómo numerosos autores definen los diferentes tipos de actores urbanos, y que también es necesario definir, qué es ciudad, porque de su definición al tratarse de una aglomeración de personas, aparece el término actor urbano.

Luego de analizar los diferentes actores y sus funciones para la ciudad se analizan diversas formas para estudiarlos y conocer sus roles tomando en cuenta que no todos los actores van a estar a favor (aliados), ya que también aparecen algunos que serán considerados en contra (opositores). Asimismo se busca definir la gestión que debe hacerse del conocimiento que los actores urbanos deben poseer ya que en la mayoría de las ocasiones todo el que vive en una ciudad cree firmemente que sabe lo que es una ciudad y cómo debe organizarse la vida en ella. El investigador infiere que mucho del conocimiento será el que posea cada habitante y que quiera ponerlo si lo tiene, a la disposición de los demás. Lo más normal es que lo dispongan según el nivel de compromiso que asuman para llegar a alcanzar ese sueño.



También existen muchos actores con escasos conocimientos en materia urbana o en la ejecución de determinados proyectos, y otros que por falta de educación formal se convierten en duros escollos en el camino, sin embargo, aunque escollos no pueden dejarse de considerar para lograr también su satisfacción entre la de todos. Sí queda claro que son los actores urbanos los que gestionan la ciudad y que sin ellos no hay transformación posible. Con ellos a veces se presentan obstáculos fuertes, que adoptan el rol de impedir el avance, pero con todo y eso ni se pueden excluir ni se pueden ignorar.

LOS ACTORES

Ser un actor urbano es un rol que todos los que vivimos en una ciudad tenemos, ya que más de la mitad de la población mundial habita en un asentamiento urbano. Entendemos por ciudad un asentamiento urbano, con un determinado número de población donde se desarrollan diversas actividades económicas. Para que una ciudad sea considerada como tal debe tener una alta densidad, (número de habitantes por km²) y sus integrantes deben realizar actividades industriales, comerciales y de servicios, según Gregorio (2011).

A diferencia de los espacios rurales en la ciudad hay pocos o muchos sectores (como plazas y parques) en donde encontrarse con la naturaleza, pues la ciudad es el paso de lo natural a lo convencional, y una exposición gigante del progreso. En estas ciudades son personas, hombres y mujeres quienes realizan las diversas actividades industriales, comerciales y de servicios. Alguien conduce el desarrollo de la ciudad dependiendo del sistema político, liderado por un alcalde, quien gobierna de acuerdo a unas normas que se establecen en el ámbito local y según las leyes del país donde se ubique la ciudad.

Son muchas las definiciones de ciudad, cada una analizada considerando el contexto histórico cultural en el que fue expresada, Sin embargo todas ellas coinciden en que la ciudad se forma por una aglomeración de personas y son estas personas en sus distintas funciones, los actores urbanos. Así encontramos a: Coulanges (1998), quien relacionaba religión y política en el modelo de estado Griego-Romano, su objetivo era el análisis de las ciudades-estados. Según el autor la organización familiar explicaba el desarrollo de dichas aglomeraciones, como vemos, introduce la unidad familiar como la esencia de la ciudad.

Por otro lado, Weber (1964), propone que la ciudad es un aglomerado urbano originado como consecuencia de los intercambios de productos comerciales. Quienes realizan dichos intercambios son personas que habitan en la ciudad y ejercen la función de comerciantes. Asimismo, Homobono (2002), dice que la ciudad medieval, es un lugar de vida cultural rica y variada; es decir, es el espacio para la cultura. También dice que la ciudad Barroca, de trazados rectos que llevaban al centro del poder, al palacio o a la iglesia, era una forma urbana condenable pues sería la precursora de la metrópolis moderna, considerada por el autor como destructora de la relaciones humanas, es decir entre personas.

González (2000), ha estudiado a fondo al hombre que vive en las ciudades modernas y destaca la vida de ese hombre por mantener singularidad delante del exceso de informaciones y de padronización del comportamiento impuesto por el sistema, llamado por él de intensificación de la estimulación nerviosa. Los hombres son reducidos a estadísticas y diferenciados por las condiciones económicas, siendo complejos, con las relaciones personales



problemáticas. La ciudad es un hecho cultural, un caldero de impresiones, de sentimientos, de deseos y de frustraciones.

También, Gregorio (2011), ofrece definiciones actuales, que dan a la ciudad como producto social, resultado de las acciones de factores sociales que producen y consumen el espacio a lo largo del tiempo. Los actores sociales son: El Estado, Las Empresas, Los Movimientos Sociales, etc. ¿Quiénes son entonces esos que tienen tal importancia en la ciudad? Melé (2006), refiriéndose a Alain Bourding, Doctor en Sociología y en Letras y Ciencias Humanas quien dirigió el Instituto de Urbanismo de Francia, además de desarrollar una extensa labor como docente e investigador en distintas universidades de su país ha estudiado la ciudad desde el punto de vista sociológico.

Melé (2006), señala que Bourding aplica su mirada sociológica y urbanística sobre las ciudades desde un ángulo nada sencillo pero, apasionante. Su especialidad son los actores y las organizaciones sociales que dan vida a las ciudades. Cómo se relacionan entre sí. “como hacen las ciudades”. Son los actores urbanos quienes gestionan la ciudad. Actualmente es posible distinguir tres actores centrales en los procesos de planificación urbana en la mayoría de las ciudades: El estado, la sociedad civil y el sector privado. Si se analiza el rol del estado, es necesario distinguir el rol de este actor según sus diferentes niveles de actuación: Estado Nacional, Estado Provincial o Regional Y Estado Municipal los cuales varían de acuerdo a la dinámica político-institucional de cada país.

El Estado Nacional: Este actor perdió a partir de los 70, su poder como ordenador y administrador del crecimiento de las ciudades, para delegarlo en los estados provinciales y municipales, sin embargo aun detenta un poder relevante en la mayoría de los países porque se encarga de la administración de los presupuestos dirigidos a programas de vivienda e infraestructura social y vial y especialmente del marco jurídico que regula el crecimiento urbano.

El Estado Provincial o Regional: quien desempeñaba un papel pasivo de ejecutor de acciones según las directrices que marcaban actores e mayor rango y con los recursos financieros delegados por ellos, a tener un rol activo en las decisiones sobre el crecimiento de la ciudad, en la priorización y ejecución de programas y recursos financieros e incluso en el marco legal que acompaña el desarrollo urbano. En este sentido se desarrollan en el mundo interesantes procesos de competencia entre municipios para atraer inversiones en territorios locales para el crecimiento de la ciudad.

Por otro lado se encuentra la Sociedad Civil: existe un gran espectro de organizaciones que pueden ser incluidas dentro de la sociedad civil. Al hablar de los procesos de planificación urbana, aparecen dos tipos de organizaciones de la sociedad civil que deben ser enfatizadas: organizaciones de base y asociaciones de profesionales y/o empresarios. Las “organizaciones de base” también llamadas “organizaciones comunitarias” están formadas por mujeres y hombres que trabajan colectivamente en base a objetivos y necesidades comunes relacionadas con su territorio, ya sea este su localidad o barrio.

En algunos casos, la vida de estas instituciones es de corta duración, ya que dejan de existir una vez que sus necesidades han sido satisfechas. Sin embargo, “constituyen verdaderas escuelas de liderazgo social que nutren otras iniciativas. En general, conjugan los fines instrumentales, atendiendo la sobrevivencia cotidiana de sus miembros, con objetivos



estratégicos, para el fortalecimiento de las capacidades de la organización comunitaria” tal y como señala el autor.

Las asociaciones de profesionales y/o empresariales (también llamadas asociaciones de afinidad), reúnen personas con similares atributos, por ejemplo a los ingenieros de un lugar determinado o a los empresarios de una región. Su objetivo principal es la defensa de los intereses de sus asociados. Se financian a partir de las cuotas que los mismos pagan regularmente y que los habilitan como asociados, además de poseer atributos que definen a cada organización. Estas asociaciones pueden adquirir un gran poder de decisión en cuestiones relacionadas a la planificación urbana, tal como sucede en diferentes países, un ejemplo de ello es Inglaterra. Por otro lado, detentan poder por su capital económico, social y de conocimiento.

El análisis de los actores: Según Pascual i Esteve (1999), siendo el principal objetivo de la formulación de un plan estratégico, dotar de un marco de referencia común a los actores urbanos y coordinar sus estrategias para avanzar en la realización de los proyectos y programas claves para el futuro de la ciudad, sin embargo son pocos los planes urbanos que incorporan un análisis de las estrategias de los principales actores. Esto demuestra que aunque importantes son poco considerados.

Analizar los actores tiene dos fines muy importantes. El primero de ellos, identificar cuáles son los principales actores en una ciudad, y por tanto las personas o entidades o empresas que deben tenerse en cuenta para elaborar una estrategia de ciudad; en este sentido debe de tenerse en cuenta que el principal actor en un sector no tiene que coincidir con el representante institucional del sector, e incluso puede no sentirse representado por dicha persona. El segundo de ellos, analizar los actores debe proporcionar los criterios de actuación, y los proyectos que consideran más importantes cada uno de ellos, así como la comprensión de las complementariedades y principales contradicciones entre ellos.

El objetivo del análisis es encontrar una estrategia urbana global, que cuente con un amplio acuerdo entre los agentes que tienen capacidad y legitimidad para gestionar un cambio urbano. No es posible en este trabajo mostrar los diferentes procedimientos a utilizar para identificar los actores más importantes, ya que esto se deriva de las características e idiosincrasia propia de cada ciudad, pero al concluir el análisis cualitativo, el equipo del plan estratégico los deberá tener claramente identificados.

Los actores urbanos, según el autor, son aquellas organizaciones empresariales, sociales, institucionales etc., que por sí mismas o por su capacidad de influencia pueden generar impacto en la estructura urbana. Se pueden distinguir diferentes tipos de actores en función de los factores a través de los cuales ejercen su influencia en la ciudad,

- Actores económicos, cuya capacidad de transformación depende del volumen de recursos económicos que gestionan o pueden invertir en la ciudad.
- Actores institucionales, cuyo poder de influencia se basa en una amplia representatividad de una institución o entidad y en una consolidada legitimidad social.



- Líderes sociales y morales, con capacidad de movilizar a amplios sectores de la opinión pública y de dinamizar la participación ciudadana y vecinal.
- Líderes intelectuales de reconocido prestigio cuyas opiniones puedan generar una amplia resonancia, y en especial generar consenso ante determinados temas considerados clave para la ciudad.

Luego de identificados los actores se necesita conocer las finalidades de su acción urbana, para ello es de mucha utilidad un modelo que permita para analizar los actores urbanos inspirado en el que elaboró Touraine (2009), para el estudio de los movimientos sociales.

El modelo tiene el siguiente esquema:

Actores	Objetivos identificadores	Tipología de asociados	Principales temas y proyectos urbanos	Principales aliados en temas urbanos	Principales opositores en temas urbanos
Actor 1					
Actor 2					

Los actores son instituciones, entidades o empresas, es decir, agentes urbanos organizados. Podría suceder que un agente urbano con gran capacidad de influencia sea una persona física, pero no es lo habitual en las ciudades. Los objetivos identificadores de la institución o entidad son aquellos que constituyen su razón de ser y le diferencian del conjunto de actores de la ciudad. La tipología de asociados constituye la procedencia empresarial, social, profesional, etc. de los miembros de la entidad y en la que debe resaltarse si existen algunas de sus características más identificadoras.

Se resaltan los temas y proyectos urbanos que el actor considera más importantes para desarrollar en la ciudad, así como las razones que justifican su interés económico, social, cultural o medioambiental. Los aliados son otros actores urbanos que también están interesados en el desarrollo de los mismos temas o proyectos, aunque para estos últimos dichos proyectos no son una prioridad. Los opositores son los actores que muestran cualquier tipo de resistencia para el desarrollo de algunos de los proyectos mencionados.

Resulta vital profundizar en los motivos de dicha resistencia para poder posteriormente encontrar alguna vía de solución a estas contradicciones urbanas en el caso de que los proyectos del actor sean considerados estratégicos. En el estudio de temas y proyectos de carácter estratégico y que no exista una opinión unánime acerca de los mismos, resulta útil el elaborar una matriz de actores para poner en forma clara los objetivos que se persiguen y pueda encontrarse un punto de encuentro.

Se puede observar que lo de menor importancia es la clasificación de los actores, más sin embargo los autores coinciden que es en ellos en quien reposa la responsabilidad de hacer ciudad. Pueden, ser instituciones, entidades o empresas e incluso personas aisladas, cuyo valor está en aquello que son capaces de aportar para el desarrollo de la ciudad en la que todos tienen interés. Se puede observar por tanto la importancia de la participación de ellos en la evolución o en la involución de una ciudad.



Los conocimientos que poseen los mencionados actores van en proporción directa a su aporte para la ejecución de los planes y proyectos necesarios para alcanzar esa ciudad que han soñado y por la que quieren esforzarse. Es decir, si soy un vecino, debo saber vivir en comunidad, conocer las normas, ordenanzas, que regulan la vida ciudadana. Si soy un empresario, además de tener conocimientos gerenciales también participarán en la elaboración de muchos de los proyectos necesarios; si soy actor social los conocimientos le darán aptitud para el liderazgo, siendo estos conocimientos a veces condiciones innatas y en otras provenientes de la experiencia en las luchas sociales que haya emprendido.

Si soy gobernante, además de conocimientos políticos, jurídicos relacionados con el cargo y en muchos casos para dirigir a un grupo tan grande como la población de una ciudad, se requiere también astucia e intuición. Si soy institución además de conocimientos técnicos relacionados con el objeto de la institución, se requieren ciertas cualidades que le conviertan en un servidor público, dispuesto a servir a todos sin exclusión.

COMENTARIOS FINALES

No hay transformación, urbana si no hay actores. Del tipo de actores existentes, de su calidad en los aportes, técnicos, humanos y financieros, de su compromiso y valores, dependerá que se produzca la transformación de la ciudad. Esta será adecuada para generar el bienestar que buscan los habitantes de ella, si las actuaciones de los actores son integradoras y son aquellas consideradas buenas, (aquellas que producen resultados satisfactorios según los objetivos planteados en los planes y proyectos) o bien será inadecuada si los actores no están integrados y comprometidos en alcanzar la visión que tengan de la ciudad o los objetivos que se plantearon.

¿Cómo debe ser la participación de los actores?, pues cada quien según su compromiso con la ciudad; sin embargo no existen recetas en este particular, ya que salvo aquellas acciones reguladas en las leyes, la mayoría no son de obligatorio cumplimiento quedando así el resultado esperado dependiente de la voluntad en participar y la motivación que se genere en ellos. Algunos tomarán decisiones, otros ejecutarán acciones, otros sólo disfrutarán de los logros que se alcancen.

Todos los actores coinciden en que son determinantes en el desarrollo urbano. Cuando en una ciudad un grupo de actores decide invadir un terreno en forma arbitraria, sus conocimientos no son suficientes para generar la ciudad que se pretende alcanzar, porque no les corresponde el rol de decidir en qué zonas de la ciudad se puede construir. Seguramente serán zonas sin servicios públicos cercanos, porque resulta más fácil invadir un área poco vigilada por despoblada que una zona poblada que cuenta con todos los servicios y donde la propiedad privada es más cuidada por sus propietarios. La ciudad resultante será difícil de consolidar y comenzará un proceso largo para alcanzar su superación, para convertirse en un lugar vivible.

Para algunos de ellos la ciudad puede convertirse en el lugar del qué vivir, es decir obtener de ella ganancias como resultado de sus inversiones patrimoniales. Estos actores son unidades económicas, (empresarios individuales, empresas, conglomerados de empresas) que realizan actividades dentro del mercado. Se han identificado algunas condiciones desde las cuales los actores construyen sus comportamientos frente a la ciudad. Sin embargo no es suficiente para explicar sus comportamientos, salvo en una perspectiva muy general y abstracta. Esto es así



porque para que los actores se vinculen con la ciudad es preciso que la perciban como un objeto de sus comportamientos. Coincidiendo en esto con la opinión de Pires (2007).

En todo este proceso muchos de los actores se convertirán en promotores del cambio en la ciudad pudiendo estos ser gobernantes o no. Promotor puede ser cualquiera que crea en lo que debe hacerse, que tenga el conocimiento y que tenga la voluntad de enfrentar los múltiples obstáculos que surgirán, inevitablemente y con la perseverancia y tesón necesarios para ello. Lo que queda claro para los que viven en una ciudad que su acción generara consecuencias favorables o desfavorables para sí mismo y para los demás habitantes de ella.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Coulanges, F (1998), **La Ciudad Antigua**. Editorial Porrúa, Colección “sepan cuantos” 11ª edición, México, D.F.
- González, J (2000), Max Weber y George Simmel: **¿Dos teorías Sociológicas de la Modernidad?** Artículo Arbitrado publicado en Reis, Revista Española sobre Investigaciones Sociológicas No. 89.
- Gregório de Andrade, R (2011). **Introducción al Estudio de Geografía Urbana. Conceptos y Categorías: ciudad y urbano**. Publicación de la Universidad del Perú.
- Homobono, J (2002). **La ciudad y su cultura, en la obra de Lewis Mumford**. Publicación de la Universidad del País Vasco.
- Melé, P (2006), **La Producción del Patrimonio Urbano**. Publicaciones de la casa Chata. México.
- Pascual i Esteve, J (1999), **La estrategia de las ciudades**. Los Planes Estratégicos como instrumento: métodos, técnicas y buenas prácticas. Junio 1999. Publicado por la Diputación Provincial de Barcelona. España
- Pires do Río Caldeira, T (2007), Editorial Gedisa, Barcelona. España.
- Ramos, R (2014), **La ciudad en la historia: comparación, análisis y narración en la sociología histórica de Max Weber**. Universidad Complutense de Madrid. España.
- Gregório de Andrade, R (2011). **Introducción al Estudio de Geografía Urbana**. Conceptos y Categorías: ciudad y urbano. Publicación de la Universidad del Perú.
- Touraine, Alain (2009), **La Mirada Social**. Ediciones Paidós Ibérica. S.A. Barcelona. España.
- Weber, Max (1964), **Economía y Sociedad**. Fondo de Cultura Económica. México.



CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DE COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS EN EL SECTOR HOSPITALARIO

Julettvi Paz Pírela

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE

Japaz2@urbe.edu.ve

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar las características del perfil competencias estratégicas en el sector hospitalario. La investigación se sustentó en los preceptos y postulados teóricos de Alles (2005), Benitez (2007), Hay Group (2007), Mendoza (2008) entre otros autores. Metodológicamente se enmarca como una investigación de tipo explicativa, con un diseño de campo, no experimental, transeccional. La población estuvo conformada por 47 sujetos, entre directivos y empleados de recursos humanos. Para la recolección de la información, se utilizó la técnica de la observación mediante encuesta, siendo elaborado un cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual fue validado mediante el juicio de 10 expertos, realizándose una prueba piloto a 10 sujetos, a cuyos resultados se le aplicó el coeficiente Alpha de Crombach dando como resultado un índice de confiabilidad de 0,94. Para el análisis de los datos, se utilizó la estadística inferencial, la cual busca probar hipótesis y estimar parámetros. Concluyéndose que se presentan dificultades para identificar así como potenciar las competencias estratégicas en función de propiciar aprendizajes y crecimiento en el talento humano, por lo que es necesario brindar las condiciones para desarrollar las habilidades para impulsar el capital intelectual en las instituciones hospitalarias. Resaltando la necesidad de establecer el referido perfil como instrumento que permita orientar la gestión institucional como herramienta gerencial para promover el desarrollo personal, profesional así como organizacional además se requiere promover una cultura que permita fomentar las competencias estratégicas como elemento diferencial y generador de valor agregado constituyendo ventajas competitivas promoviendo la gestión de gente que permita promover la humanización en las relaciones laborales, la comunicación asertiva, el trabajo en equipo, igualmente garantizando la calidad en los servicios, específicamente en el sector hospitalario que requiere de profesionales integrales que se mantengan a la vanguardia de las demandas del entorno.

Palabras clave: Competencias estratégicas- Características- Sector Hospitalario.

INTRODUCCIÓN

En el escenario actual inmerso en la incertidumbre los cambios constantes, la globalización en la economía así como las transformaciones organizacionales hacen que sea necesario estimular al talento humano para desarrollar sus capacidades en virtud de las exigencias competitivas del mercado laboral, lo que implica que de acuerdo a las tendencias gerenciales se orienten hacia la gestión de gente, sirviendo como herramienta para promover específicamente en las instituciones hospitalarias una cultura además de una plataforma que fomente las competencias estratégicas a través de caracterizarlas mediante un perfil que las identifique además de definir las; implementando una estrategia que impulse comportamientos, actitudes, aptitudes cualidades y rasgos que represente ventajas competitivas así como valor agregado en las organizaciones.



COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS

El perfil de competencias estratégicas pudiera convertirse en una estructura que serviría de guía para establecer rasgos, características, cualidades, funciones y descripciones de cargos que permitiría el funcionamiento efectivo, la agilización de procesos y la promoción de la formación continua. En consecuencia, establecer redes de apoyo, gestión del conocimiento, aprendizajes colaborativos, todo ello traducido en ventajas competitivas para la organización la cual incrementaría la productividad, rentabilidad, calidad, motivación al logro, mejora continua de los trabajadores.

Resulta pertinente destacar que Palomo (2008), describe la necesidad de desarrollar competencias estratégicas mediante comportamientos observables así como habituales facilitando la generación de valor económico para la empresa, dichas competencias están orientadas al conocimiento del sector, a la organización, a la gestión, a la negociación de los recursos, al trato de los clientes y a todo lo que tenga repercusión directa con los beneficios económicos.

De acuerdo al argumento del autor, pudieran desprenderse los múltiples beneficios que aporta el establecimiento relacionado a un perfil de competencias estratégicas en la gestión organizacional, en los que se establecerían lineamientos que orientarán la acción gerencial haciéndola más eficaz y efectiva de igual manera garantizando la calidad en los servicios.

De allí que pudiera inferirse que en el sector hospitalario, parecieran presentarse deficiencias en cuanto a la gestión de competencias estratégicas por el personal directivo, debilidades en los programas de formación continua, dificultades e impedimentos en la toma de decisiones oportunas que estén orientadas al desarrollo de éstas capacidades y habilidades en el talento humano; como herramienta estratégica que permita potenciar la creatividad e innovación en el personal para brindar calidad en los servicios de salud.

Según esa perspectiva, las competencias estratégicas como plataforma de desarrollo pudieran mejorar la orientación interfuncional, visión de negocios, delegación, productividad así como la gestión de recursos, liderazgo estratégico, redes de relaciones, proactividad; potenciando las capacidades del talento humano que labora en los hospitales, por lo que se deberían ejecutar acciones que estimulen el crecimiento profesional mediante la actualización de conocimientos, a través de la implementación del referido perfil se pudiera alcanzar el desarrollo organizacional, la gestión de gente, posiblemente mejorando el desempeño laboral en las funciones del talento humano del sector hospitalario.

En consecuencia, las instituciones de salud deberían adecuarse al contexto actual para evitar procesos monótonos, debido a que ya no les brindan el rendimiento esperado de su personal, pudiéndose ver afectados por la disminución en productividad y deficiencias a nivel de competencias por parte de los trabajadores, considerando estos aspectos, tienen que adaptarse a las nuevas tecnologías, a la utilización de técnicas novedosas igualmente en procedimientos que permitan el mejor funcionamiento en todas las áreas, por lo que resulta necesario implementar mecanismos destinados al desarrollo de competencias logrando la excelencia en el desempeño de los trabajadores.



Aunado a lo anteriormente expuesto, se debería cuidar la calidad en los servicios que prestan, marcando la diferencia permitiendo que el funcionamiento de los procesos sea óptimo, asegurando que el talento humano opere con eficiencia a su vez garantizar la eficacia, de acuerdo a lo planteado es pertinente que las organizaciones profundicen además de aplicar estrategias que fomenten la adquisición de competencias en su personal; de igual manera promover el desarrollo en habilidades así como destrezas que permitan el crecimiento profesional y personal de sus trabajadores.

De acuerdo a Escalona (2010), los perfiles profesionales por competencias abarcan los conocimientos, procedimientos así como las prácticas, actitudes para que los profesionales desarrollen proactividad, creatividad en su desempeño de forma que cumplan con los requisitos y exigencias organizacionales para alcanzar el éxito en la gestión.

En ese orden de ideas, el perfil debería involucrar tanto los aspectos teóricos como los prácticos, que debe operar el trabajador a la hora de ejercer su labor, por lo tanto, resultaría necesario reunir todas las condiciones que imponga el cargo que va a ocupar, allí tiene su papel relevante el perfil de competencias. Es pertinente resaltar que algunos directivos en las organizaciones; inviertan tiempo, recursos y atención en la formación continua hacia la adquisición de competencias del talento humano.

Conforme a las demandas organizacionales actuales, se pudiera percibir que cada vez son más los requisitos que se añaden al perfil de competencias del talento humano por lo que la acción gerencial debe hacer esfuerzos para generar espacios, promover la participación proactiva así como en los trabajadores el diseño de estrategias que ayuden al lograr metas planteadas y resultados, flexibilizando los criterios en materia de competencias fomentando la cooperación así como el trabajo en equipo.

Sobre la base de los planteamientos anteriores, la planificación estratégica a favor del desarrollo por competencias en el talento humano refleja el nivel de compromiso y responsabilidad de los directivos para apoyar iniciativas, igualmente hacer propuestas orientadas a mejorar los perfiles profesionales del talento humano, debido a que podrían ser son muchas las ventajas o beneficios que se pueden obtener implementando acciones dirigidas a una gestión del conocimiento, habilidades, destrezas y actitudes que se apoyen en el desarrollo del potencial del personal que integra la institución.

Es por ello, que el desarrollo de competencias efectivas, la administración de recursos, existencia de condiciones propicias entre otros, pudieran ser clave para que se dé un clima organizacional que permita afianzar el compromiso con la institución, todos estos elementos confluyen logrando así que el personal pueda desempeñar sus funciones, aprovechar las capacidades ya adquiridas que generen mayor productividad y que los beneficios sean para todos los actores involucrados.

CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DE COMPETENCIAS ESTRATÉGICAS

Un perfil de competencias posee un conjunto de características, o básicamente atributos personales, algunos innatos o talentos, y otras capacidades desarrollables. Así lo establece Benítez (2007), quien afirma también que esto es importante en un individuo, pudiendo aprenderse por diversas vías más o menos formales, siendo los resultados de tal aprendizaje lo



que determina el desempeño exitoso, es decir, son las características personales subyacentes que se han denominado competencias.

Destaca igualmente el referido autor que las competencias estratégicas son las que, independientemente de su naturaleza intrínseca, son importantes para el cabal cumplimiento de la misión, el logro de la visión y para alcanzar los objetivos estratégicos del negocio. En este sentido, en casi todas las empresas e instituciones, hoy día, se considera estratégica la competencia Atención y Servicio al Cliente. En el sector hospitalario, estas competencias pueden ser de carácter actitudinal/social o de carácter funcional.

Por su parte, en el criterio de Alles (2005), tal perfil de competencias se presenta como un conjunto de atributos o la reunión de características subyacentes de un individuo relacionada con un nivel de efectividad y desempeño superior en un puesto de trabajo. Tales competencias son observadas por la autora como una parte profunda de la personalidad, y tienen que ver con las destrezas y conocimientos, el concepto de sí mismo, las actitudes y valores.

En este sentido, los perfiles de competencias están determinados por tipos de conductas específicas, para asegurar el éxito de la organización, toda vez que este conjunto de personas identificables y evaluables en conocimientos, actitudes, valores, habilidades relacionadas entre sí, permitirán el desempeño satisfactorio de las situaciones reales de trabajo, según estándares utilizados en las áreas ocupacionales.

De acuerdo a estos planteamientos, un perfil de competencias es un modelo conciso, fiable y válido para predecir el éxito en el puesto; de allí su necesidad en las instituciones hospitalarias, en razón de que las características y normas de desempeño indicadas en tal perfil se corresponden con la estructura, la estrategia y la cultura de ese tipo de organización.

Es por ello, que en el sector hospitalario pareciera evidenciarse la necesidad de analizar las características del perfil de competencias estratégicas con la finalidad de que los directivos puedan gestionarlas efectivamente en el talento humano que labora en las instituciones de salud para mejorar los procesos y el funcionamiento consolidando los aspectos fundamentales que rigen la administración moderna con las nuevas tendencias gerenciales.

En esta investigación en cuanto al objetivo, Caracterizar el perfil de competencias estratégicas en el sector hospitalario, se empleó la técnica estadística Análisis de la Varianza (ANOVA) se precisa la significancia obtenida por los indicadores de la dimensión "Características del Perfil de Competencias Estratégicas" la cual obtuvo un nivel de significancia de 0,000; siendo este valor menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$; nivel de significancia referencial), se concluye que existen diferencias significativas entre los indicadores comparados, por lo que todos no tienen el mismo grado de presencia dentro de esta dimensión, tal como se muestra a continuación. (Ver tabla 1).



Tabla 1. Nivel de Significancia
 Dimensión: Características del Perfil de Competencias Estratégicas

ANOVA					
PUNTAJE					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	26,400	4	6,600	6,220	,000
Intra-grupos	244,043	230	1,061		
Total	270,443	234			

Fuente: Elaboración propia (2014).

También se realizó la comparación de la prueba de múltiples rangos Post Hoc de Tukey revela las diferencias entre los diversos indicadores de la dimensión “Características del Perfil de Competencias Estratégicas” de la variable Competencias Estratégicas, al mismo tiempo se destaca la homocedasticidad de las varianzas entre los indicadores. (Ver tabla 2).

Tabla 2
 Dimensión: Características del Perfil de Competencias Estratégicas

ANOVA DE UN FACTOR
SUBCONJUNTOS HOMOGÉNEOS

ANOVA DE UN FACTOR				
SUBCONJUNTOS HOMOGÉNEOS				
PUNTAJE				
HSD de Tukey ^a				
FACTOR	N	Subconjunto para alfa = .05		
		1	2	3
DESARROLLO	47	2,06		
ORIENTACION AL CLIENTE	47	2,40	2,40	
LIDERAZGO	47	2,47	2,47	
COACHIING	47		2,66	2,66
RED	47			3,09
Sig.		,316	,751	,265

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 47,000.

Fuente: Elaboración propia (2014).

En la tabla 2, se exponen los resultados de la comparación establecida, donde la prueba de múltiples rangos de Tukey ubicó tres subconjuntos, basados en la similitud y diferencias de comportamiento entre sus medias, correspondiendo el primero de ellos al indicador “Desarrollo Personal” que obtuvo la calificación de = 2,06 pts en el primer subconjunto, seguido del indicador “Orientación al Cliente” cuya media es = 2,40 pts, el cual se concentró en el segundo subconjunto. En el segundo subconjunto también, se situó el indicador “Liderazgo Estratégico” con un valor de = 2,47 pts, además del indicador “Coaching” en el tercer subconjunto con un valor de = 2,66 pts y acompañado de la puntuación más alta el indicador “Red de Relaciones” que alcanzó una media = 3,09pts ubicado igualmente en el tercer subconjunto.

En la tabla analizada se denotan diferencias significativas entre indicadores, al igual que entre los grupos, ello se devela en las respuestas emitidas por los sujetos, mediante las cuales



se establecieron tres subconjuntos como producto de los resultados obtenidos, observándose diferencias muy fuertes entre los indicadores “Desarrollo Personal y Orientación al Cliente” con relación a Liderazgo Estratégico y Coaching”, a su vez existen diferencias significativas respecto a “Red de Relaciones”.

Las respuestas emitidas por los sujetos, dieron origen al posicionamiento de los indicadores en la referida tabla, la cual mediante el tratamiento estadístico revela el orden de importancia que estos tienen para dicha población encuestada, indicativo de que en las características del perfil de competencias estratégicas “Red de Relaciones” es el primer proceso considerado como parte de las competencias estratégicas del talento humano en el sector hospitalario, seguido de las “Coaching”, “Liderazgo Estratégico”, “Orientación al Cliente” y “Desarrollo Personal”.

La red de relaciones como característica del perfil de competencias estratégicas, sobre la cual Cardona y Chinchilla (2008, p. 66), exponen que “es la capacidad de desarrollar, mantener, utilizar una amplia interrelación con personas claves dentro de la empresa y del sector”. La relación entre la ínter conectividad y complementariedad es el punto de desarrollo en una organización con el resto de los departamentos de la institución. En la interconexión se comparten procesos, estructuras, fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, brindándoles a los miembros de una empresa beneficios, fomentando de esta manera, el aumento de la productividad y competitividad, cambios tecnológicos y de difusión de las innovaciones de manera interactiva.

En ese sentido considera Ahumada (2005), que la red de relaciones en las organizaciones como el tejido sobre el cual se asientan las relaciones interpersonales en las mismas, el trabajo en equipo, las alianzas, entre otras; lo cual en las últimas décadas ha resaltado, dado el papel que juega el cambio en el mundo de los negocios y de las organizaciones.

Para el autor son muchos los factores que han contribuido a la turbulencia del entorno y la consiguiente incertidumbre organizacional. La liberalización de los mercados, el creciente número de fusiones y adquisiciones, el surgimiento de bloques de libre comercio, los cambios tecnológicos, entre otros, son frecuentemente citados como factores desestabilizadores de la organización. Pero, el incremento del conocimiento científico y tecnológico, por ejemplo, faculta a las organizaciones a identificar así como explotar diversas tecnologías además explorar diversos mercados en los cuales desarrollar sus actividades.

De las consideraciones anteriormente expuestas se resalta la manera en la que cada autor concibe esta competencia estratégica Cardona y (2008), definen la red de relaciones como la capacidad de desarrollar, mantener, utilizar una amplia interrelación con personas claves dentro de la empresa, del sector, lo cual en el criterio de Alles (2005), permite intercambiar información, y, según Ahumada (2005), esta red se constituye en un tejido sobre el cual se asientan las relaciones interpersonales en las mismas.

Con respecto al sector hospitalario estas redes de relaciones facilitan el proceso de comunicación así como el logro de consensos en casos de desacuerdos, por medio de estas redes se puede establecer retroalimentación de la cual pueden surgir propuestas para realizar cambios necesarios para cubrir las necesidades y exigencias de los destinatarios de los servicios de salud, en beneficio de la colectividad.



Para el indicador Coaching, referido a la forma de cómo entrenar al personal para que aprenda y se forme. Así se desprende de lo planteado por Cardona y otro (2008), quienes lo definen como la capacidad de ayudar a los colaboradores a descubrir sus áreas de mejora, a desarrollar sus habilidades y capacidades profesionales de forma que sirva como acompañamiento al talento humano brindándole apoyo e incentivándolos a lograr un desempeño superior.

Por su parte, Alles (2005), plantea que el término coaching es utilizado profusamente en la actualidad, y que en relación con el desarrollo de competencias, se requiere un tipo determinado de coaching: aquel que permitirá el desarrollo de la competencia que se desee desarrollar. Por ello, se debe reunir ciertas características que le permitan ser un guía y consejero de líder, para que pueda realizar su trabajo, haciendo que los diferentes equipos funcionen al compás, coordinadamente, actuando juntamente con armonía; de manera que del esfuerzo del colectivo se obtenga el resultado esperado.

De la misma manera, el coaching para Salazar y Molano (2000), observa, facilita una perspectiva objetiva de las cuestiones así como problemas de lo que funciona y de lo que no funciona. Se formula preguntas dirigidas a facilitar un análisis de las alternativas así como oportunidades, orienta, respalda a al personal durante el proceso de rendimiento, del desarrollo de los trabajadores y organizativo.

De acuerdo a lo antes expuesto, el coaching está relacionado con el acompañamiento que necesita el personal para el desarrollo del carácter, un comportamiento ético, visión; su objetivo es hacer del individuo el mejor ser humano posible, incremento de la efectividad en el desempeño, el entorno de trabajo más agradable y creativo, clientes más satisfechos, un clima de confianza y apoyo.

Al respecto, Cook (2006), plantea que un coaching exitoso ayuda a desarrollar las habilidades de los empleados, lo cual se logra iniciándolos en el trabajo para que aprendan a realizar sus actividades, luego se deja que lo demuestren por sí solos y este mismo verá los beneficios que obtiene el saber que ha aprendido. Para el logro de esto, se debe permitir al empleado su concentración al realizar sus tareas.

En los hospitales pareciera requerirse crear una cultura basada en el coaching que permita mejorar el funcionamiento institucional para ello es necesario que los líderes asuman el compromiso de transferir sus conocimientos y experiencias de manera que se intercambien saberes, se promueva la participación, integración, complementariedad así como el trabajo en equipo y el empoderamiento en el talento humano.

Cabe resaltar que el liderazgo estratégico se refiere a la capacidad de articular una visión estratégica de la organización, la habilidad de motivar a los demás a participar de esa visión, con base en la perspectiva de Arcia (2011), quien afirma también que en ocasiones se identifican varias características claves de los buenos líderes. Estas características son:

Visión y congruencia con el liderazgo estratégico, para trabajar de forma coordinada en el logro de objetivos de modo que todos trabajen de forma articulada comunicándose asertivamente y fomentando el compromiso mediante el modelaje del líder que establecerá unas directrices a seguir por el talento humano que conforma a la organización.



Por su parte, para Alles (2005), el liderazgo implica la destreza de comunicar una visión de las estrategias, de manera que el personal la comparta y la internalice en su comportamiento, creando en ellos una motivación y un compromiso verdadero. En este caso, un líder tiene esa habilidad de comunicar eficazmente su visión, respecto de la estrategia en un entorno social de trabajo, logrando que su concreción parezca no sólo posible, sino también deseable para todos.

En el ámbito hospitalario resultaría necesario desarrollar la competencia del liderazgo estratégico que promovería la consecución de resultados óptimos, gestionar el potencial del talento humano de manera efectiva, crear una cultura de investigación y desarrollo que en la actualidad pareciera no brindársele al personal que labora en éstas instituciones las oportunidades e incentivos para estimular su autorrealización así como el ocupar cargos de mayor responsabilidad.

En cuanto al indicador orientación al cliente, la cual es definida por Cardona y otro (2008, p.16), como “la capacidad de satisfacer las necesidades de éste, superar sus expectativas con una oferta de valor, cuidar todos los detalles de la relación, dar respuesta a las peticiones y sugerencias del sector”.

De allí que el personal de una organización debe estar en capacidad de tomar decisiones estratégicas en la institución u organización, para satisfacer el resto de la comunidad en la cual se desenvuelve; no obstante, la visión y misión será el objetivo primordial para el buen funcionamiento como organización, poniendo en alto el valor de la eficiencia y eficacia en el trabajo de equipo.

Asimismo, según expresa Alles (2005), esta orientación al cliente se define como una competencia que deriva los resultados esperados en la empresa; es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de injerencia, cuando son necesarias decisiones importantes para cumplir con los competidores o superarlos, pero, sobre todo, atender las necesidades del cliente o mejorar la organización.

En este caso, directivos y empleados deberían trabajar con entusiasmo de igual manera con dinamismo, sin que su desempeño se vea afectado por largas jornadas de trabajo con los clientes internos y externos, pudiendo así mantener un rendimiento adecuado a pesar de las presiones según sean las circunstancias del proceso organizacional.

De la misma manera, el gerente debe poseer un nivel de tolerancia y comunicación a todo tipo de presión o frustración, para así superar los obstáculos, desarrollando estrategias administrativo-gerenciales para alcanzar las metas dentro de la organización. Asimismo, debe ser proactivo al ejecutar acciones que orienten la satisfacción de los clientes internos y externos, para de esa manera, superar las expectativas del proceso de trabajo.

En igual sentido de lo expresado, destacan expertos de la Universidad de Cádiz (2013), que una adecuada orientación al cliente supone el deseo de satisfacer a los clientes con el compromiso personal para cumplir con sus pedidos, deseos y expectativas. Implica preocuparse por entender las necesidades de los clientes, dar solución a sus problemas; así como realizar esfuerzos adicionales con el fin de exceder sus expectativas y mejorar su calidad de vida, teniendo en cuenta, entre otras, las variables de respeto, amabilidad, calidad, oportunidad y excelencia.



De lo descrito es posible inferir que Cardona y otro (2008), definen la orientación al cliente como la capacidad de satisfacer las necesidades de éste, en consonancia con la Universidad de Cádiz (2013); por su parte, Alles (2005), lo atribuye a la competencia que deriva los resultados esperados en la empresa. En este sentido, infiere la investigadora una doble perspectiva de la orientación al cliente, dirigida a expectativas y logros, lo que redundaría en beneficio del potencial interno de la organización y del usuario en el sector hospitalario.

La investigadora comparte la concepción de Cardona y otro (2008), que establece una visión holística del alcance de la orientación al cliente, enfocándola en estrategias que cubran las necesidades de los multistakeholders por lo que esta competencia debe adquirirse y potenciarse. El talento humano que labora en el sector hospitalario, se requiere lograr satisfacer las exigencias de los usuarios, para brindar servicios de salud de calidad, se deben adoptar competencias estratégicas como la orientación al cliente que brinde un valor agregado diferenciador, analizando el entorno para garantizar la efectividad y cumplir los objetivos.

Estos resultados relativos a la dimensión característica del perfil, en ambos casos son poco satisfactorios, ya que reflejan que la mayoría de los miembros del personal de directivos y empleados encuestados, pertenecientes a las instituciones hospitalarias seleccionadas, mostraron la problemática descrita al inicio de la presente investigación.

En tal sentido, se evidencia de los resultados analizados, que existe una notable deficiencia o debilidad en cuanto al direccionamiento efectivo de los gerentes al personal para satisfacer las necesidades de los usuarios; no siempre se superan sus expectativas ni se les muestra capacidad de respuesta. Asimismo, no se fomenta el desarrollo de la creatividad, ni las iniciativas, el progreso, con lo cual sea posible reforzar la visión institucional, cumplir con los objetivos, lograr una cultura constructiva, gestionar alianzas. No siempre los directivos sirven de guía al personal como coaching, descubriendo sus capacidades y aconsejándoles en sus tareas.

Los resultados dados contradicen a Benítez (2007), quien afirma que las diversas características propias de un perfil de competencias están relacionadas, principalmente, con los siguientes aspectos: saber ser, querer ser, querer hacer y saber hacer. Destaca igualmente que las competencias estratégicas son las que, independientemente de su naturaleza intrínseca, son importantes para el cabal cumplimiento de la misión, el logro de la visión y para alcanzar los objetivos estratégicos de la organización.

A la vez, los resultados en este estudio contrarían lo planteado por Alles (2004), quien asevera la necesidad de que los miembros del personal de una empresa o institución posean atributos específicos en su perfil de competencias, es decir, la reunión de características subyacentes de un individuo relacionada con un nivel de efectividad así como desempeño superior en un puesto de trabajo. Tales competencias son observadas por la autora como una parte profunda de la personalidad, además tienen que ver con las destrezas igualmente los conocimientos, el concepto de sí mismo, las actitudes, los valores; lo cual evidencia la necesidad de tales atributos en directivos también empleados de las instituciones hospitalarias.

En este sentido los referidos resultados relativos a la dimensión, características del perfil de competencias estratégicas, reflejan una notable deficiencia o debilidad en cuanto a la capacidad para direccionar y gestionar las capacidades, habilidades y destrezas del talento humano que labora en el sector hospitalario por lo que se dificulta la consolidación del desarrollo personal de



estos trabajadores, en función de ello los directivos de las referidas instituciones de salud deben implementar acciones y estrategias orientadas a mejorar este aspecto clave en el éxito organizacional.

De igual manera, se evidencian problemas con relación a responder a las necesidades y exigencias de los usuarios de los hospitales, por lo tanto se requiere que el personal directivo además del talento humano que labora en estas instituciones trabaje conjuntamente en el logro de este propósito debido a que el tratamiento que se le da a las personas, la calidad en el servicio, la buena atención y la orientación al cliente se constituyen en el elemento que le va a brindar valor agregado a la organización pues se convierte en su sello distintivo, lo que hace que mediante una experiencia satisfactoria los usuarios visualicen una imagen corporativa positiva y regresen nuevamente.

De conformidad con los fundamentos teóricos que sustentan la presente investigación, se revela que los resultados se contraponen a los planteamientos de Hay Group (2007), que señala la necesidad de determinar y caracterizar el perfil de competencias estratégicas como instrumento guía para describir los atributos, destrezas, valores y conocimientos del talento humano necesarios para desempeñar su labor.

Por lo tanto no se tiene claro cuáles son esas características del referido perfil en las instituciones hospitalarias objeto de estudio, lo que hace que al no tenerlas identificadas y al no diseñar un perfil de competencias estratégicas para los trabajadores, los directivos se le dificulta su gestión; entre las referidas características del perfil de competencias estratégicas se encuentran: la orientación al cliente y la red de relaciones efectivas entre otras, que deben considerarse en un enfoque sistémico, aplicándose de manera complementaria.

En este sentido, los resultados se contraponen a los fundamentos teóricos de Mendoza (2008), quien refiere que las características del perfil de competencias estratégicas se constituyen en el medio para guiar, así como orientar al talento humano a identificar sus habilidades, actitudes y comportamientos que influirán en su desempeño laboral para alcanzar los objetivos propuestos y cumplir con sus funciones de manera efectiva.

Es por ello, que se resalta la necesidad de caracterizar el perfil de competencias estratégicas como mecanismo para hacer operativas esas habilidades, conocimientos experiencias que tienen el personal del sector hospitalario y que deben ser consideradas de forma particular debido a la importancia de la naturaleza de los servicios que prestan a la colectividad específicamente las referidas al desarrollo personal, orientación al cliente, liderazgo estratégico, coaching y red de relaciones.

Este planteamiento coincide con las conclusiones de Briceño (2008), quien enfatiza que se requiere incorporar acciones que permitan capacitar a los directivos de los hospitales para incentivar al talento humano a trabajar en equipo para lograr la orientación al cliente, destacando que la atención a los usuarios es fundamental como competencia, requerida para realizar las labores además se pretende que a través de estrategias se fomente el desarrollo personal de los miembros de la organización basados en una filosofía de calidad, eficiencia, respeto, cooperación y autosuperación.



Ahora bien, los promedios de los indicadores “Coaching” y “Red de Relaciones” se ubicaron entre las Categorías de “Medianamente Adecuada” entre los intervalos establecidos (2,61, a 3,40), mientras que Desarrollo Personal con 2,06, “Orientación al Cliente” con 2,40 y “Liderazgo Estratégico” con 2,47 se situaron en la categoría “Poco Adecuada” en el intervalo (1.81 a 2.60), según Baremo establecido.

El valor con menos puntaje se ubicó en el indicador “Desarrollo Personal” el cual resultó más desfavorecido por la opinión de los sujetos consultados, los hallazgos encontrados permiten establecer diferencias con respecto a lo planteado por Brito (2011), quien señala que ésta competencia estratégica es una forma de participación del talento humano para optimizar sus capacidades; por lo que se requiere que los directivos de las instituciones hospitalarias lo promuevan, fomenten para que forme parte del conjunto de habilidades y conocimientos que deben manejar los miembros de éstas instituciones.

Los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento a la población objeto de estudio, contradicen los postulados teóricos de Moreno, Pelayo y Vargas (2004), quienes refieren que en toda organización, desde la dirección de los recursos humanos se debe favorecer la atracción, el desarrollo y la retención de un capital humano capaz de crear, aplicar y transmitir los conocimientos valiosos para la organización; y todo ello hacerlo en línea con los objetivos del negocio (carácter estratégico). Además afirman la necesidad de reclutar un personal calificado, dispuesto a la gestión del cambio a través del desarrollo personal continuo.

Asimismo, destacan los autores mencionados que el diseño de los programas formativos debe hacerse de forma que estos sean útiles e interesantes para el individuo y su trabajo, que engloben, además de una formación para la tarea, una formación estratégica que permita identificar los objetivos individuales y organizativos, una formación de reciclaje, de renovación que evite la obsolescencia de los trabajadores; una formación en creatividad que permita familiarizarse con la resolución de problemas, además de la aportación continua de mejoras e ideas nuevas a la empresa.

De la misma manera, un aspecto importante a señalar es que no toda la iniciativa en materia de formación debe partir exclusivamente de la empresa, sino que debe hacerse responsable el propio individuo. Al respecto, Brito (s/f) citado por Aldape (2008), plantea el desarrollo personal como una experiencia de interacción individual y grupal, a través de la cual los sujetos que participan en ella desarrollan, optimizan habilidades, destrezas, para la comunicación abierta, directa, las relaciones interpersonales, más la toma de decisiones.

En este sentido de conformidad con los resultados, es preciso resaltar las deficiencias, así como limitantes que presenta el talento humano que labora en las referidas organizaciones; por lo que se hace necesario que los directivos ejecuten acciones que permitan la aplicabilidad de mecanismos que impulsen la consolidación del desarrollo personal, orientación al cliente, liderazgo estratégico, coaching y afianzar la red de relaciones.

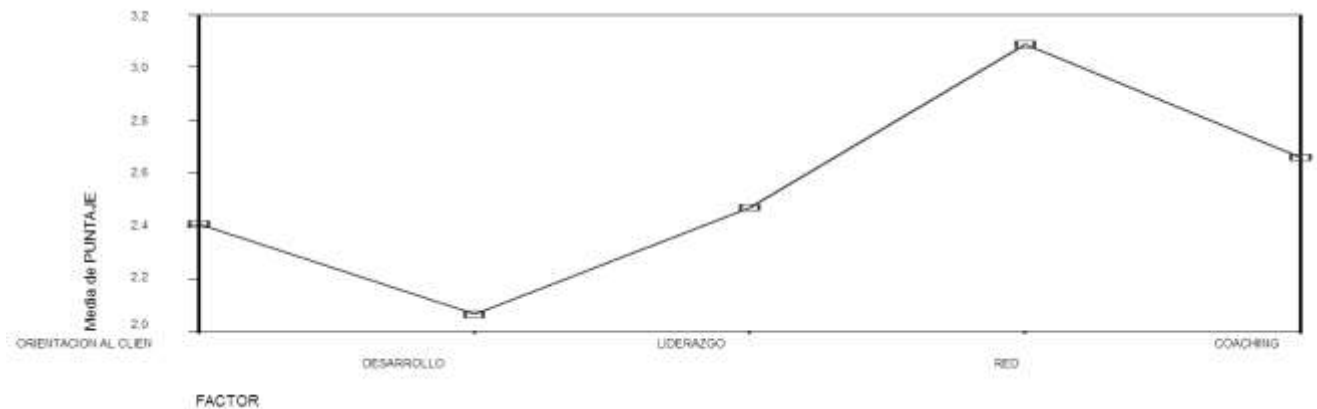
En el contexto de las instituciones hospitalarias se requiere contar con un personal altamente calificado que mediante la gestión de competencias estratégicas orientada al desarrollo personal se promueve la actualización de conocimientos, en virtud de ello se deberían establecer mecanismos e iniciativas enmarcadas en la mejora continua.



Partiendo de estos resultados, las características del perfil de competencias estratégicas del personal directivo y los empleados de recursos humanos específicamente en el sector hospitalario aplican de modo medianamente adecuado las características del perfil de competencias estratégicas, entre ellas el desarrollo personal, la orientación al cliente y el liderazgo estratégico, además de implementar de forma poco adecuada el Coaching y la red de relaciones por lo que se requiere el desarrollo de estas en el talento humano que labora en las instituciones hospitalarias.

A continuación, se presenta un gráfico de polígono de frecuencias, que para el caso concreto del estudio únicamente expresa las medidas de tendencia central; medias alcanzadas que exponen el comportamiento de las unidades de análisis por cada uno de los indicadores de la dimensión analizada. En éste, se observa los promedios en orden descendentes de acuerdo a la preferencia de los sujetos consultados en las instituciones hospitalarias seleccionadas en la presente investigación. (Ver Gráfico 1)

Gráfico 1. Medias para la Dimensión: Características del Perfil de Competencias Estratégicas



Fuente: Elaboración propia (2014).

METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo explicativa que según los preceptos teóricos de Supo (2012), en virtud de que se explica el comportamiento de una variable en función de otras; por ser estudios de causas y efectos, requieren control y deben cumplir con otros criterios de causalidad.

Con un diseño de campo, no experimental, transeccional o transversal. Se trata de una investigación de campo, según Hernández y col. (2010), porque se efectúa un análisis riguroso de la realidad, un examen minucioso del fenómeno estudiado, con la finalidad de describir los problemas que presenta, interpretarlos desde una visión objetiva, explicar sus causas, efectos

Finol y Camacho (2004), expresan que los diseños no experimentales ameritan identificar el procedimiento a aplicar por el sujeto investigador, formulando una secuencia lógica de las diversas estrategias que permitirán dar respuesta a las interrogantes formuladas. De la misma manera, el diseño es transversal o transeccional, pues los criterios u opiniones de los grupos



estudiados son tomados en un momento dado, como lo plantea Chávez (2007), ya que el investigador descubre o mide el aspecto estudiado en un solo momento, no modificando a voluntad, ningún elemento.

REFLEXIONES FINALES

El perfil de competencias estratégicas representa un instrumento de creación de valor en las instituciones hospitalarias en función que permitirá implementar estrategias que promuevan el desarrollo de capacidades, habilidades, experiencias en el talento humano, generando productividad, proactividad, responsabilidad, compromisos así como aprendizajes colaborativos, alcanzando los objetivos propuestos; favoreciendo la motivación al logro la comunicación asertiva, el trabajo en equipo así como destacando la importancia de la formación, capacitación y mejora continua por lo que se deben apoyar programas que faciliten la actualización de estas referidas competencias, para que el personal tenga la preparación necesaria para asumir los retos profesionales.

Lo que implica que las características del perfil de competencias se constituye en un instrumento para guiar la gestión organizacional sirviendo al personal directivo de los hospitales como herramienta gerencial para dirigir su accionar e identificar las potencialidades en el talento humano, estimulándolas a través del desarrollo de competencias estratégicas, proporcionando un elemento diferenciador e innovador que contribuirá en el desempeño de sus colaboradores garantizando la calidad en los servicios y el éxito.

Sin embargo al no gestionarlo pudieran perderse beneficios que se deberían tener presentes por los directivos de las instituciones, si se quiere mantener las tendencias actuales así como desarrollar las competencias del personal a su cargo convirtiéndose en un indicador de cuan exitosa es la acción gerencial de igual manera generar un valor agregado que lo diferenciaría del resto de las organizaciones.

Por lo que se requiere un liderazgo estratégico que permita desarrollar el sentido de pertenencia institucional, para empoderar al talento humano ejecutando acciones que faciliten la armonía y la humanización en las relaciones laborales, además de fomentar la capacidad creativa para resolver problemas y optimizar el proceso de toma de decisiones, proporcionando las condiciones que propicien el crecimiento institucional, personal y profesional. Además de fortalecer el compromiso y la vocación de servicio específicamente en el sector hospitalario que requiere desarrollar sensibilidad, inteligencia emocional y conciencia social para responder las necesidades de la colectividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ahumada Figueroa, Luis (2005) **La organización como una red de relaciones y conversaciones.** Texto virtual en http://biblioteca.ucv.cl/site/colecciones/manuales_u/Equipos_de_Trabajo.pdf

Aldape, Teresa (2008). **Desarrollo de las competencias del docente: Demanda de la Aldea global siglo XXI.** Libros en red. Amertown Internacional S.A.

Alles, M. (2004) **Diccionario de comportamientos.** La Trilogía. Buenos Aires, Ediciones Granica, S.A.



- Alles, M. (2005). **Desarrollo del talento humano basado en competencias**. Editorial Granica S.A. Buenos Aires – Argentina
- Arcia Cáceres, Israel (2011). **Gestión administrativa**. Disponible en <http://gestion-admtiva.blogspot.com/2011/03/liderazgo-estrategico.html>. Consulta 27/02/2013
- Brito Challa (2011) **Escribiendo sobre el Crecimiento personal**. Traducción de 1992.
- Benítez R., Jorge (2007). **Competencias: enfoques y clasificación**. Disponible en http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/compe_tencias-enfoque-y-clasificacion.htm. Consulta 27/02/2013.
- Cardona, S. y Chinchilla, P. (2008). **Paradigmas del Liderazgo, claves de la dirección de personas**. Mc Graw Hill. Madrid, España.
- Chávez, N. (2007). **Introducción a la Investigación Educativa**. Tercera Edición. Maracaibo, Venezuela. Ediluz.
- Cook, M. (2006). **Coaching**. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Escalona Ríos, Lina (2010). **Las competencias en el perfil bibliotecológico de América Latina**. Texto virtual. Disponible en: http://132.248.242.3/~publica/archivos/libros/competencias_perfil.pdf. Consulta 27/02/2013
- Finol, M. y Camacho, Hermelinda (2006). **El proceso de investigación científica**. Venezuela: Editorial Ediluz.
- Hay Group (2007). **Las competencias: Clave para una gestión integrada de los recursos humanos**. Deusto. España.
- Mendoza, César S. (2008). **Perfil de Competencias Gerenciales de los Supervisores de Educación Física en la Secretaría de Educación del Estado Zulia**. Trabajo Especial de Grado para optar al Título de Especialista en Administración Deportiva. La Universidad del Zulia (LUZ). Facultad de Humanidades y Educación. División de Estudios para Graduados. Maracaibo, Estado Zulia.
- Moreno, María Inés; Pelayo, Yolanda y Vargas, Alfonso (2004). **La gestión por competencias como herramienta para la dirección estratégica de los recursos humanos en la sociedad del conocimiento**. Disponible en http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/GESTION_POR_COMPETENCIAS.pdf. Consulta 24/02/2013.
- Palomo Vadillo, María Teresa (2008). **El perfil competencial del puesto de director de marketing en organizaciones de la Comunidad de Madrid**. España, Editorial ESIC.
- Salazar y Molano, U. (2000). **Coaching en Acción**. Editorial Granica. Buenos Aires, Argentina.
- Supo, J. (2012). **Seminarios de Investigación Científica**. José Supo (Oct 12, 2012) ISBN: 978-1477449042.



Universidad de Cádiz (2012). **Adaptación al cambio. Consejo Social**. Disponible en: http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=150:adaptacion-al-cambio&%20catid=55:competencias. Consulta 12/02/2013.



ELEMENTOS DEL PROCESO DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO EN EL SECTOR BANCARIO

Juliana Paz Pírela

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

vjuliana_987@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar los elementos del proceso de transferencia del conocimiento en el sector bancario. La investigación se sustentó postulados teóricos de Bayona y González (2010), Bozeman (2000), Tissen, Adriessen y Lekanne (2007) y Canals (2008), entre otros. Se enmarca como explicativa, con un diseño de campo, no experimental, transeccional. La población estuvo conformada por 64 sujetos, entre gerentes, subgerentes y empleados de administración. Para la recolección de la información, se utilizó la técnica de la observación mediante encuesta, siendo elaborado un instrumento, el cual fue validado mediante el juicio de 10 expertos, realizándose una prueba piloto a 10 sujetos, a cuyos resultados se le aplicó el coeficiente Alpha de Crombach dando como resultado un índice de confiabilidad de 0,92. Para el análisis de los datos, se utilizó la estadística inferencial, la cual busca probar hipótesis y estimar parámetros. Se concluyó que los elementos del proceso de transferencia del conocimiento, son necesarios para establecer una cultura organizacional que fomente el aprendizaje y la sabiduría colectiva a través de lineamientos que promuevan el desarrollo del capital intelectual, las competencias del talento humano a través de una gestión participativa, innovadora y humana para socializar conocimientos que se conviertan en ventajas competitivas garantizando el liderazgo en el mercado.

Palabras clave: Elementos- Transferencia del conocimiento - Sector Bancario.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la transferencia del conocimiento representa un enfoque innovador en las organizaciones, donde parece necesario incorporar objetivos vinculados a procesos de gestión que fomente el aprendizaje colaborativo, establezca estrategias para motivar al talento humano a compartir y socializar conocimientos lo que permitiría desarrollar ventajas competitivas basadas en el capital intelectual del personal.

En el sector bancario, se debería establecer un modelo de gestión organizacional basado en los elementos de la transferencia del conocimiento el cual contemple las habilidades, destrezas, experiencias y saberes de los miembros que lo conforman, para una articulación basada en las competencias del talento humano, aspectos que beneficiarían el desempeño y funcionamiento de las empresas a través de estándares de gestión, para hacerle frente a los retos organizacionales, a los cambios y la complejidad en los escenarios en los cuales se encuentra inmerso el referido sector, además de internalizar el pensamiento estratégico en los trabajadores para que puedan asumir la estrategia corporativa para el ejercicio de sus funciones laborales garantizando la optimización en la calidad del servicio y la atención al cliente.



Elementos del proceso de Transferencia del Conocimiento

La transferencia del conocimiento es un proceso significativo, relevante dentro de las organizaciones, como lo plantean Gupta y Govindarajan (2000), citados por Arceo (2010), quienes han detallado la transferencia de conocimiento en términos de cinco elementos referidos al valor percibido de la unidad fuente de conocimiento, es decir las personas juzgan la información, el conocimiento que obtienen principalmente sobre la base de quién es la persona que lo proporciona, la disposición motivacional de la fuente para compartir el conocimiento, existencia y riqueza de canales de transmisión.

A su vez abarca la disposición motivacional de la unidad receptora de conocimiento, para finalmente analizar la capacidad de absorción de la unidad receptora, capacidad definida como la habilidad para adquirir, asimilar y usar el conocimiento. De acuerdo a lo anterior, se observa que la transferencia implica dos acciones: transmisión (envío o presentación del conocimiento a un receptor potencial) más la absorción por parte de dicha persona o grupo, equivalentes a los procesos de exteriorización, de combinación, además de la socialización e interiorización, respectivamente.

En tal sentido, la gestión de transferencia del conocimiento involucra la implementación de herramientas relacionados a talleres de formación continua que permitan la comprensión de la información así como el análisis de los procesos cognoscitivos fomentando el pensamiento crítico, el desarrollo de competencias para actualizar los saberes y experiencias mediante comunidades de conocimientos, donde los aprendizajes se puedan transmitir en red, destacando la relevancia de los beneficios que se observarán en la práctica mediante el desempeño efectivo de las funciones de los trabajadores, logrando la optimización de procesos.

Davenport (2004), señala que la manera más eficaz de transferir conocimiento es contratando personas inteligentes y permitiéndoles conversar entre sí. Sin embargo, a pesar que los empresarios repiten permanentemente que el conocimiento de los empleados es un recurso valioso, la mayoría de las empresas no adopta esfuerzos coordinados para generar actividades orientadas al conocimiento en su personal.

Estas personas deben ser individuos brillantes, con curiosidad, intelectual, ávidos de conocimiento. Algunas organizaciones tienen empleados que estructuran su propio conocimiento; pero muy pocos de éstos tienen tiempo para sentarse e ingresarlo en un sistema. Un equipo pudo haber diseñado un nuevo producto de gestión; pero ningún miembro del equipo tiene el tiempo, la inclinación o la capacidad necesaria para describir que sucedió durante la gestión del proyecto, para ingresarlo en una base. Por tanto, las empresas necesitan personas que extraigan el conocimiento de aquellas que lo poseen, le asignen una forma estructurada, lo mantengan, perfeccionen, a medida que pasa el tiempo.

Por su parte, Bayona y González (2010), definen igualmente los siguientes cinco factores que influyen en la transferencia del conocimiento, los cuales están relacionados a los canales de relación, se refiere a la frecuencia, profundidad bidireccional del contacto entre personas, el grado de la semejanza (intereses, educación) entre los interlocutores o individuos, la depreciación y pérdida de conocimiento después de la transferencia, el autoconocimiento de la organización, qué saben los individuos sobre ella y finalmente la divergencia de los intereses, la congruencia de metas individuales así como de la organización.



A su vez, resulta necesario resaltar los planteamientos de Sebastián (2008), quien enfatiza que el objeto de la transferencia del conocimiento, encierra una gran variedad en contenidos temáticos, formas de codificación, mecanismos de acceso, encadenamiento con otros procesos, potencialidades de difusión, amplificación, diferenciación de destinatarios y funciones en el desarrollo.

Dentro de este análisis se debe inferir, que el direccionamiento de la transferencia del conocimiento debería estar fundamentada en el estudio de los actores involucrados en el proceso de captura, cognición y exteriorización de los saberes, a su vez los medios de transferencia implican el instrumento a través del cual se podrá orientar la adquisición, desarrollo además del estímulo de las habilidades, destrezas y aptitudes que hacen que los conocimientos se consoliden en aprendizajes significativos, lo que pudiera favorecer el incremento de la productividad potenciando la efectividad en el talento humano.

Los destinatarios, beneficiarios de los procesos de transferencia de conocimientos pueden ser tan variados como es la tipología de los proyectos de cooperación al desarrollo los cuales involucra personas, colectivos, organizaciones sociales, instituciones, asociaciones productivas así como las administraciones públicas. Destacando que los componentes de la sociedad pueden ser destinatarios y beneficiarios de proyectos de cooperación al desarrollo.

Según el referido autor, los proyectos de cooperación al desarrollo se basan en la creación de competencias para el diseño de políticas y planes de acción que implican la transferencia de conocimientos mediante la planeación estratégica. Los procesos de transferencia demandan una intensa interacción entre los actores implicados en los procesos, estableciendo que el objetivo específico de la cooperación al desarrollo es el fortalecimiento de las condiciones para la investigación además de la innovación.

Para poder comprender las dimensiones y el proceso de transferencia, pueden basarse las organizaciones en el modelo de Bozeman (2000), cuyos factores, agentes que intervienen en el proceso de transferencia son: El objeto a transferir (conocimiento, métodos, procesos, know-how). Se trata del contenido, la forma, las posibilidades de comercialización de lo que se transfiere. Dicho objeto o conocimiento podrá ser más o menos complejo tácito o explícito, estas acciones deben estar seleccionadas en las directrices de la política científica.

Para la investigadora es necesario destacar los postulados de Drucker (1999), acerca del conocimiento y sus características: es poder y el poder proviene de transmitir la información para hacer la organización productiva, su adquisición es continua, por eso depende del aprendizaje, implica hacer participar a todos, porque todos tienen algo que aportar.

En virtud de los planteamientos señalados anteriormente, el conocimiento se convierte hoy en día; tanto para el talento humano como para las organizaciones en un factor fundamental de éxito debido a que representa el capital intelectual, que son ese cúmulo de saberes que deben estar al servicio de la colectividad para responder a sus necesidades, lo que implica que se mejora la gestión además del desempeño laboral, traduciéndose en ventajas competitivas y atributos diferenciadores que permiten lograr el valor agregado y el elemento distintivo que lo distingue de otras organizaciones conforme a los exigencias del mercado laboral.



Al contrastar las posturas de los autores mencionados, se puede inferir que la transferencia del conocimiento en las organizaciones específicamente en el sector bancario requiere de una gerencia del conocimiento que promueva estrategias para generar y compartir saberes, experiencias que fomenten la innovación en procesos a través de una sabiduría colectiva, incorporando las propuestas del talento humano en una nueva filosofía de gestión del conocimiento la cual debe estar demarcada por la mejora continua, para desarrollar el capital intelectual del personal y de esta manera convertirse en organizaciones inteligentes que aplican el aprendizaje organizacional, fundamentándose en una cultura del conocimiento.

En esa perspectiva Vega (2007), señala que existen tres criterios que determinan cómo funcionará un método de transferencia del conocimiento en una situación específica: quién es el receptor propuesto del conocimiento en términos de similitud de tareas, contexto, la naturaleza de la tarea en relación a cuán rutinaria o frecuente y el tipo de conocimiento que se está transfiriendo. Por lo que a través de diversos mecanismos que impulsan, facilitan la transferencia del conocimiento se encuentran las comunidades, redes de conocimiento, que propician la socialización de saberes, experiencias y aprendizajes.

Es por ello que se infiere del análisis de los diversos planteamientos, los elementos del proceso de transferencia del conocimiento para la investigadora podrían resumirse en tres fundamentales e integrales como lo son: los actores es decir los destinatarios o usuarios del conocimiento, las motivaciones para adquirir, difundir los conocimientos, experiencias y el uso del conocimiento es decir la utilidad del aprendizaje adquirido para el desenvolvimiento de las funciones del personal en las organizaciones.

Por lo tanto en el sector bancario se deberían gestionar estas acciones con la finalidad de mejorar las estrategias que conlleven a la transferencia del conocimiento como proceso sistémico e integral, de tal manera que se puedan redireccionar la planificación para incorporar estas nuevas modalidades que mejoran la difusión y aplicación de saberes, permitiendo el desarrollo de nuevas competencias de eficacia personal en el talento humano de las organizaciones relacionadas a la proactividad, productividad, gestión y desarrollo personal, capacidad de autodirección.

En este análisis resulta fundamental la incorporación de la gestión del cambio en las referidas organizaciones para generar soluciones, lineamientos estratégicos innovadores que permitan un direccionamiento en las entidades bancarias fundamentado en la visión prospectiva, así como una toma decisiones vinculadas a establecer objetivos para el desarrollo organizacional.

Con respecto al objetivo orientado a identificar los elementos del proceso de transferencia del conocimiento en el sector bancario, se utilizó la técnica estadística Análisis de la Varianza (ANOVA) se precisa la significancia obtenida por los indicadores de la dimensión “elementos del proceso de transferencia del conocimiento” la cual obtuvo un nivel de significancia de 0,000; siendo este valor menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$; nivel de significancia referencial), se concluye que existen diferencias significativas entre los indicadores comparados, por lo que todos no tienen el mismo grado de presencia dentro de esta dimensión, tal como se muestra a continuación.



Tabla 1. Nivel de Significancia
Dimensión: Elementos del Proceso de Transferencia del Conocimiento

ANOVA

PUNTAJE					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	13,135	2	6,568	8,107	,000
Intra-grupos	153,109	189	,810		
Total	166,245	191			

Fuente: Elaboración propia (2014).

La comparación de la prueba de múltiples rangos Post Hoc de Tukey revela las diferencias entre los diversos indicadores de la dimensión “elementos del proceso de transferencia del conocimiento” de la variable Trasterferencia del Conocimiento, al mismo tiempo se destaca la homocedasticidad de las varianzas entre los indicadores. (Ver tabla 2).

Tabla 2
Dimensión: Elementos del Proceso de Transferencia del Conocimiento

ANOVA DE UN FACTOR
SUBCONJUNTOS HOMOGÉNEOS

PUNTAJE

HSD de Tukey ^a			
FACTOR	N	Subconjunto para alfa = .05	
		1	2
MOTIVACIONES	64	2,56	
ACTORES	64	2,88	2,88
USO	64		3,20
Sig.		,121	,098

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 64,000.

Fuente: Elaboración propia (2014).

En la tabla 2, se exponen los resultados de la comparación establecida, donde la prueba de múltiples rangos de Tukey ubicó dos subconjuntos, basados en la similitud y diferencias de comportamiento entre sus medias, correspondiendo el primero de ellos al indicador “Motivaciones” que obtuvo la calificación de = 2,56 pts, seguido del indicador “Actores” cuya media es = 2,88 pts, los cuales se concentraron en el primer subconjunto. En el segundo subconjunto, se situó el indicador “Uso del Conocimiento” con un valor de = 3,20 pts puntuación más alta.

En la tabla analizada se denotan diferencias significativas entre indicadores, al igual que entre los grupos, ello se devela en las respuestas emitidas por los sujetos, mediante las cuales se establecieron dos subconjuntos como producto de los resultados obtenidos, observándose diferencias entre los indicadores “Motivaciones y Actores” con relación a “Uso del Conocimiento”.



Las respuestas emitidas por los sujetos, dieron origen al posicionamiento de los indicadores en la referida tabla, la cual mediante el tratamiento estadístico revela el orden de importancia que estos tienen para dicha población encuestada, el posicionamiento del indicador “Uso del Conocimiento” en la tabla analizada obedece a la preferencia de los sujetos encuestados al momento de emitir sus respuestas, es indicativo de que en elementos del proceso de transferencia del conocimiento el “Uso del Conocimiento” es el primer proceso considerado como parte de la transferencia del conocimiento en las entidades bancarias, seguido de las “Actores” y “Motivaciones”.

En ese sentido, de acuerdo a las respuestas emitidas luego de la aplicación del cuestionario y los resultados dados, se evidenció que en las entidades bancarias estudiadas existe una problemática con relación al aumento de las capacidades de los empleados a través de procesos de capacitación sistemática, no se sensibiliza al personal para un aprendizaje constante ni para que participe en el fomento de su potencial creativo; asimismo se evidencia que no siempre se mantiene un sistema de información que mantenga actualizado en conocimiento al personal.

Las debilidades evidenciadas en los sujetos encuestados, difieren de los postulados propuestos por Arceo (2010), quien afirma la presencia de elementos necesarios a la transferencia del conocimiento, entendidos estos como el valor percibido del conocimiento mismo, con lo cual es posible evaluar si el saber adquirido es suficiente a la mejora organizacional, además de los expertos que guían tal saber, la motivación del personal, la existencia y riqueza de los canales de transmisión de información; todo lo cual permitiría optimizar la gestión de negocio de las entidades bancarias analizadas.

De igual manera esos resultados contradicen lo planteado por Tissen, Adriessen y Lekanne (2007), quienes establecen tres métodos para motivar y lograr una actitud que permita compartir el conocimiento, la primera se fundamenta en la fuerza y control la cual se basa en la supervisión de los procedimientos, la presentación de informes, sistemas de flujo de trabajo, el segundo método está referido a la evaluación y recompensa para fomentar que se comparta el conocimiento, el último método se relaciona con la satisfacción, realización enfocándose que el proceso de transferencia debe ser integral.

Además las motivaciones del talento humano del sector bancario, deberían estar caracterizadas por la iniciativa, voluntad de querer compartir los conocimientos, la búsqueda de la mejora continua mediante estrategias que permitan incrementar el potencial, talento creativo, capacidad innovadora, reconociendo el valor del trabajo, sus derechos, promoviendo la asertividad, autoestima, crecimiento personal y profesional en pro de objetivos comunes que beneficien a todos, para lograr superar las deficiencias en cuanto al desánimo, apatía, desinterés presentes en el comportamiento organizacional de este sector.

Es por ello, que la transferencia del conocimiento involucra los procesos de captura, motivaciones, actores, uso y formas de transmisión de saberes, en los cuales las organizaciones deben de establecer estrategias que permitan que el conocimiento sea transferido de forma oportuna, facilitando que el personal desarrolle una actitud de conocimiento, es decir lograr que el talento humano este motivado a compartir su conocimiento debido a los diversos beneficios que se obtienen a través de la sabiduría colectiva, el desarrollo



de un pensamiento creativo e innovador lo que va a permitir el cumplimiento de los objetivos empresariales propuestos además de contribuir con el desarrollo empresarial.

Desde esa perspectiva, las entidades financieras deberían de promover el uso de nuevas herramientas que permitan dejar registro del conocimiento y las modalidades laborales que promueven la creatividad, innovación en las que el talento humano pueda acceder a experiencias de empleados para la solución de problemas o metodologías que pueden utilizar para optimizar el desempeño laboral.

En virtud de ello, es necesario crear las condiciones que ayuden a potencializar y difundir los conocimientos en toda la organización, integrando al personal en este proceso enmarcado en las motivaciones, actores y uso del conocimiento, mediante la incorporación de esta triada, las entidades bancarias desarrollarían los conocimientos de forma integral, en este sentido se analizarán cada uno de estos aspectos para conocer su importancia.

Este planteamiento coincide con los resultados de la investigación de Zapata (2010), quien refiere que para desarrollar los elementos fundamentales de la transferencia del conocimiento, se requiere del apoyo y participación de la dirección general para impulsar planes, estrategias que permitan concienciar al personal y a los actores involucrados para motivarlos a compartir experiencias.

Ahora bien, los promedios de la dimensión analizada se ubicaron entre las Categorías de “Poco Adecuada” ($1.81 < 2.60$) y “Medianamente adecuada” ($2.61 < 3.40$), según Baremo establecido (Ver Cuadro 3). Partiendo de estos resultados se concibe que los elementos de la transferencia del conocimiento en el sector bancario del nivel media general se encuentran medianamente adecuados, considerando los resultados arrojados, que el personal directivos y los empleados de administración emplean de forma medianamente adecuada los elementos de transferencia del conocimiento, entre ellos los actores, el uso del conocimiento y poco adecuadas las motivaciones de compartir saberes como parte de la gestión bancaria, mediante acciones, que no conducen a concebir a estos elementos como potenciadores de los conocimientos del talento humano para el desarrollo de sus prácticas laborales.

Se debe destacar con base a ese análisis, se evidenció que en las organizaciones estudiadas a pesar que tienen un buen uso del conocimiento, lo aplican de forma individualizada, existiendo debilidades en relación a la implementación de una gestión orientada a fomentar en los trabajadores iniciativas, compromiso, motivaciones para intercambiar saberes, conocimientos que permitan conformar equipos multidisciplinarios en determinadas áreas para mejorar el desenvolvimiento de las funciones del personal en las organizaciones.

Tales debilidades en los sujetos encuestados no son coinciden con los postulados de Bayona y otro (2010), quienes afirman que los factores necesarios a la transferencia del conocimiento están referidos a los canales de relación, la frecuencia en el contacto entre las personas, la generación de auto conocimiento, además de la divergencia en los intereses y metas personales y organizacionales.

León y otros (2006), también ratifican estos postulados, quienes sostienen que se requiere la creación de un ambiente competitivo, donde se incentive a las personas a aprender de manera permanente cada vez más; así como la generación de un ambiente favorable para



compartir, distribuir la información entre todos los miembros de la organización para que ellos puedan utilizarla, convertirla en conocimiento individual y posteriormente en conocimiento organizativo.

En el caso del sector bancario, se plantea la necesidad de direccionar la gestión hacia la generación del conocimiento, necesarios para que una organización asuma una filosofía de orientada a la transferencia del conocimiento, de manera que se mantengan en la búsqueda de la mejora continua mediante estrategias que permitan incrementar el potencial, talento creativo, capacidad innovadora, reconociendo el valor del trabajo, en pro de alcanzar objetivos comunes que beneficien a todos, obteniendo un éxito compartido. Por lo que parece necesario la implementación de una plataforma tecnológica que facilite los mecanismos de transferencia, los cuales son indispensables que se consideren para garantizar la competitividad en las organizaciones, estos aspectos fundamentales permitirían una interconexión constante en el sistema de información y comunicación de las organizaciones.

El valor con menos frecuencia fue el indicador “Motivaciones” el cual resultó más desfavorecido por la opinión de los sujetos consultados, los hallazgos encontrados permiten establecer diferencias con lo manifestado por Mora (2006), citando a Gil ‘Adi (2001), que, siendo que la motivación es un elemento básico para que un sujeto pueda ser más participativo, integral, humanista, que proceda a través del ejercicio de un liderazgo que se ha identificado con el factor humano de la organización, sabe lo que este representa como capital intangible; y si, a la vez, se les sabe motivar, avivar su potencial creativo, capacidad innovadora, reconocerle sus derechos, alimentarle su asertividad, autoestima en pro de logros comunes que beneficien a todos.

Por lo tanto, la investigadora considera que las motivaciones del talento humano del sector bancario deberían estar caracterizadas por la disposición de querer compartir los conocimientos, a través de una comunicación estratégica que genere espacios para intercambiar informaciones, proyectos, iniciativas mediante un diálogo participativo que promueva un ambiente de confianza en el equipo de alto desempeño para trabajar de manera conjunta, a través de una toma de decisiones compartidas para alcanzar el éxito empresarial a través de la cohesión del talento y competencias del personal.

La media alcanzada por el indicador “Actores” se contempla como un elemento de transferencia del conocimiento medianamente adecuado, lo cual contradice lo expresado por Canals (2008), quien destaca que las personas o los actores en un contexto organizacional constituyen su componente fundamental, debido a que para que todo el proceso funcione, uno de los requisitos fundamentales es que los empleados tengan las capacidades necesarias derivado de su propio conocimiento, de allí que, proporcionar la formación adecuada pasa a ser una de sus principales bases.

Plantea el autor que las personas no trabajan aisladamente, por lo que es también muy importante facilitar la relación entre ellas, de manera que el conocimiento fluya fácilmente. Esto se logra cuando la organización contribuye con la satisfacción de las necesidades de interacción social o reconocimiento, por eso, el que las personas puedan interrelacionarse cómodamente se considera uno de los objetivos principales de la gestión y transferencia del conocimiento.



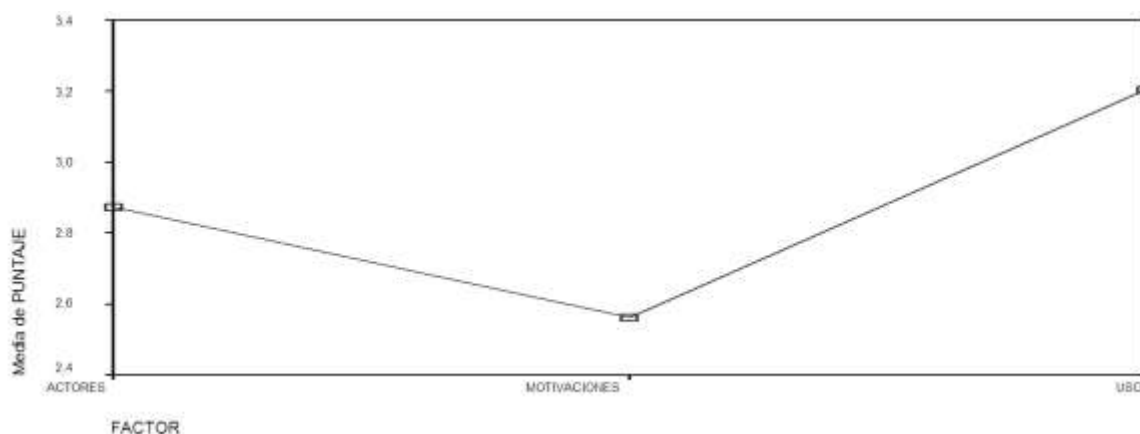
De la misma manera, sostienen León y otros (2006), que mediante un uso adecuado de las habilidades del personal, la creación de un ambiente competitivo, que incentive a las personas a que aprendan cada vez más; la generación de un ambiente favorable para compartir, distribuir la información entre todos los miembros de la organización para que ellos puedan utilizarla, convertirla en conocimiento individual y, posteriormente, en conocimiento organizativo, se desarrollan las capacidades de la empresa para enfrentar problemas cada vez más complejos.

Expresan en igual sentido que los autores anteriores López, Mejía y Schmal (2006), que las nuevas tecnologías en conjunto se convierten en nuevas formas de obtención de información científica. Pero, para que el desarrollo científico-tecnológico tenga lugar en forma efectiva se precisa proponer modelos de transferencia en los cuales se identifiquen claramente los actores involucrados y sus intereses en cada etapa del proceso, considerándose como tales a todos los participantes involucrados en el proceso de transferencia, desde la producción misma del conocimiento hasta su entrega y recepción.

Para la investigadora en el sector bancario se plantea la necesidad del aprendizaje organizacional, a fin de que éstas manifiesten una cultura del conocimiento alineada a los principios, a las normas sobre las cuales se instruyó; a la vez, muestren la generación del conocimiento, necesarios para que una organización asuma una filosofía de gestión orientada a convertirse en los bancos del conocimiento.

A continuación, se presenta un gráfico de polígono de frecuencias, que para el caso concreto del estudio únicamente expresa las medidas de tendencia central; medias alcanzadas que exponen el comportamiento de las unidades de análisis por cada uno de los indicadores de la dimensión analizada. En éste, se observa los promedios en orden descendentes de acuerdo a la preferencia de los sujetos consultados en las entidades bancarias seleccionadas en la presente investigación.

Gráfico 3. Medias para la Dimensión: Elementos del proceso de transferencia del Conocimiento



Fuente: Elaboración propia (2014).



METODOLOGÍA

Se utilizó la estadística inferencial la cual según Tamayo y Tamayo (2009), se aplica en dos núcleos, paramétrico cuando las variables son de tipo cuantitativo y no paramétrico, cuando las variables son de tipo cualitativo. Además Hernández y otros (2010), señalan que la finalidad de la referida estadística es probar hipótesis y estimar parámetros, indican que los datos se recolectan de una muestra y sus resultados estadísticos pueden ser estudiados mediante un análisis inferencial.

Los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento, fueron procesados la estadística inferencial, entre ellas las medidas de variabilidad; métodos paramétricos para la comparación de medias con los rangos ponderados para determinar el grado de presencia de los indicadores, dimensiones y variables en estudio. De igual modo, se empleó la técnica de Análisis de Varianza (ANOVA) y la Prueba Post Hoc de Tukey para el estudio del posicionamiento, así como los subconjuntos establecidos a partir de las diferencias significativas entre cada uno de los indicadores, denotando las medias altas en contraste con las más bajas.

A su vez, resultó pertinente ilustrar los resultados mediante Gráficos Lineales o Polígono de Frecuencias; denominado así por Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 291), a fin de destacar las medias alcanzadas, permitiendo con ello observar el comportamiento de los sujetos investigados. Sobre la base de lo anterior, y para demostrar la sistematicidad de la investigación, así como la efectividad del estudio en cuanto al logro de cada propósito que orientó esta investigación, los resultados se presentan con relación al objetivo que guio este estudio, mediante el cual se realizó inferencias como producto de los hallazgos evidenciados.

CONCLUSIONES

Los elementos del proceso de transferencia del conocimiento, son necesarios para establecer una cultura organizacional que fomente el aprendizaje y la sabiduría colectiva a través de lineamientos que promuevan el desarrollo del capital intelectual, las competencias del talento humano mediante una gestión participativa, innovadora además de humana para socializar conocimientos que se conviertan en ventajas competitivas garantizando el liderazgo en el mercado.

En cuanto al objetivo identificar los elementos del proceso de transferencia del conocimiento, considerando los resultados obtenidos se evidenció que en algunos casos el personal de las entidades bancarias no gestionan la transferencia del conocimiento para mejorar su desempeño laboral, no se encuentran motivados para compartir, intercambiar, socializar sus conocimientos y experiencias satisfactorias en la prestación del servicio, de manera que se pueda aumentar capital intelectual al adquirir nuevas competencias estratégicas que conlleven a la aplicación constante del aprendizaje y conocimiento adquirido.

En virtud de los planteamientos mencionados, se requiere generar cambios de esquemas obsoletos, de acciones poco estratégicas en las entidades bancarias; en la búsqueda de lograr que sus actores asuman su rol ante esas entidades, clave para el desarrollo de los países del mundo, más los mecanismos de solución de los problemas sociales, por lo que se recomienda la puesta en práctica de los lineamientos estratégicos propuestos para superar las



problemáticas presentes los cuáles permitirán establecer una gestión que promueva la transferencia del conocimiento en el sector bancario, fundamentándose en una cultura y filosofía organizacional orientada al desarrollo organizacional a través de la potenciación de nuevas ventajas competitivas basadas en el capital intelectual de los trabajadores.

Las tendencias gerenciales actuales están orientadas a la gestión, transferencia del conocimiento, pero se requiere que los líderes de las organizaciones asuman nuevos retos relacionados a una toma de decisiones que asuma cambios en la gestión a través de la incorporación de objetivos vinculados a la investigación y desarrollo, la innovación afianzándose en una cultura del conocimiento, reconociendo que el talento humano representa el activo fundamental para garantizar el éxito empresarial, por lo que se requiere establecer estrategias, planes para desarrollar su formación, capacitación facilitando la adquisición de conocimientos y experiencias exitosas que podrán ser implementadas en el desempeño de sus funciones, de manera que el personal se sienta comprometido y satisfecho dentro de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arceo Moheno, Gerardo (2010). **El impacto de la gestión del conocimiento y las TIC en la innovación.** Tesis doctoral. Disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/gam/Transferencia.htm>. Consulta 19/02/2013
- Bayona S., Cristina y González E. Raquel (2010). **La transferencia de conocimiento en la Universidad Pública de Navarra.** Disponible en http://www.unavarra.es/digitalAssets/136/136828_TransferenciaConocimientoUPNA.pdf Consulta 19/02/2013
- Bozeman, B. (2000). **Transferencia de tecnología y políticas públicas: una revisión de la investigación y teoría.** Revista Research Policy, Vol. 29, Nº 4 y 5.
- Canals, A. (2008). **Gestión del Conocimiento.** España. Ediciones Gestión 2000.
- Davenport, Tony. (2004). **Medieval Narrative: An Introduction: An Introduction.** Oxford University Press.
- Drucker, P. (1999). **Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI.** Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). **Metodología de la Investigación.** México: Mc Graw Hill.
- León Santos, M.; Ponjuan Dante, Gloria y Rodríguez C., M. (2006). **Procesos estratégicos de la gestión del conocimiento.** Disponible en http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14_2_06/aci08206.htm Consulta 16/02/2013.
- López M., Mejía, J. y Schmal, R. (2006). **Un acercamiento al concepto de la transferencia de tecnología en las Universidades y sus diferentes manifestaciones.** Disponible en <http://www.panorama.otalca.cl/dentro/2006-jul/articulo7.pdf> Consulta 23/05/2013.



Mora Vanegas, Carlos (2006). **Es necesaria una democracia proactiva en las organizaciones modernas. Ética y Valores organizacionales.** Disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales6/ger/etica-empresa-democracia.htm> Consulta 15/02/2013

Tamayo y Tamayo, M. (2007). **El proceso de investigación científica.** México. Editorial Prentice Hall.

Tissen, Andriessen y Lekanne. (2007). **El valor del conocimiento.** Editorial Prentice Hall. España.

Sebastián, J. (2008). **La Transferencia de Conocimientos en la Cooperación al Desarrollo.** Revista ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura. CLXXXIV 732 julio-agosto (2008) 719-728 ISSN: 0210-1963.

Vega, Carlos (2007). **Integración de herramientas de tecnología de información “Portales colaborativos de trabajo” como soporte en la administración del conocimiento.** Trabajo doctoral Disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/cavl/Transferencia%20del%20conocimiento.htm> Consulta 16/02/2013.

Zapata, Laura (2010). **Los determinantes de la generación y transferencia del conocimiento en pequeñas y medianas empresas del sector de las tecnologías de información de Barcelona.** Tesis Doctoral (Doct. Creación, estrategia y gestión de empresas) Universidad Autónoma de Barcelona.



LA PROCRASTINACIÓN COMO ELEMENTO PERTURBADOR DE LA PRODUCTIVIDAD DEL LÍDER EN LA ERA DIGITAL

Noel Neuman

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
nneuman@urbe.edu.ve

Cira de Pelekais

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
cirapelekais@urbe.edu

Edgar Alexander Prieto

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
eaprieto1@urbe.edu.ve

RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en explorar como los líderes que no son organizados en su trabajo pueden generar planificaciones que son inadecuadas. Este problema es muy común en organizaciones del siglo XXI. El tipo de investigación utilizada fue la documental, aplicando los métodos hermenéutico, así como lógico, a través de las técnicas de la observación documental así como el análisis del contenido con la utilización de los instrumentos de trabajo para interpretar la información de fuentes teóricas y prácticas. A partir del análisis e interpretación de los documentos consultados, de autores tales como: Ainslie (1992), Ferrari y otros (1995), Ellis y Knaus (1977), Kuhl (2003), Lay y Silverman (1996) se logró identificar que efectivamente la procrastinación es un elemento que incide en la efectividad del líder, dentro de la era digital en las organizaciones. De igual forma se describe en forma exploratoria como los elementos de la era digital impactan a los líderes, en artículos de: Lirio (2012), Sanders (1994), Steel (2007) y Zittrain (2008). Como consideraciones finales se identifican factores que deberían ser modificados en el líder para lograr mitigar o eliminar este elemento, entre ellos la necesidad primaria de planificar sus actividades para poder llegar al momento de la toma de decisiones con un panorama que puede ser resuelto sin tener dudas que retrasen el proceso decisorio que impacta entre otros aspectos el desarrollo del líder. Se deduce de la revisión documental que deben aplicarse acciones enfocadas principalmente a la organización del trabajo y la planificación de las actividades en función de las características del líder. La contrastación del material revisado dejó en evidencia que la procrastinación es un proceso que perturba en el líder, la toma de decisiones de manera directa o indirecta.

Palabras clave: Procrastinación, liderazgo, era digital.

INTRODUCCIÓN

La procrastinación es una expresión del retardo en la toma de decisiones, que en algunos casos pueden ser de vital importancia para la organización y donde el líder está afectando las condiciones de la empresa, al retardar acciones que pueden imponer el desarrollo de un riesgo, la pérdida de calidad del producto que se debe emitir, una pérdida económica por falta de una condición o una disminución en el volumen de producción de la organización.



En este sentido muchos estudios relacionados con procrastinación han mostrado en su mayoría que esta acción revela entre otros aspectos el posponer, retrasar o dejar de lado una tarea que requiere una acción o una decisión como lo revelan Ferrari y otros (1995). Ellos también muestran que los líderes que pueden desarrollar esta actitud en la que se tiende a actuar tarde en vez de temprano son las personas más propensas a desarrollar la procrastinación.

Con base en sus orígenes, las posibles definiciones de procrastinación incluyen al menos la indicación de poner las tareas de lado, ocasionando la espera. Aunque está reconocido de que el solo acto de posponer no es suficiente, ya que también se reconoce que existe un elemento de retraso, relacionado con la decisión o acción, aunque no se aplica en planificaciones y priorización, cuando se muestra prudencia y precaución, en referencia a decisiones que podrían afectar a la organización. Es necesario diferenciar a la procrastinación de esos términos ya que no son sinónimos. En general esta característica tiene en la mayoría de los casos una connotación negativa

CARACTERIZACIÓN DE LA PROCRASTINACIÓN

En general ha sido reconocido que el criterio de retardo es problemático de alguna manera. Estas son categorizadas en uno de tres posibles grupos:

- Dolor psicológico.
- Acción intencionada.
- Racionalidad.

El dolor psicológico puede presentarse como un estado psicológico con aversión y se relaciona con un componente de falta de confort manifestado en forma subjetiva, como lo señalan Ellis y Knaus (1977 citados por Duru E. y Balkis, M., 2014). Asimismo este elemento también puede sentirse cuando los retardos son debidos a una priorización eficiente, y también cuando debemos seleccionar una opción entre las posibles tareas importantes las cuales presionan al líder, como por el ejemplo el muy conocido conflicto entre trabajo y familia.

Por ello, la intención dentro del marco de las acciones también es una característica que ayuda a caracterizar a la procrastinación. Lay y Silverman (1996, citados por Paz M. y Ángeles (2013)) señalan que procrastinamos cuando retrasamos al comienzo y al final de cursos de acción que ya tenían una intención original. Aunque la intención, o su falta es una condición necesaria para la procrastinación no es una condición suficiente, como lo indica Kuhl (2003) que se retrasa la respuesta a una acción hasta que la situación apropiada se encuentra en desarrollo, como es observado en algunos procesos de toma de decisiones.

Por otra parte, otra característica que le da forma a la procrastinación es la que muestra una falta de racionalidad en la toma de decisiones. En el común de los casos la procrastinación es muy frecuentemente considerada como un comportamiento con retraso sin lógica, como lo señala Sanders (1994) así como Ellis y Knaus (1977 citados por Duru E. y Balkis, M., (2014)). Entonces se debe reconocer que una acción racional se establece para cumplir algún objetivo, ya que los líderes que están tomando la decisión conocen las circunstancias alrededor de la situación, por lo que no tomarla en tiempo, podría indicar falta de racionalidad.



En consecuencia estas características permitirán tomar algunos aspectos para dar luces de hacia dónde se debe observar cuando se estudia la procrastinación dentro de la toma de decisiones. Esto es un problema de vital importancia, sobre todo cuando lo sufren los líderes de organizaciones donde las decisiones son de radical importancia para mantener la posición de la empresa.

Toma de decisiones con procrastinación: retardo racional en el proceso

Se ha podido observar de las características anteriores que el procrastinar se relaciona con retardos irracionales al igual que un retardo intencional de las áreas o acciones que deben tomarse para avanzar en un proceso decisorio. Esto ha sido reflejado en muchos estudios sobre todo en el área económica ya que en temas como la teoría de la utilidad, que es un importante factor en la toma de decisiones que se producen con base en el razonamiento práctico. Como lo señala Hampton (1998) cuando escribe que somos racionales cuando escogemos las decisiones que maximizan la productividad, con lo que se establece que la base de nuestras decisiones debe estar lo más cercano de nuestros objetivos. Esto conforma los intereses, objetivos o preferencias materiales o psicológicas.

Como consecuencia de lo anterior se procrastina cuando esperamos no empeorar la situación al retrasar nuestras tareas o deberes. Por lo que se puede preguntar si manejar en forma inadecuada nuestro tiempo o planificación incide negativamente en la toma de decisiones al procrastinar.

De allí pues, que estas decisiones pueden ser tomadas por los líderes de empresas, y que cuando en ellos existen retardos en la toma de decisiones la organización se podría ver afectada de manera inmediata en donde posiblemente ocurra un hecho negativo posterior dependiendo, de lo tardío e impactante que sea la decisión.

De acuerdo a lo antes mencionado, este trabajo explora como la mitigación de una característica que se observa en algunos líderes puede ser minimizada al conocer, caracterizar y al menos aminorar la práctica de la procrastinación como medio para atrasar el proceso decisorio del líder.

El impacto de la procrastinación en la era digital

En un mundo digital que requiere decisiones más rápidas que son necesarias para poder lograr posiciones de ventaja para las organizaciones, los líderes deben ser capaces de desarrollar características de personalidad que no perturben sus decisiones en donde puedan lograr mantener a la organización en un plano competitivo y adecuado. Esta realidad se ha desarrollado debido al avance vertiginoso que han tenido las formas de comunicación, que obligan al líder a acelerar sus procesos decisorios ya que la respuesta puede ser enviada en forma casi instantánea luego de conocer las posibilidades eligiendo la más valiosa. En el pasado esto podría retrasarse debido al impedimento de acceder a la información requerida de forma inmediata, como sucede en nuestros días.

En lo consiguiente las decisiones son un elemento fundamental y cotidiano en el funcionamiento para el avance de las organizaciones en la era digital de la tecnología, donde la inundación de elementos digitales hace que los requerimientos decisorios sean tomados en



forma rápida y adecuada. Estas decisiones son determinantes para ejecutar acciones que podrán impactar la posición de una organización.

Para ello hay una gran cantidad de información que se ofrece a través de los medios sociales y que ha tratado de identificar como la era digital ha cambiado la vida de las personas en donde ese cambio se evidencia con una velocidad cada vez más rápido. Esto produce que los procesos de procrastinación sean más impactantes debido a la escala de tiempo “reducida” con la que se maneja la información hoy en día. De forma ejemplar lo presenta el blog Informatizarte (2011), cuando menciona que en la era digital, se aumentan la cantidad de estímulos que nos dispersan. En el blog se señala que existe un gran número de formas en las que podemos usar para mejorar nuestra actuación y de esa forma lograr desarrollar las actividades antes de que sea tarde para decidir en cualquier escenario.

Es importante también reconocer que el efecto de la procrastinación se está multiplicando ya que como lo presenta Lirio (2012), la situación es tal que si deseamos como un todo mitigar los efectos de la procrastinación sobre los sistemas que vamos a usar, debemos tratar con más énfasis y recursos en construir procesos “... con un poco más de “hard” (¡Interruptores simples!) y menos “soft” (esos odiosos “menús de inicialización”)”. Esta frase está muy ligada a la idea de informática, pero enfatiza la idea de que debemos construir nuestras decisiones usando bases simples y no con una gran cantidad de información sucedánea que podría no ser necesaria y podría servir como iniciador para provocar procesos de procrastinación.

Según Zittrain (2008) el principio de procrastinación se establece en la asunción de que los problemas que enfrentan las redes pueden ser resueltos después por otros. Esto basado en el hecho de que las redes no pueden ser diseñadas para hacer actividades que deben ser problemas del usuario. Este principio planteado de esta manera muestra que uno no debe decidir por algo que no es de su responsabilidad, por lo que abre la posibilidad de que esto sea asumido por un líder y produzca una sensación de que si hay retrasos, estos podrían no ser su culpa. Es así como la pro-actividad al igual que la planificación de tareas podrían ser vistas como actividades que no deberían realizarse, lo cual crea la falsa percepción de que esperar es adecuado.

Lo antes explicado, es un efecto producido por las redes sociales que se usan en las organizaciones, uno de los más grandes medios de acción de la era digital, las cuales propenden hacia una visión que podría ser malinterpretada por una persona dentro de su campo de decisión y podría soportar los retrasos o los procesos que impiden tomar las decisiones en el mejor tiempo.

Habilidades para mitigar la procrastinación

Como parte de la mejora del líder sobre uno de los problemas que se plantean dentro del marco de la toma de decisiones, se observa con base en lo anterior que pueden plantearse varias opciones de ayuda que permitan mitigar y con buena aplicación eliminar la procrastinación. Entre ellas se han estudiado teóricamente, de fuentes varias, como: el desarrollo de habilidades auto regulatorias asociadas con el problema se pueden desarrollar a través de la automatización de la regulación de la energía, premios y castigos, control para la tentación de la atención, control de la atención al objetivo así como al control del estímulo.



Estas habilidades serán brevemente descritas, como elementos de apoyo para resolver el problema que suele perturbar a los líderes tal como las comenta Steel (2007) en su artículo.

Regulación de la energía: un rol de la fuerza del ego

Es una habilidad referida al rol de la fuerza del ego que se tiene sobre la voluntad al igual que el control de los impulsos. Es por esto fundamentalmente que cuando las personas están cansadas o deprimidas, es más complicado para ellos mantener bajo el proceso de retraso y el enfoque hacia las decisiones que deben tomarse. Con la falta de energía se puede apoyar la inhibición hacia actividades que no le son confortables al líder, esto relacionado con los procesos de retardo en la acción. Esto ha sido mencionado por algunos autores, aunque no es fácil de identificar o medir en los individuos.

Automatización de la actividad: desarrollando hábitos en el comportamiento

Esta se refiere al desarrollo de hábitos de trabajo. Dentro de estas costumbres, los que se refieren a procrastinar normalmente no están presentes en el comportamiento del líder. En general la automatización de la actividad propenderá a prevenir la procrastinación en los procesos de comportamiento del líder y propenderá a dar celeridad al proceso decisorio.

Correctivos y reconocimientos: elementos para autodirigirnos

De acuerdo con los principios del comportamiento, los correctivos y reconocimientos son elementos que afectan la forma en que nos dirigimos. El auto-reconocimiento debería ser una forma de propender a evitar la procrastinación, sin embargo estos elementos no son muy efectivos cuando son auto-administrados ya que requieren un nivel de auto regulación que no es fácil de lograr en una persona sin un desarrollo de habilidades muy efectivo. Ainslie (1992) indica que el gran problema de esta forma de apoyo es muy susceptible de ser corrompido cuando las reglas se “doblan” hasta el punto que no es efectivo.

Control de tentación sobre la atención: una opción para no desviar el enfoque de la acción.

Esto se encuentra en las personas cuando ellas son capaces de mantenerse lejos de las opciones tentadoras hacia desviar su enfoque hacia la acción decisional. Esto se ha identificado de tres maneras: distracción de la atención, distracción emocional y miedo de olvidar. Esto requiere que las personas puedan suprimir otras necesidades o deseos durante los procesos decisivos donde necesitan la mayor atención para lograr el objetivo.

Control de la atención al objetivo: objetivo versus distracción.

Este control está relacionado con en el proceso anterior con la excepción de que asegura que la habilidad de mantener la atención del líder hacia el objetivo es más fuerte que las opciones que lo pueden distraer. De igual forma también puede apoyarse en la posibilidad de un sentimiento complaciente del logro del objetivo que podrá provenir la procrastinación. Sin embargo esto es un tema que se ha presentado complejo como lo dice Steel (2007).

Control del estímulo: una manera de identificar las tentaciones.



Este es un proceso que se refiere alrededor del líder con apoyos de las tareas y eliminando los signos que pueden inducir hacia la tentación. En general el control de la intención estratégica permite identificar las tentaciones, usando apoyos de memoria para reafirmar el compromiso sobre la tarea. Un ejemplo simple puede referenciarse al considerar como una forma de controlar el estímulo, lográndolo utilizando un sitio fijo para desarrollar sus procesos administrativos. De igual manera se puede considerar la remoción de apoyos que orienten hacia la realización de tareas que compitan entre ellas y puedan crear una tendencia hacia la procrastinación.

Consideraciones finales

La contrastación del material revisado dejó en evidencia que la procrastinación es un proceso que perturba en el líder, la toma de decisiones de manera directa o indirecta. Por esta razón se debe tomar en cuenta al tratar con el líder, para que su efecto no sea perjudicial para la organización. Es importante también lo observado que la era digital, está produciendo factores adicionales que pueden afectar más rápidamente a la persona que toma decisiones, esto debido al cumulo informacional que existe en la era digital.

Se induce de la revisión documental que deben aplicarse acciones enfocadas principalmente a la organización del trabajo y la planificación de las actividades en función de las características del líder. Asimismo se presentan varias actividades que pueden ayudar a mitigar la procrastinación de forma que el líder que requiere de la toma de decisiones pueda formar un esquema de apoyo que lo ayude a conocer posibilidades, crear alternativas y elegir la más efectiva en tiempos adecuados sin distracciones que lo alejen del proceso.

Es así como las redes, grandes medios de acción de la era digital, inciden en el camino del líder, dentro de su campo de decisión, produciendo retrasos o facilitando los procesos que impiden tomar las decisiones en el mejor tiempo. Es por eso que hoy en este momento debe ser un tema estudiado para que no produzca impactos perdurables.

Nuestro proceso exploratorio inicial muestra de la revisión bibliográfica que este serio problema puede ser mitigado con simples habilidades que llevan al líder a responder de forma más rápida y asertiva en sus procesos decisorios. Es importante también señalar que desde épocas anteriores, los estudiantes eran elementos que sufrían estos problemas, por lo que el proceso se había estudiado pero solo desde el punto de vista de su impacto en la academia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ainslie, G. (1992). **“Picoeconomics: The strategic interaction of successive motivational states within the person”**. New York: Cambridge University Press.
- Duru E. y Balkis, M. (2014), **“The Roles of Academic Procrastination Tendency on the Relationships among Self Doubt, Self Esteem and Academic Achievement”**, Education and Science, Vol. 39, No. 173.
- Ferrari J., Johnson J., & McCown W. (1995). **“Procrastination and task avoidance: Theory, research, and treatment”**. New York: Plenum Press.



- Hampton, J. (1998). "Rationality, practical". E. Craig (Ed.). **Routledge encyclopaedia of philosophy**. Padstow, Cornwall: T J International Ltd.
- Kuhl, J. (2003). "**A functional-design approach to motivation and self-regulation: The dynamics of personality systems interactions**". En el libro "Self-regulation: Directions and challenges for future research". Academic Press.
- Lay C. y Silverman S. (1996). "**Trait procrastination, anxiety, and dilatory behavior**". *Personality & Individual Differences*, Vol. 21 No. 1.
- Lirio, I. (2012). "**Y lo "hard" se volvió "soft"**", **Procrastinación – el arte de la postergación**, http://procrastinacion.org/index.php?option=com_content&view=article&id=104%3Ahard-soft&catid=41%3Adescriptivos&lang=en, consultado el 15/09/2014.
- S/A, Informatizarte,(2011) "**La procrastinación: no deje para mañana lo que puede hacer hoy**", <http://informatizarte.com.ar/blog/?p=1335>, consultado el 01/09/2014.
- Sanders, M. I. (1994). "**Procrastination, anticipation, and the timing of inevitable aversive events**". Tesis Doctoral, Universidad de Columbia. *Dissertation Abstracts International*, Vol. 55 No.3-B.
- Steel P.,(2007). "**The nature of procrastination**", *Psychological Bulletin*, American Psychological Association, Vol. 133, No. 1.
- Zittrain J., (2008). "**The future of the internet - and how to stop it**", Yale University Press, Penguin UK/Allen Lane.
- Paz M. y Ángeles E. (2013). "**¿Puede amortiguar el Engagement: los efectos nocivos de la Procrastinación académica?**", *Acción psicológica*, Vol. 10, no.1.



FACTORES RECURRENTES EN PLANES URBANOS EXITOSOS

Anaydéé morales

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
amoralesurdaneta@gmail.com

RESUMEN

Partiendo de la importancia de la ciudad para la vida del hombre, ya que más de la mitad de la población mundial vive en una de ellas, cómo transformarla para que satisfaga las necesidades de su población, a través de qué procesos de planificación. Esto implica saber que sin planificación es imposible hacer una ciudad que cubra las expectativas de sus habitantes. Sabiendo que también la planificación ha cambiado según la dinámica mundial, qué tipo de plan es el más adecuado para alcanzar esa transformación deseada y qué factores deben estar presentes en esos planes para que sean ejecutados con éxito. Identificar si existen factores recurrentes al analizar algunos planes exitosos en diferentes ciudades del mundo, de Europa y Latinoamérica sin duda ofrece la posibilidad, puesto que no existen recetas urbanas, para delinear un camino que oriente a gobernantes, vecinos, empresarios u otros actores urbanos participantes en la transformación y ello representa el objetivo de esta ponencia. De ese análisis se obtiene la presencia de factores de diferente naturaleza que están presentes en todos los planes analizados y que fueron ejecutados con éxito, alcanzando los objetivos que se plantearon en el tiempo que duró su ejecución. Esto puede servir de base para aquellos que se enrumben hacia la ejecución de planes urbanos y deseen alcanzar el éxito en su ejecución.

Palabras clave: Planificación, Factores Claves, Plan Urbano.

INTRODUCCIÓN

La mitad de la población mundial vive en ciudades. Hay 39 ciudades en el mundo que tienen entre 5 y 10 millones de habitantes y otras 16 que superan los 10 millones. Estas cifras se desprenden del informe de la ONU sobre el estado de las ciudades del mundo 2004 – 2005 presentado durante el II Foro Urbano Mundial, celebrado en septiembre del 2005 en Barcelona, España. Si esto es así, es fundamental considerar la ciudad como el espacio más importante para la vida de los seres humanos en nuestro planeta.

Qué se requiere para que ese espacio tenga las mejores condiciones para generar bienestar, es una de las preocupaciones de gobernantes, líderes políticos, urbanistas, arquitectos, vecinos, y muchos profesionales más. Cómo lo han logrado algunas ciudades del mundo, a través de generar una visión compartida entre los actores urbanos, a través de un plan, cómo se han modificado los planes según los cambios mundiales para adaptarlos a la dinámica actual y qué factores están presentes en los planes que se han ejecutado con éxito son algunas de las interrogantes que en esta ponencia se estudian.

Así se analizan y se comparan los siguientes planes estratégicos, el del centro histórico de la ciudad de Santiago de Compostela, España, el de la ciudad de Curitiba en Brasil, el de la fachada ribereña de la ciudad de Lisboa Portugal, el de la Provincia de Santa Fe, Argentina, y el del centro histórico de la ciudad de Maracaibo, Venezuela. De este análisis se desprenden los



factores recurrentes en planes urbanos que fueron ejecutados con éxito en un tiempo determinado.

Producto de esta comparación se identifican esos factores necesarios e imprescindibles que deben estar presentes en un plan estratégico urbano para alcanzar con su ejecución el nivel de bienestar en la población correspondiente, establecido en el mencionado plan. Dichos factores se analizan utilizando dos matrices en las que partiendo del listado de acciones correspondientes a cada plan (matriz 1), se agrupan según su naturaleza (matriz 2). Dichos factores que en definitiva son lineamientos de acción, están presentes en cualquier plan estratégico urbano adquiriendo particularidades que se derivan de lo específico que es cada ciudad y sus actores urbanos.

LA CIUDAD Y SU PLANIFICACIÓN

Entender la ciudad es fundamental para comprender cómo se originan los cambios en ella. La ciudad tiene su origen en un espacio poblado de personas que escogen su hábitat en función de unas relaciones sociales establecidas entre ellas y que se construye en estrecha relación con el ambiente. Este espacio poblado crece, al crecer su población, se especializa y se vincula con otros espacios poblados. Adquiere particulares expresiones y puede transformarse en una ciudad.

Muchas son las definiciones de ciudad, algunas más antiguas, según Sorre (1967): “Una aglomeración de hombres más o menos considerable, densa y permanente con un elevado grado de organización social: generalmente independiente para su alimentación del territorio sobre el cual se desarrolla, e implicando por su sistema una vida de relaciones activas, necesarias para el sostenimiento de su industria, de su comercio y de sus funciones”. Asimismo, Derreau (1983): “La ciudad es una aglomeración importante organizada para la vida colectiva y en la que una parte notable de la población vive de actividades no agrícolas”.

Según, Davis (1975): “Una ciudad es una comunidad de considerable magnitud y de elevada densidad de población que alberga en su seno una gran variedad de trabajadores especializados, no agrícolas amen de una elite cultural e intelectual. Según ,De Terán (1975): Es una agrupación más o menos grande de hombres sobre un espacio relativamente pequeño que ocupan densamente, que utilizan y organizan para habitar y hacer su vida ,de acuerdo con su estructura social y su actividad económica y cultural.

Según el Diccionario de la Academia Francesa (2012): “es la reunión de muchas casas dispuestas en calles encerradas dentro de un recinto común que suele ser de muros y fosos y por otro lado el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2012), establece, “un conjunto de edificios y calles regidos, por un ayuntamiento, cuya población densa y numerosa se dedica por lo común a actividades no agrícolas“. Todas coinciden en que es una aglomeración, de personas más o menos grande, que se dedican a diversas actividades no agrícolas y que han escogido ese espacio de forma permanente para vivir, según ciertos acuerdos o normas. Pues, ese espacio llega tener su propia dinámica, hay autores que dicen que tiene además, vida propia.

Al crecer puede transformarse para bien o para mal generando bienestar o malestar en sus habitantes. Para alcanzar el bienestar, producto de la transformación se recurre a la



planificación. Según, Fernández (2004): Se entiende por planificación un proceso continuo que refleja cambios, del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos. Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Planificar es establecer un plan. Organizar conforme a un plan.

Según, Peralta (2009): La planificación es el proceso por el cual se pueden cambiar eficientemente los recursos disponibles en función de ciertos objetivos de tipo político ideológico. Como podemos observar implica optimización del uso y combinación de recursos con el fin de lograr beneficios de tipo colectivo. Es decir, tiene que ver con beneficio para el colectivo y con el uso de los recursos para ese fin. Si entendemos la ciudad como un colectivo, debemos hablar entonces de planificación urbana.

Por esta se entiende, según el Diccionario de Urbanismo, Geografía Urbana y Ordenación del Territorio(2000), es el conjunto de instrumentos técnicos y normativos que se redactan para ordenar el uso del suelo y regular las condiciones para su transformación o en su caso, conservación. Esta planificación se concreta en un plan urbano, que es un instrumento técnico que se aplica en un ámbito espacial determinando, y establece una serie de delimitaciones de diferente orden para el desarrollo de la ciudad.

Sin embargo ha cambiado tanto la dinámica urbana, que en función de la rapidez en producirse acontecimientos de todo tipo, económicos, sociales, ambientales, culturales, entre otros, que afectan la vida del hombre, ya la planificación urbana como se había entendido no es suficiente para generar cambios positivos en una ciudad, Fernández (2004), establece que la década de los 90 se caracterizó por la puesta en marcha de un amplio abanico de planes urbanos en ciudades de condiciones, muy diversas pero con un común denominador: la necesidad de experimentar con nuevas herramientas de gestión basadas en enfoques innovadores para resolver los problemas inherentes al crecimiento urbano.

La planificación urbana que se utilizaba, dada la nueva dinámica urbana y los cambios mundiales, se quedaba obsoleta al primer año de ejecución. Comenzó entonces a difundirse en los foros académicos y en los órganos de planificación urbana de los gobiernos locales una nueva metodología de gestión urbana conocida como planificación estratégica. Esta se constituyó en un laboratorio a cielo abierto de transformación de los espacios metropolitanos. Entendiéndose según el autor, como planificación estratégica el proceso que permite clasificar el modelo de ciudad deseado y avanzar en su consecución coordinando las energías y voluntades, adaptándose a las nuevas circunstancias y mejorando las condiciones de vida de los ciudadanos.

Esta metodología se apropia de la voluntad de promotores urbanos, entendiéndose como tal, aquellos que promueven el desarrollo de la ciudad en función de un beneficio colectivo y que formulan y ejecutan con éxito numerosos planes, que logran en corto tiempo transformaciones significativas en ciudades incluso de países en desarrollo. Sin duda existen factores presentes en los planes estratégicos urbanos, de esas ciudades, que son recurrentes y que deben estar presentes porque de no existir el plan estratégico urbano no se hubiesen desarrollado con éxito.

Estos factores recurrentes podrían describirse como líneas de acción o lineamientos, que determinan, forma, lugar y modo para llevar a cabo una política, en nuestro caso en materia



urbana ya que estamos hablando de ciudad. En el estudio realizado por Morales (2012), Lineamientos para la Elaboración de un Manual de Acciones para la Ejecución de Planes Urbanos en Venezuela, tras analizar planes estratégicos específicos para ámbitos urbanos de diferente magnitud tales como:

RESCATE DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA. ESPAÑA

En el año 1985 la ciudad histórica de Santiago de Compostela, capital de Galicia, Norte de España, fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Entonces, la zona monumental de Santiago mostraba claros síntomas de crisis, 18% de las viviendas estaban vacías, su población había envejecido, aumentaban los espacios marginales, el tránsito congestionaba las calles y el 40% de las casas precisaban una rehabilitación.

Dada esta situación, en 1987 se abordó simultáneamente la revisión del Plan General del municipio y la redacción del Plan Especial de Protección y rehabilitación de la Ciudad Histórica, que pretendía recuperar y proteger las funciones urbanas del centro histórico y la defensa y la reconstrucción de los valores de la ciudad. Se formularon tres objetivos prioritarios para su actuación en el centro histórico: darle uso residencial a la zona, convertirla en un lugar de encuentro y crear corredores verdes a su alrededor.

La naturaleza particular del proyecto y el valor cualitativo de su patrimonio permitió involucrar a la Administración del Estado y la Comunidad Autónoma de Galicia y crearon con el Municipio una entidad estable de cooperación inter-administrativa, el Consorcio de la Ciudad. El Consorcio de Santiago es un organismo de gestión pública en el que están representadas las administraciones central, autónoma y local. La coordinación política y administrativa que la existencia de este organismo facilita constituye uno de los elementos clave de la recuperación de la Ciudad Histórica y de las acciones urbanísticas llevadas a cabo en la ciudad. De acuerdo a sus estatutos, en su Consejo de Administración todas las decisiones debían tomarse por unanimidad.

Los instrumentos urbanísticos apoyados en la ocasión que ofrece la redacción coordinada y simultánea, permitieron un diálogo innovador entre diferentes niveles de la planificación, para solucionar, desde el planeamiento general y atendiendo en especial los problemas estructurales y menores que se detectaban en la Ciudad Histórica. Mostrando este ejemplo algunos factores de éxito en la ejecución de un Plan Urbano.

PLAN ESTRATÉGICO DE LA CIUDAD DE CURITIBA. BRASIL

Uno de los elementos innovadores del Planeamiento Estratégico de la Ciudad de Curitiba en el sur de Brasil está constituido por su sistema de transporte y la atención del medio ambiente. La prioridad dada a los sistemas de transportes en esta ciudad de cerca de 1.3 millones de habitantes viene ya de la década del 70. En los años 90 se procede a la ampliación de la Red de Transportes de las Áreas Metropolitanas y se crean nuevas alternativas con la implantación de redes de bici sendas. Según Morales (2012).

Todo el proceso de planificación en Curitiba está marcado por el concepto de accesibilidad de los servicios públicos y participación de los ciudadanos. En 1995 se crearon las primeras Calles de la Ciudadanía, edificaciones que reúnen en un mismo espacio físico, los servicios



públicos esenciales, área deportiva y cultural, transformándose en un punto de encuentro de la población. Así se garantizaba la actuación dentro del principio de la descentralización de la administración pública y garantizaba el acceso de la población a los servicios ofrecidos, las Calles de la Ciudadanía están siendo implantadas próximas a terminales de transporte, integrando asimismo la iniciativa de promoción del sistema de transporte público de la ciudad.

RECUPERACIÓN DE NUEVOS ESPACIOS PÚBLICOS PARA LA CIUDAD. LA RECALIFICACIÓN URBANA DE LA FACHADA RIBEREÑA DE LISBOA, PORTUGAL

Uno de los principales objetivos y elementos de interés del Primer Plan Estratégico de Lisboa de 1992 estaba constituido por la recalificación urbana de la fachada ribereña, devolviendo el río Tejo a la ciudad. De hecho desde el siglo XX toda esta zona ocupada por el Puerto de Lisboa vivía de las costas de alrededor de la ciudad, constituyendo una verdadera barrera de acceso (sobre todo después de la instalación de las líneas férreas) al río. Asimismo, el Municipio de Lisboa comenzó a trabajar estrictamente con la Administración del Puerto de Lisboa, de modo de iniciar una gran operación de rehabilitación/revitalización de los núcleos y enclaves portuarios antiguos de constitución de nuevas fachadas urbanas en las áreas en obsolescencia.

En el frente ribereño se instalaron múltiples funciones urbanas: no solo restauraciones, sino también comercios, servicios, implantaciones de espacios naturales, de planes de agua, especialmente preparados para actividades náuticas, mejora de los canales de embarque, actividades lúdico-culturales, en alianza con diversas entidades e iniciativas privadas.

En todo este esfuerzo de recalificación urbana, se incluyó un proyecto para realizar en Lisboa una exposición universal para celebrar el quinto centenario del viaje marítimo de Vasco de Gama a la India: la Expo 98. Era claro que era preciso trabajar en el sentido de evitar el desperdicio pues se realizaron varias exposiciones internacionales en el siglo XX. La idea era transformar un acontecimiento festivo en un acontecimiento útil para la ciudad y el país. La opción por la realización en la zona oriental de Lisboa, una vasta área degradada y contaminada, respondía a este objetivo.

Así observamos cómo, instalaciones industriales anticuadas, depósitos petroleros, viejos almacenes militares, un matadero obsoleto y hasta un basurero a cielo abierto deberían dar lugar a un nuevo concepto de ocupación del espacio que permitiese, en el futuro, devolverle a la ciudad de Lisboa una importante franja de territorio de cerca de 5 Km de extensión de 340 hectáreas, situada a la vera del río Tejo. A tal efecto fue constituida en 1993 una sociedad anónima de capitales públicos del Estado Central y del Municipio de Lisboa – el Parque Expo 98- que fue responsable de la profunda intervención de regeneración de toda la zona, la cual, en particular desde el punto de vista ambiental, permitió valorizar toda las singularidades de la zona y maximizar las potencialidades de usufructo futuro.

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA PROVINCIA DE SANTA FE. ARGENTINA

El Plan Estratégico Provincial según Morales (2012), integra un conjunto de programas y proyectos de escala provincial y regional ordenados a partir de tres líneas estratégicas:

Territorio integrado, Calidad Social y Economía del Desarrollo. Las líneas estratégicas son orientaciones generales que articulan proyectos de naturaleza afín. El Territorio integrado es un espacio público, complementario y diferente de los lugares particulares. Es un patrimonio



colectivo que supera las antiguas fragmentaciones promoviendo la vinculación interregional y las relaciones entre lo urbano y lo rural.

La Calidad social incluye las posibilidades de todos los ciudadanos para poder participar en la vida social, política y económica de las comunidades que integran con el objeto de alcanzar su máximo bienestar. Hay calidad social en una comunidad cuando todos sus habitantes están incluidos. La Economía del Desarrollo es una estrategia que apunta a capitalizar y optimizar los recursos existentes mediante el conocimiento, el ingenio, la habilidad y el talento de la sociedad.

Asimismo se desarrollaron, las Asambleas Ciudadanas que son reuniones abiertas y participativas en las que las autoridades y representantes del Estado provincial, gobiernos locales y organizaciones e instituciones de la sociedad civil proyectan juntos su futuro y dan seguimiento a los proyectos contenidos en el Plan Estratégico Provincial. Se trata de una modalidad que convoca a miles de santafesinas y santafesinos en cada región y que se celebra en escuelas públicas de la provincia.

Los Consejos Regionales de Planificación se establecen como órganos de carácter consultivo, asesor y promotor del proceso de planificación estratégica de la Provincia de Santa Fe. Su tarea principal es desarrollar acciones que promuevan el diálogo, la coordinación, la negociación y la corresponsabilidad entre el Estado y las organizaciones de la sociedad civil, sobre los temas y proyectos estratégicos definidos como prioritarios. Y los Foros son espacios de encuentro y diálogo donde la participación es definida en función de una temática específica, tal es el caso de los jóvenes y comunidades de pueblos originarios.

PLAN ESPECIAL DE RENOVACIÓN URBANA DEL ÁREA CENTRAL DE LA CIUDAD DE MARACAIBO

El Plan tiene como finalidad reconstituir el Área Central de Maracaibo como el centro de mayor importancia dentro del conjunto de centros de la ciudad, sobre la base de su valor histórico caracterizado como espacio para el encuentro de la colectividad con sus raíces y como escenario para la actualización de los valores tradicionales, a la vez que adecuándolo a las actuales exigencias del desarrollo de la ciudad

POLÍTICAS DEL PLAN:

RESTRUCTURACIÓN FUNCIONAL. El Plan se propone establecer una estructura funcional que consolide el rol del Área Central como centro de primer orden, a través de lo siguiente: Redimensionar el Área Central en una estructura de mayor capacidad y con la diversidad funcional del centro tradicional. Diversificar los usos en el área incrementando los de tipo cultural, turístico y recreacional a nivel urbano. Consolidar la función de administración pública local y regional.

Fortalecer la función residencial afianzada en la zona y sus variantes “especiales” (hoteles, pensiones, etc.). Ordenar y regular la actividad informal, dentro del área, de tal manera que integren al buen funcionamiento de todas las actividades formales, el tránsito y transporte público. Conservar la función portuaria, pero tendiente hacia una vocación turística en el futuro y repotenciar la pequeña y mediana industria. Política que conduce a la reintegración de sus funciones originarias.



REPOBLAMIENTO DEL ÁREA. El Plan creará los incentivos y desarrollará las acciones necesarias para incrementar la población residente en el Área Central, a una cantidad tal que pueda producirse su organización y en consecuencia, contribuya al control social del área. Esto implica conservar la población que actualmente habita en los sectores residenciales y generar una demanda de vivienda en el Área Central mediante algunas acciones que se describen a continuación.

Tales acciones son: La creación de un clima de seguridad personal y seguridad frente a posibles acciones de expropiación. Definir y programar el mercado específico al cual estará dirigido la promoción de las nuevas viviendas. Fomentar la conservación y mantenimiento de las edificaciones residenciales existentes propias del centro tradicional. Propiciar la localización de usos residenciales de carácter especial tales como hoteles, pensiones y residencias estudiantiles, etc. Incorporar la mano de obra desocupada a la economía formal dentro del Área.

RESCATE FÍSICO-AMBIENTAL (RECUPERACIÓN DE EDIFICACIONES Y DEL PAISAJE TRADICIONAL). El Plan se orientará a convertir el Área Central en una zona ambientalmente satisfactoria, actuando sobre el condicionamiento climático, control de ruidos y olores; y saneamiento de los espacios públicos, riberas lacustres y márgenes de cañadas; la restauración, la conservación, reutilización y mantenimiento de edificaciones de valor histórico y/o arquitectónico restituyendo la unidad paisajística del área central.

El Plan desarrollará su propio modelo de gestión, con criterio de apertura, participación y en correspondencia con el proceso de descentralización y de mayor democratización de la sociedad venezolana, buscando fundar en dicho modelo la legitimación de las acciones que se propone llevar a cabo en beneficio común y generar el sentido de autoridad local. Con este modelo participativo el Plan logrará: Generar confianza entre los actores balancear las presiones e intereses políticos y promover la organización social de los actores del Plan, permitiendo su participación en la ejecución y evaluación del mismo.

DIVERSIFICACIÓN Y ORIENTACIÓN DE LAS INVERSIONES. El Plan propone diversificar sus fuentes de financiamiento, dando cabida a inversiones de naturaleza privada, pública o mixta, con fines sociales, promocionales, rentales o particulares; para la construcción, reconstrucción o mantenimiento de obras y la prestación de servicios. Dichas inversiones serán orientadas con criterios de máxima rentabilidad del área y mínimo impacto en el paisaje o funcionamiento del sector, de acuerdo a la finalidad de dicha inversión y sobre la base del mutuo beneficio (inversionista-gestor del Plan). Se realiza un análisis de estos planes y se observan las acciones que se ejecutaron. Esto se puede apreciar en la (Matriz 1) siguiente:



MATRIZ DE ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS URBANAS

PROPUESTAS	RECUPERACIÓN DEL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA, ESPAÑA	PLAN ESTRATEGICO DE LA CIUDAD DE CURITIVA, BRASIL	RECUPERACIÓN DE NUEVOS ESPACIOS PUBLICOS EN LA FACHADA RIBEREÑA DE LA CIUDAD DE LISBOA, PORTUGAL	PLAN ESTRATEGICO PROVINCIAL EN SANTA FE, ARGENTINA	PLAN INTEGRAL DE RENOVACION URBANA PARA EL AREA CENTRAL DE LA CIUDAD DE MARACAIBO, VENEZUELA
ACCIONES	La finalidad del Plan era recuperar y proteger las funciones urbanas del centro histórico.	Favorecen el ejercicio de la ciudadanía, ya que se amplían los espacios de reivindicaciones y de participación comunitaria.	Se constituyó una sociedad anónima de capitales públicos del Estado Central y del Municipio Lisboa.	Se incluye la posibilidad para todos los ciudadanos de participar en la vida social, política y económica de las comunidades que integran, con el objeto de alcanzar su máximo bienestar. Hay inclusión, hay calidad social, cuando todos sus habitantes están incluidos.	Recuperar el área central como centro de mayor importancia entre el conjunto de centros de la ciudad, sobre la base de su valor histórico, lugar para el encuentro de la colectividad con sus raíces y como escenario para la actualización de los valores tradicionales.
	Diálogo innovador entre diferentes niveles de la planificación para solucionar, desde el planeamiento general, los problemas estructurales y menores que se detectaban en la ciudad histórica, apoyados en la ocasión que ofreció la redacción coordinada y simultánea.	Sustitución de los viejos omnibuses por unidades nuevas y retrados del sistema, transformados en líneas de oficio, salas de clases para cursos profesionales.	Desbloqueo de las relaciones funcionales entre la ciudad y el río y organizaciones de los usos y los espacios ribereños.	Una de las estrategias permite el desarrollo del Territorio Integrado que es un espacio público complementario y diferente de los lugares particulares.	Se propone al Centro Rafael Urdaneta S.A. sociedad anónima de capital público, creada para ese fin, para que lidere todas las gestiones pertinentes al proceso de renovación urbana del área central, o en su defecto participe coordinadamente.
	Asistencia directa, personal y calificada.	Las calles de la ciudadanía se transformaron en polos de integración, entre la administración regional y los núcleos urbanos.	Se decidió transformar un acontecimiento festivo: La Expo 98 que celebraba el quinto centenario del viaje marítimo de Vasco da Gama a la India, en un acontecimiento útil para la ciudad y el país.	Se crean los Consejos regionales de Planificación, como órganos de carácter consultivo, asesor y promotor del proceso de planificación estratégica de la Provincia de Santa Fe, teniendo como tarea principal desarrollar acciones para promover el diálogo, la coordinación, la negociación y la corresponsabilidad entre el Estado y las organizaciones de la sociedad civil sobre los temas y proyectos estratégicos definidos como prioritarios.	Fortalecer la vivienda para lograr el control social del área, creando nuevas zonas residenciales y recuperando las existentes.
	Reencuentro de la Ciudad Vieja con su entorno natural, los parques se unen con el paisaje rural y los márgenes de los ríos y afluentes fueron recuperados para su uso fructo por los ciudadanos.	Accesibilidad a los servicios públicos.	Lisboa se ganó el río sin perder el Puerto. Se ganó el río para los portugueses para su uso y disfrute.	Se desarrollan asambleas ciudadanas que son reuniones abiertas y participativas en las que autoridades y representantes del Estado provincial, gobiernos locales y organizaciones de la sociedad civil proyectan juntos su futuro y dan seguimiento a los proyectos contenidos en el Plan Estratégico Provincial.	Se plantean 5 políticas, las 3 primeras conducen al desarrollo urbano. La primera, la Reestructuración Funcional con diversidad de usos para el área central, consolidándose los ya existentes, fortaleciéndose la función residencial y consolidándose la función de administración pública, local y regional.
	La creación del Consorcio Ciudad con representación de las administraciones central, autónoma y local.	Actúan dentro del principio de descentralización de la administración pública, garantizando el acceso a los servicios ofrecidos.	Se implantaron múltiples funciones urbanas, no solo restauraciones, sino también comercios, servicios, implantaciones de espacios naturales, de "planes de agua" especialmente preparados para actividades náuticas, mejora de los canales de embarque.		La segunda, el Repoblamiento del área y la tercera el Rescate Físico Ambiental, recuperando edificaciones y el paisaje tradicional.
	Se creó la Oficina de Rehabilitación y Administración al servicio de la gente del Centro Histórico.	Los elementos innovadores se centraron en el sistema de transporte y la atención del medio ambiente. Iniciativas regidas por la simplicidad, creatividad operando sistemas innovadores con relativamente pocos recursos.	El parque Expo 98 que fue responsable de la profunda intervención de regeneración de toda la zona.		
	Darle uso residencial a la zona.	Acción de las calles de ciudadanía reúnen los servicios públicos esenciales, áreas deportivas y culturales, transformándose en sitios de encuentro de la población.	Recalificación urbana de la fachada ribereña devolviendo el río tejo a la ciudad.		
	Convertirla en lugar de encuentro.	Surgieron líneas de conocimiento, líneas de deporte y las líneas sopa que en las madrugadas frías distribuyen sopa y pan a los excluidos y los mercados populares que venden frutas, verduras y cereales a precios menores que el comercio formal, en las áreas más carenciadas de la ciudad.	La construcción de la Estación Oriente, permitiendo la conjugación de varios medios de transporte y de las grandes infraestructuras viales y ferroviarias.		
	Crear corredores verdes.				

URBANOS

POLITICOS

GESTION

SOCIALES



En dicha matriz se destacan las acciones ejecutadas en cada plan. Dichas acciones, desde el punto de vista de su naturaleza pueden organizarse en acciones de tipo urbano, político, de gestión y social como puede observarse en la matriz 2. Son acciones recurrentes y pueden adoptar diversas formas y estructuras. Así podemos observar cuatro tipos de lineamientos o líneas de acción.

MATRIZ DE ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS URBANAS

PROPUESTA	RECUPERACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA, ESPAÑA	PLAN ESTRATÉGICO DE LA CIUDAD DE CURITIBA, BRASIL	RECUPERACIÓN DE NUEVOS ESPACIOS PÚBLICOS EN LA FACHADA RIBEREÑA DE LA CIUDAD DE LISBOA, PORTUGAL	PLAN ESTRATÉGICO PROVINCIAL EN SANTA FE, ARGENTINA	PLAN INTEGRAL DE RENOVACIÓN URBANA PARA EL ÁREA CENTRAL DE LA CIUDAD DE MARACAIBO, VENEZUELA
URBANOS	La finalidad del Plan era recuperar y proteger las funciones urbanas del centro histórico. Darle uso residencial a la zona. Convertirla en lugar de encuentro. Crear corredores verdes.	Los elementos innovadores se centraron en el sistema de transporte y la atención del medio ambiente. Iniciativas regidas por la simplicidad, creatividad operando sistemas innovadores con relativamente pocos recursos.	Recaificación urbana de la fachada ribereña devolviendo el río tejo a la ciudad. Se implantaron múltiples funciones urbanas; no solo restauraciones, sino también comercios, servicios, implantaciones de espacios naturales, de "planes de agua" especialmente preparados para actividades náuticas, mejora de los canales de embarque.	Una de las estrategias permite el desarrollo del Territorio Integrado que es un espacio público complementario y diferente de los lugares particulares.	Se plantean 5 políticas; las 3 primeras conducen al desarrollo urbano. La primera, la Reestructuración Funcional con diversidad de usos para el área central, consolidándose los ya existentes, fortaleciéndose la función residencial y consolidándose la función de administración pública, local y regional.
POLÍTICOS	Diálogo innovador entre diferentes niveles de la planificación para solucionar, desde el planeamiento general, los problemas estructurales y menores que se detectaban en la ciudad histórica, apoyados en la ocasión que ofreció la redacción coordinada y simultánea.	Accesibilidad a los servicios públicos. Acción de las calles de ciudadanía, reúnen los servicios públicos esenciales, áreas deportivas y culturales, transformándose en sitios de encuentro de la población. Favorecen el ejercicio de la ciudadanía, ya que se amplían los espacios de reivindicaciones y de participación comunitaria.	Desbloqueo de las relaciones funcionales entre la ciudad y el río y organizaciones de los usos y los espacios ribereños. Se decidió transformar un acontecimiento festivo: La Expo 96 que celebraba el cuarto centenario del viaje marítimo de Vasco da Gama a la India, en un acontecimiento útil para la ciudad y el país.	Se crean los Consejos regionales de Planificación, como órganos de carácter consultivo, asesor y promotor del proceso de planificación estratégica de la Provincia de Santa Fe, teniendo como línea principal desarrollar acciones para promover el diálogo, la coordinación, la negociación y la corresponsabilidad entre el Estado y las organizaciones de la sociedad civil sobre los temas y proyectos estratégicos definidos como prioritarios.	La segunda, el Repoblamiento del área y la tercera el Rescate Físico Ambiental, recuperando edificaciones y el paisaje tradicional. Recuperar el área central como centro de mayor importancia, entre el conjunto de centros de la ciudad, sobre la base de su valor histórico, lugar para el encuentro de la colectividad con sus ríos, y como escenario para la actualización de los valores tradicionales.
GESTIÓN	La creación del Consorcio Ciudad con representación de las administraciones central, autónoma y local. Se creó la Oficina de Rehabilitación y Administración al servicio de la gente del Centro Histórico.	Las calles de la ciudadanía se transformarían en polos de integración, entre la administración regional y los núcleos urbanos.	Se constituyó una sociedad anónima de capitales: públicos del Estado Central y del Municipio Lisboa.	Se desarrollan asambleas ciudadanas que son reuniones abiertas y participativas en las que autoridades y representantes del Estado provincial, gobiernos locales y organizaciones e instituciones de la sociedad civil proyectan juntos su futuro y dan seguimiento a los proyectos contenidos en el Plan Estratégico Provincial.	
SOCIALES	Asistencia directa, personal y calificada. Reencuentro de la Ciudad Vieja con su entorno natural, los parques se unen con el paisaje rural y los márgenes de los ríos y afluentes fueron recuperados para su uso fructo por los ciudadanos.	Sustitución de los viejos omnibuses por unidades nuevas y retirados del sistema, transformados en líneas de oficio, salas de clases para cursos profesionales. Surgieron líneas de conocimiento, líneas de deporte y las líneas sopa que en las madrugadas frías distribuyen sopa y pan a los excluidos y los mercados populares que venden frutas, verduras y cereales a precios menores que el comercio formal, en las áreas más carenciadas de la ciudad.	El parque Expo 96 que fue responsable de la profunda intervención de regeneración de toda la zona. La construcción de la Estación Oriente, permitiendo la conjugación de varios medios de transporte y de las grandes infraestructuras viales y ferroviarias. Lisboa se gana el río sin perder el Puerto. Se ganó el río para los portugueses para su uso y disfrute.	Se incluye la posibilidad para todos los ciudadanos de participar en la vida social, política y económica de las comunidades que integran, con el objeto de alcanzar su máximo bienestar. Hay inclusión, hay calidad social, cuando todos sus habitantes están incluidos.	Se propone al Centro Rafael Urdaneta S.A. sociedad anónima de capital público, creada para ese fin, para que lidere todas las gestiones pertinentes al proceso de renovación urbana del área central, o en su defecto participe coordinadamente. Fortalecer la vivienda para lograr el control social del área, creando nuevas zonas residenciales y recuperando las existentes.

URBANOS
 POLÍTICOS
 GESTIÓN
 SOCIALES

Así se pueden definir:

✓ **Lineamientos Urbanos:** Son aquellos en los que se incluyen todas las acciones que permiten “hacer ciudad”, calificación, precalificación de área, zonas, espacios públicos, con fortalecimiento de las funciones urbanas existentes, convenientes para el desarrollo y fomento de las no existentes, también convenientes para el desarrollo de las existentes; donde el ambiente y su sustentabilidad juegan un papel protagónico así como los medios para conseguir la accesibilidad.

✓ **Lineamientos Sociales:** Son aquellos en los que se toman en cuenta las necesidades de la población, de forma manifiesta como sus necesidades de movilización o vivir en condiciones de bienestar, o no manifiestas de una forma clara y abierta; como la recuperación de los valores y tradición y la participación en la toma de decisiones.

✓ **Lineamientos Políticos:** Son aquellos a través de los cuales se crean instancias regionales o supra urbanas de decisión en las que se dialogan y se llega al consenso, a través de la participación y compromiso en la acción.

✓ **Lineamientos de Gestión:** Siempre existe una institución vinculada a lo público, con capacidad operativa que se encarga de la ejecución del seguimiento de las acciones contenidas en el plan. Las acciones pueden ser acertadas, pero sin ejecutarse son solo letra muerta. La acción requiere flexibilidad y capacidad y para lograrlo la condición jurídica del ente y su jerarquía para la toma de decisiones en forma oportuna son fundamentales.

Los urbanos son inherentes al objeto del plan, los sociales inherentes al sujeto beneficiado del plan, los políticos inherentes a los entes que impulsan el desarrollo a quienes más les será útil el manual y los de gestión son los que permitirán la viabilidad de la ejecución del plan. Muchas pueden ser las posibilidades en cada uno de ellos y surgen de la realidad particular; local y social. Resulta necesario definir por qué estos factores recurrentes garantizaron el éxito de esos planes urbanos estratégicos.

FACTORES DE ÉXITO

¿Cuándo un plan puede llamarse exitoso?, de acuerdo a las definiciones que inicialmente se formularon, podríamos deducir: Es exitoso el plan que se ejecuta, y alcanza sus objetivos mientras dure su ejecución, la paralización en la ejecución de un plan, cosa que suele suceder con bastante frecuencia, conduce en ocasiones a la involución en el proceso de desarrollo urbano, ya que se produce la pérdida de un elemento esencial en la ejecución de un plan, la confianza.

En la actualidad las ciudades en el mundo desarrollado llevan un proceso acelerado de transformación no siendo la condición de país desarrollado, directamente proporcional a más ciudades transformadas. De hecho en países latinoamericanos se transformaron exitosamente ciudades, en medio de guerras internas, con ambientes humanos deteriorados con la presencia de la delincuencia y el narcotráfico. Sin embargo en esas condiciones han formulado planes



estratégicos urbanos, que se ejecutaron alcanzaron sus objetivos y en ellos están presente los factores recurrentes que hemos analizado.

Los planes que se muestran en el cuadro analizado, se ejecutaron con éxito, sin embargo, los espacios y/o ciudades recuperadas también requieren procesos posteriores que garanticen la continuidad en el bienestar que ofrecen a sus habitantes. En alguno de ellos como en el caso del centro histórico de Maracaibo se paralizó su ejecución generándose una involución en el proceso de transformación, siendo cada vez más difícil, recomenzar por la pérdida de confianza en los actores participantes.

COMENTARIOS FINALES

La planificación resulta fundamental para todo en la vida, mucho más para una ciudad que reúne en un espacio determinado muchas vidas, los planes como el mundo debieran cambiar y adaptarse a la dinámica actual, por ello la planificación ortodoxa, manejada durante gran parte del siglo XX, se deriva ahora hacia otras novedades, resultando imposible determinar un único protocolo de intervención de un conglomerado urbano. Cada ciudad con sus particularidades permitirá la ejecución de un plan, cuya visión logre motivar suficientemente a los diferentes actores participantes, como para generar el compromiso firme que se adquiere para su ejecución y para la articulación de todas las voluntades necesarias.

En este proceso de planificación y ejecución de los planes, es donde se establecen los objetivos que definen el “proyecto de ciudad futura”, no se trabaja sobre pronósticos sino que se prepara el territorio para que paulatinamente se vayan incorporando los cambios y modificaciones que se desean, a través de un conjunto articulado de propuestas, considerando prioritariamente, aquellas oportunidades de desarrollo que puedan presentarse.

Si se asume este fenómeno de cambio a través de la gestión pública, el mismo debe prioritariamente basarse en la extensión programada de las infraestructuras de transporte y comunicación, en lograr muchas centralidades urbanas, modernas relaciones con la industria, los servicios y el trabajo, innovadoras soluciones habitacionales, novedosas respuestas frente a la carencia de espacios públicos y fundamentalmente considerar la preservación del medio ambiente.

Por lo tanto, la necesidad de un Plan Urbano entonces se fundamenta en la reorganización y renovación urbana, a través de las cuales se irían identificando en el transcurso del tiempo un proyecto integrado de ciudad. La labor técnica y la decisión política de llevar adelante un plan, debe sustentarse indiscutiblemente, en el consenso con la sociedad y en la participación ciudadana, en las instituciones y en los entes empresariales trascendiendo un determinado período de gestión pública, con estrategias pensadas a largo plazo, pero sin desatender en el corto y mediano tiempo, aquellas demandas puntuales, que den solución a los problemas coyunturales.

Como se observa, la complejidad urbana hace que, lograr aquella ciudad que queremos, sea laboriosa y requiera la participación de múltiples factores que provengan del lugar y tiempo en el que los hechos sucedan. Todos estos factores se toman en cuenta en los planes urbanos; podríamos entonces imaginar las consecuencias de permitir el desarrollo de ciudades en forma espontánea, atendiendo a intereses particulares. El resultado son nuestras ciudades, rodeadas



de cordones de marginalidad, con un vertiginoso crecimiento; día a día aparecen nuevos espacios de vida carentes de servicios públicos que no proveen calidad de vida a sus habitantes, cuya vida estará signada por la lucha constante para conseguir la consolidación de sus barrios.

Ante esta realidad, se podría pensar que si en las ciudades los líderes políticos, no deciden asumir el proceso de planificación urbana como la base para el desarrollo armónico de la ciudad, salir del caos urbano puede convertirse en un callejón sin salida. Por tanto, la existencia de un Plan Urbano, adecuadamente desarrollado y su posterior ejecución y correspondiente seguimiento y evaluación, se constituye en una necesidad prioritaria y vital para los centros urbanos. Asimismo, es importante observar la pertinencia de la transición desde los planes urbanos tradicionales, a los planes estratégicos urbanos. Los cuales incluirán lineamientos de carácter urbano, sociales, políticos y de gestión, con expresiones parecidas o diferentes a las observadas en los ejemplos presentad

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Davis, K (1975), Estudios Geográficos No. 138-139. Artículo, **La Definición de lo Urbano de Horacio Capel**. Febrero-mayo 1975.

Derruau, M (1983), **Tratado de Geografía humana**. Editorial Vicens-Vives. Barcelona

De Terán, M (1975), **Estudios Geográficos** No. 138-139. Artículo, La Definición de lo Urbano de Horacio Capel. Febrero-mayo 1975

Diccionario de la Academia Francesa (2012).

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2012).

Instituto Universitario de Geografía., (2000) **Geografía Urbana y Ordenación del Territorio**, Diccionario de Urbanismo Universidad de Alicante. Editorial Ariel. Barcelona. España.

Fernández, G (2004), Investigador de la Universidad de Quilmes. Argentina. Artículo, La Imagen de la Ciudad como Recurso para la Gestión Estratégica del Desarrollo Urbano. Noticias Delnet. Centro Internacional de Formación de la OIT. Número 33 Enero-febrero 2004

Morales, A (2012), Trabajo de Ascenso para optar al grado de Profesor Asociado en la Universidad Rafael Urdaneta. **Lineamientos para la Elaboración de un manual de Acciones para la Ejecución de Planes Urbanos en Venezuela**. Maracaibo. Venezuela.

Peralta, C (2009), **Trabajo sobre Planificación de la cátedra de Urbanismo**. Universidad de Córdoba

Sorre, M (1967), **El hombre en la Tierra**. Editorial Labor, Barcelona.



CRECIMIENTO Y LA CONVERGENCIA DEPARTAMENTAL

Guillén León

Universidad del Atlántico y Universidad Autónoma del Caribe
quillenleon@gmail.com

Hamadys Benavides

Universidad del Atlántico y Universidad Autónoma del Caribe

RESUMEN

Uno de los mecanismos para impulsar el crecimiento económico, y su posible convergencia, a nivel regional se origina en el nexos con la inversión pública. Por ello, la política regional orientada a la provisión de capital público es actualmente la alternativa más utilizada para resolver disparidades territoriales. En este sentido las teorías de crecimiento y convergencia económica, así como sus extensiones a la inversión pública ofrecen evidencia teórico/empírica del crecimiento a largo plazo, como lo destacan Meir (1976), Barro (1990), Sala-i-Martin (1996), entre otros. Precisamente el objetivo de este trabajo es examinar los efectos de la inversión pública, a partir de las transferencias o asignaciones del presupuesto nacional, sobre el crecimiento económico y la convergencia departamental para Colombia en el periodo 1994 – 2012. Se utilizó la metodología de panel de datos para capturar la heterogeneidad asociada a las características no observables entre los departamentos y el tiempo. Los resultados revelan la presencia de convergencia β absoluta y condicional en el periodo analizado; Sin embargo, no se evidencia una relación directa de las transferencias dentro del proceso de convergencia departamental para la muestra seleccionada, infiriendo de esta forma la necesidad del estado colombiano por fortalecer políticas públicas dirigidas a potenciar el capital humano de los departamentos más pobres, con mayores asignaciones presupuestales en componentes como ciencia y tecnología.

Palabras clave: Convergencia, transferencias gubernamentales, crecimiento económico.

INTRODUCCIÓN

La inversión pública constituye para muchas economías el principal instrumento de influencia en su crecimiento económico y desarrollo sostenible. También resulta fundamental para atacar las brechas socio económicas entre países/regiones. Por tal razón, desde hace algunos años los estudios de la inversión pública y el efecto sobre el crecimiento a largo plazo han cobrado mayor importancia, tanto en el ámbito teórico como empírico, en particular desde mediados de los años ochenta cuando emergieron las nuevas teorías de crecimiento endógeno.

En este aspecto, el artículo seminal de Barro (1990) constituye el renacimiento del análisis empírico de la inversión pública y su relación con el crecimiento económico, pues en su momento, Arrow y Kurz (1970) lo consideraron bajo el esquema de un modelo neoclásico. Las motivaciones de estos y otros estudios, se centran en la participación agregada del sector público y su incidencia económica sobre el crecimiento y el estado de bienestar. Sin embargo, para países como Colombia, los resultados de una expansión en la inversión pública no se traducen significativamente en un crecimiento y bienestar social para sus territorios, evidenciado en un aumento de las brechas y disparidades económicas entre los departamentos del país, en



términos de ingreso per cápita, provisión de servicios sociales, condiciones de vida e infraestructura. Por ello resulta importante analizar la eficiencia de la inversión pública, evaluada a través de las transferencias a los entes territoriales o del gasto público ejecutado directamente por el gobierno central, de tal forma que se pueda establecer si la política redistributiva obedece a una política o composición inadecuada.

En este sentido, el objetivo de este trabajo tiene que ver con el estudio del impacto de la inversión pública sobre la dinámica económica y social en los departamentos de Colombia, a partir de las transferencias del nivel central a los departamentos como proxy de la inversión pública y su diferenciación; constituyendo la novedad de este trabajo. Para ello, se presentan algunos argumentos teóricos y se realiza un análisis empírico para contrastar los objetivos propuestos.

La estructura del trabajo es la siguiente: En la segunda sección se repasan los principales argumentos y resultados teóricos de la inversión pública y su efecto en el crecimiento/convergencia departamental. Seguidamente, se realiza un análisis de la evolución de la inversión del gobierno central a los diferentes departamentos, enfatizando en el gasto público destinado a la educación y la salud en el periodo de 1994-2012. La cuarta sección, aborda el análisis econométrico a partir de una aplicación empírica usando data panel para establecer el grado de convergencia departamental y la influencia de la inversión pública en el crecimiento de los departamentos; finalmente se presentan las conclusiones.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

El papel de la inversión pública en el crecimiento económico ha sido considerado ampliamente en la literatura económica. Meir (1976) argumentaba que el proceso de crecimiento basado en las decisiones privadas de inversión, no constituyen un fundamento suficiente para el crecimiento en las regiones subdesarrolladas, ya que las iniciativas privadas subestiman los beneficios sociales reales. Sin embargo, no fue hasta el trabajo de Barro (1990) que se formalizó un modelo que considerara el papel del capital público como determinante del crecimiento económico.

Barro definió un modelo endógeno donde la tasa de crecimiento del ingreso per cápita depende de la existencia de la inversión gubernamental; encontrando una débil relación negativa entre la inversión pública y las tasas de crecimiento para casi 90 países en el periodo 1965-1985, utilizando modelos de corte transversal. Por otra parte Evans y Karras (1994), apoyados en datos panel de un grupo de países de la OCDE para 1963 y 1983, encuentran una relación débil entre la inversión pública y su efecto sobre el crecimiento económico. Sin embargo, los trabajos de Knight *et al.* (1993) ofrecen evidencia positiva y una relación directa entre la inversión pública y el crecimiento.

Los hallazgos De la Fuente (1997) ratifican esta relación favorable para los países de la OCDE, pero, condicionados a retornos decrecientes. Galindo y Escot (1998) proporcionan evidencia ambigua sobre los efectos de la inversión pública en las tasas de crecimiento per cápita para algunos países de OCDE. Gramlich (1994), realiza un análisis detallado sobre inversión pública, en particular, gastos en infraestructuras y crecimiento económico obteniendo efectos positivos sobre la tasa de crecimiento en el largo plazo. En trabajos más recientes, Kamps (2004) utilizando modelos VAR en una muestra de 22 países de la OECD, predicen que



la mayoría de los países presentan efectos positivos en el producto como resultado de la inversión pública, además de presentar una relación complementaria entre la inversión pública y privada.

En esta línea de estudios, también sobresalen variantes que analizan los impactos de la inversión pública en la convergencia económica, a partir de una reducción de las disparidades de ingreso per cápita, como efecto de una expansión del gasto público. Esta hipótesis de la convergencia se basa en los desarrollos del modelo neoclásico de crecimiento de Solow (1956), donde el PIB está determinado por los factores de producción, capital K , trabajo L , y la tecnología, A , actuando esta última como un factor exógeno. Debido a los rendimientos marginales del capital, las economías a largo plazo convergerán a un estado único y estable, llamado “Estado estacionario”, y del cual se derivan dos definiciones, ampliamente empleadas, β -convergencia y σ convergencia (Sala-i-Martin, 1996). La convergencia β establece una relación negativa entre la tasa de crecimiento de la renta y el nivel inicial de ella, es decir, los países o regiones más pobres tienden a crecer más que los más ricos y por tanto, se reduce la brecha entre ellos. Existen dos tipos de esta convergencia: absoluta y condicional. La absoluta, se basa en supuestos muy rígidos, que en sentidos generales conllevan a que las diferentes economías alcancen un estado estacionario común sin importar las dotaciones iniciales de ellas, estos supuestos implican similares tasas de ahorro y de crecimiento de la población, así como iguales niveles de tecnología. Respecto a la convergencia β condicional su análisis y aplicación está en función de sus propias dotaciones y por tanto su tasa de crecimiento está relacionado con la distancia a la que se ubica de su estado estacionario o de equilibrio.

Por otra parte, la convergencia σ analiza la reducción de disparidades del ingreso per cápita entre distintas economías que usualmente es medida como la desviación estándar del logaritmo del ingreso por habitante. De la fuente (2000) concluye que la convergencia entre países es en la mayoría de los casos condicional, mientras que en regiones se suele presentar más la absoluta, también expone que el proceso de convergencia es muy largo, lo que sugiere que debería ser medido en décadas o siglos.

En el caso regional, Mas et al (1995) estiman la convergencia condicional y no condicional para el caso de 17 regiones españolas en el periodo 1955 -1991, y ofrecen evidencia a favor de la convergencia para la primera mitad del periodo analizado, asimismo, encuentran que la estructura productiva y el capital público tuvieron un papel importante en dicho proceso. Sin embargo, los vínculos entre la inversión pública y la convergencia regional, distan de estar claros.

Pereira y Andraz (2004) y Lago-Peñas et al (2005) encuentran, para el caso de Portugal y España respectivamente, que la inversión pública ha beneficiado la actividad económica solo en las regiones más ricas. A esta conclusión también llega Vittorio (2009) quien explora la relación entre el gasto público y el crecimiento regional en Italia en el periodo 1996-2007 y obtiene como resultado que la asignación del gasto público en términos per cápita ha favorecido a las regiones más desarrolladas.

De igual manera, González-Paramo y Martínez (2002) examinan la relación entre la inversión pública y la tasa de crecimiento del producto per cápita para las regiones españolas en el periodo 1965-1997, usando un modelo de crecimiento neoclásico estimado a partir de técnicas de panel de datos. Sus hallazgos favorecen la convergencia β condicional entre las



regiones, pero con un efecto no positivo de la inversión pública productiva en las tasas de crecimiento regional, mientras que la inversión pública en educación y salud no arroja resultados claros.

Por otra parte, Bajo y Díaz (2003) incorporan únicamente a la función de producción componentes del gasto público, como capital público y transferencias, en el proceso productivo de las regiones españolas para el periodo 1967-1995, y encuentran que el capital público afecta de manera positiva al crecimiento en las regiones productivas, mientras que las transferencias presentan el mismo signo de influencia sobre el crecimiento en las regiones menos productivas. Los vínculos no solo han sido estudiados en relación al ingreso per cápita de las regiones, Martínez-López (2006) encuentra un efecto positivo entre la inversión pública productiva y social, y la inversión privada, mediante la utilización de técnicas de panel de datos para las regiones españolas en el periodo 1965-1997.

Para otros contextos, Bergström (1998) resalta como la política regional introducida en la década de los setenta influyo en el crecimiento regional de la postguerra en Suecia, alcanzando un proceso de convergencia en sus niveles de ingreso per cápita desde 1945 para todos sus condados, adicionalmente, encuentra que el gasto gubernamental parece afectar de forma negativa el crecimiento regional del ingreso per cápita, así como las políticas regionales que son selectivas, no afectan la tasa de crecimiento de las regiones.

Para el caso colombiano, los trabajos pioneros sobre el proceso de convergencia fueron de Cárdenas et al (1993), quien utilizando el enfoque de Sala-i-Martin concluyó que en el país se presentaba el fenómeno de convergencia. Rocha y Vivas (1998) tomaron como referencia un modelo neoclásico de crecimiento y mediante técnicas bayesianas encuentran que en el periodo 1980-1994 no existe evidencia de convergencia regional, asimismo encuentran que las transferencias gubernamentales están relacionadas de forma negativa con el crecimiento económico departamental.

Por su parte, Ardila (2004) indaga sobre la convergencia de ingreso per cápita entre los departamentos colombianos y sus variaciones al introducir los efectos del consumo público y la inversión pública departamental para el periodo 1960-1998, encontrando un claro proceso de divergencia regional en ese periodo. Respecto al gasto público, específicamente la inversión, sus efectos son positivos al afectar la posición relativa de algunos departamentos, pero no la dinámica de la distribución en su conjunto para el periodo 1985-1996. Mendoza et al (2013), analizan el desarrollo y la dinámica económica regional y la influencia que la inversión y el gasto público tiene para los departamentos colombianos en el periodo 2000-2010, obteniendo como resultado que el gasto público y la inversión afectan de forma directa la dinámica económica de los departamentos, influencia que es menor en las economías pequeñas.

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PÚBLICA TERRITORIAL

Las principales variables utilizadas para el tratamiento econométrico corresponden a los niveles de producción bruta per cápita por departamento y las transferencias recibidas del gobierno central para el periodo 1994-2012, las cuales se toman como proxy de la inversión pública pues representan más de 70% de los ingresos de capital de los departamentos. Se consideran 33 entidades, entre las cuales se encuentran los 32 departamentos colombianos y Bogotá Distrito Capital por su mayor participación. Los datos e información de la población, del



Producto Interno Bruto y las transferencias del gobierno central provienen del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), efectuando el correspondiente empalme para la base 1994, mediante el método de retropolación¹, recomendado en el SCN93 (CEPAL 2009, Stanger 2007).

En primera instancia, la participación de los departamentos en el PIB total colombiano revela que históricamente los departamentos de Antioquia, Valle del Cauca y Bogotá D.C congregan el 50% del PIB del país a lo largo los últimos doce años, seguidamente de territorios como el Atlántico, Bolívar y Cundinamarca que representan, en promedio, las segundas más importantes participaciones en el total con 3.89%, 2.70% y 5.23%, respectivamente.

En el cuadro 1 se presenta los distintos niveles del PIB per cápita departamental con una auge para los territorios de Cesar y Putumayo, que subieron 12 y 13 posiciones, respectivamente. En cuanto a los departamentos líderes, no hay grandes modificaciones pues los diez primeros se han mantenido, solo que escalonando sus posiciones con excepción de Guaviare que perdió su posición respecto a Cesar. Se observa que el departamento del Casanare presenta el mayor PIB per cápita, ascendiendo una posición respecto al nivel presentado en 1994.

Sin embargo, en este grupo el territorio que ha experimentado un mayor crecimiento del PIB per cápita promedio, con una tasa de 6.23% en el periodo 1994-2012, es Meta; sustentado en la dinámica de la explotación de petróleo crudo, que constituye la actividad económica más relevante para el departamento. En el PIB de Bogotá, se destaca las contribuciones de la intermediación financiera, el comercio y los servicios inmobiliarios, y en general la dinámica de los Nuevos departamentos ²es atribuida a la producción de petróleo con excepción de San Andrés y Providencia.

Los grandes perdedores en el PIB per cápita fueron Guaviare, Vichada, Amazonas, La Guajira y Quindío y Arauca, que disminuyeron más de 3 posiciones. En general se puede observar que los departamentos no mineros que tradicionalmente han sido pobres continúan siéndolo, y aquellos con mayores niveles de desarrollo se mantienen en dicha posición.

² Nuevos departamentos: Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, San Andrés y Providencia, Vaupés y Vichada.



Cuadro1: Dinámica del crecimiento del PIB per cápita departamental

Departamento	Tasa de crecimiento 1994-2012	PIB per cápita 1994*	Posición	PIB per cápita 2012*	Posición	Variación
Casanare	2.69%	18764613.2	2	24425397.9	1	1
Meta	6.23%	8193758.89	4	23038029.1	2	2
Bogotá	1.25%	13188424.2	3	16244669.9	3	0
Santander	4.02%	7838246.93	5	15809727.8	4	1
Arauca	-2.21%	23997363	1	12659475.9	5	-4
Valle del Cauca	1.98%	7393989.71	6	10439460.8	6	0
Antioquia	1.98%	7255238.55	7	10230130.5	7	0
Boyacá	2.33%	6681622.51	9	9968272.4	8	1
Cundinamarca	1.81%	6991105.33	8	9548318.89	9	-1
Cesar	4.40%	4435446.68	22	9511044.95	10	12
San Andrés y Providencia	2.57%	6116607.56	13	9404220.5	11	2
Bolívar	3.10%	5412526.08	17	9208258.6	12	5
Atlántico	1.45%	6009482.58	14	7702386.72	13	1
Huila	1.17%	6287179.14	11	7636155.32	14	-3
Tolima	2.31%	4827098.05	21	7171008.24	15	6
Risaralda	1.36%	5658732.56	16	7097904.71	16	0
Caldas	1.62%	5402927.4	19	7094227.59	17	2
La Guajira	0.63%	6173108.9	12	6588666.85	18	-6
Quindío	0.75%	5812060.72	15	6440748.71	19	-4
Putumayo	8.27%	1644654.18	33	6100580.05	20	13
Norte de Santander	2.33%	3819694.12	24	5746617.33	21	3
Córdoba	2.34%	3530786.87	25	5265101.8	22	3
Magdalena	2.62%	3337657.55	26	5245633.75	23	3
Cauca	3.58%	2645607.18	31	4951402.08	24	7
Caquetá	2.61%	3155673	27	4622264.78	25	2
Sucre	2.39%	3003684.78	28	4545344.59	26	2
Amazonas	-0.66%	5406134.39	18	4436966.58	27	-9
Nariño	2.24%	2926418.63	29	4318194.66	28	1
Chocó	3.86%	2107277.34	32	4018181.71	29	3
Vichada	0.16%	4827128.31	20	4004961.37	30	-10
Guainía	0.18%	4070438.25	23	3815636.53	31	-8
Guaviare	-1.52%	6636288.59	10	3393303.63	32	-22
Vaupés	0.89%	2901807.48	30	3160973.77	33	-3

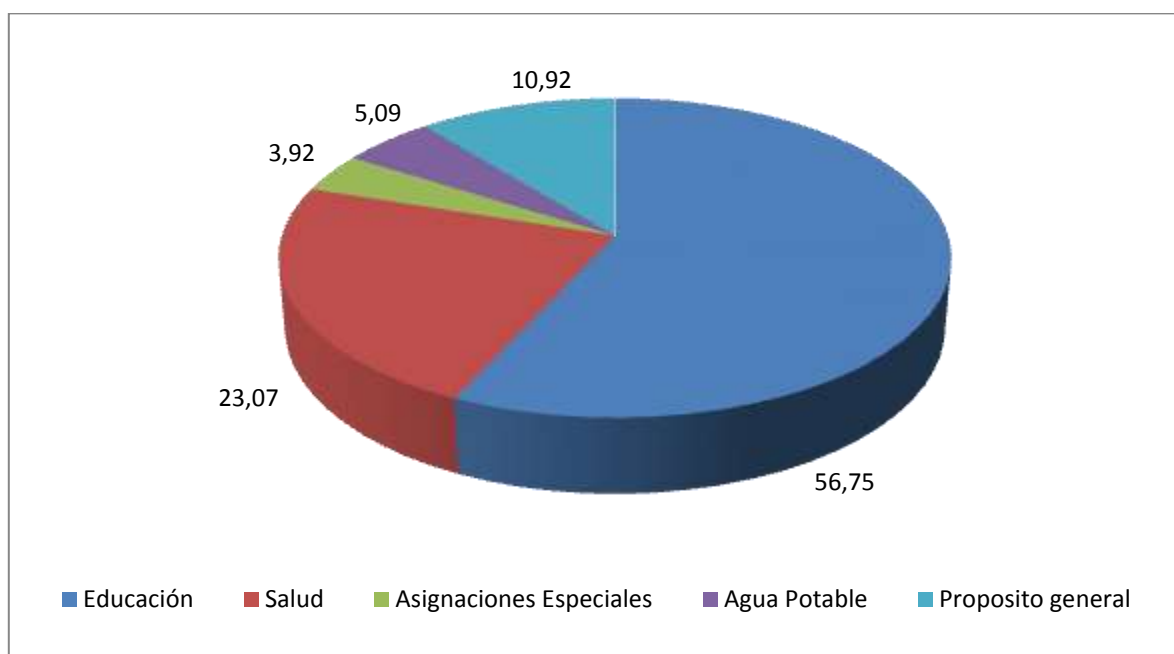
*Base 2005, pesos colombianos

Los datos de las transferencias del gobierno corresponden a los recursos del Sistema General de Participaciones (SGP) que la nación transfiere a los departamentos, distritos, municipios y a



los resguardos indígenas, de acuerdo a los artículos 356 y 357 de la Constitución Política con modificaciones en los Actos Legislativos 01 de 2001 y 04 de 2007. El destino de estos recursos corresponde a servicios en educación, salud, agua potable y saneamiento básico, además de los definidos en el Artículo 76 de la Ley 715 de 2001 y en la Ley 1176 de 2007. Según datos del DNP, los recursos de la nación transferidos a los entes territoriales en el 2012 se distribuyeron de la siguiente forma. Para educación fueron destinados 14,863,097,204 miles de millones de pesos, para salud 6,043,236,054, en propósito general - que abarca deporte, cultura, FONPET, libre destinación y otros - se giraron 2,861,287,274, para el rubro de agua potable 1,331,978,559 y finalmente en asignaciones especiales fueron destinados 1,027,761,233, para un total de 26,191,838,497 miles de millones de pesos corrientes (Gráfico 1)

Gráfico 1: Distribución porcentual de los recursos SGP 2012



Fuente: DNP

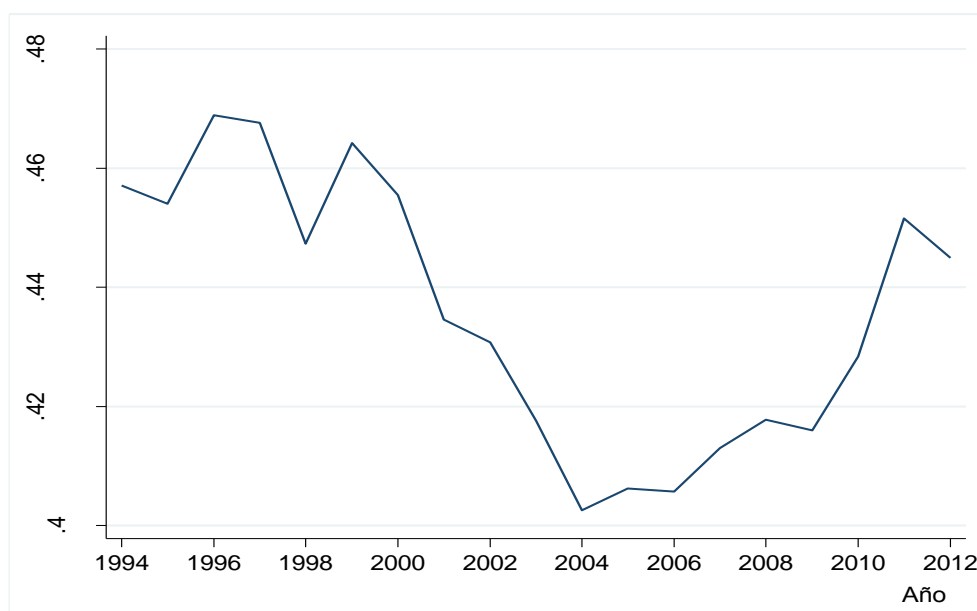
De esta forma y en la línea de los propósitos de la investigación se ha considerado tres variables de la inversión pública: las transferencias a la educación, a la salud y las transferencias totales que representan la sumatoria de los ítems anteriormente mencionados. Analizando la tendencia de las transferencias se observa que los departamentos que recibieron mayores ingresos en concepto de transferencias por habitante en educación y salud, fueron: Guainía, Vichada, Amazonas, Vaupés, Chocó, Guaviare, Sucre, Putumayo, Casanare y Caquetá. Estos departamentos, además de tener un mayor rezago económico y social, medido a partir de índices como el Índice de Calidad de vida, Necesidad Básicas Insatisfechas e Índice de los Derechos Humanos, presentan una alta dependencia de las transferencias del gobierno central, con mayores asignaciones per cápita. En contraste, los territorios correspondientes a Valle del Cauca, Antioquia, y Atlántico reciben menos transferencias per cápita.



ANÁLISIS DE CONVERGENCIA

El análisis y aplicación de σ convergencia y β convergencia absoluta al contexto de los departamentos colombianos (Gráfico 2) revela los altos y fluctuantes niveles de asimetría y dispersión del PIB per cápita entre 1994 – 1999. A partir de este último año el país experimenta un crecimiento económico notable y constante que contribuyo a la disminución de brechas económicas durante un quinquenio. Sin embargo, los esfuerzos del gobierno fueron insuficientes para continuar avanzando en la disminución de brechas y más bien se produce un cambio de tendencia en 2004, por el cual empiezan a escalar nuevamente las disparidades hasta rebasar el nivel de 0.44 en el 2011. Por tanto, bajo el criterio de sigma convergencia no es posible inferir de forma consistente acerca de la convergencia o divergencia de los departamentos a lo largo de todo el lapso temporal.

Gráfico 2: Convergencia σ a nivel regional

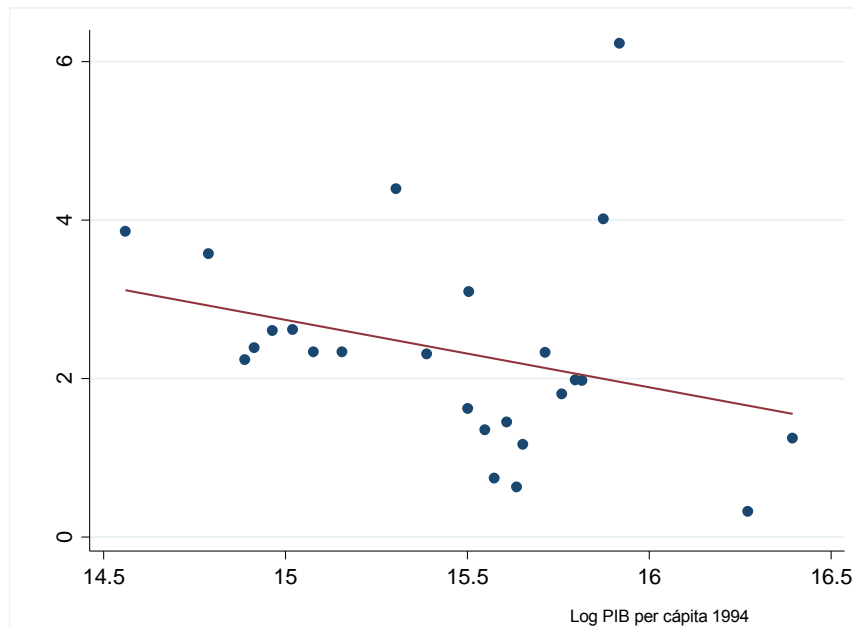


Fuente: Cálculo del autor con datos del DNP

Un segundo tipo de convergencia, tiene que ver con la β convergencia que sucede cuando la tasa de crecimiento del PIB per cápita tiende a ser mayor en los departamentos pobres. Existen dos modalidades de esta convergencia: absoluta y condicional. La absoluta se presenta cuando las regiones tienden a converger al mismo PIB per cápita, independientemente de las condiciones iniciales (Barro y Sala i-Martin, 1991). Como se aprecia en el Gráfico 3, al considerar toda la muestra de los departamentos colombianos, se evidencia una correlación negativa entre la tasa de crecimiento promedio del PIB per cápita y el logaritmo del PIB per cápita inicial, indicando “inicialmente” presencia de convergencia β absoluta.



Gráfico 3: Convergencia β absoluta



Fuente: Cálculo del autor con datos del DNP

ESTIMACIÓN ECONOMÉTRICA

Teniendo en cuenta que se trata de establecer un análisis entre unidades territoriales para un determinado periodo de años (los datos han sido divididos en 3 periodos, Cuadro 1.1 Anexo 1), el modelo toma la forma de Datos de Panel, por su ventaja al permitir capturar la heterogeneidad asociada a las características no observables entre los departamentos y el tiempo, fenómeno que no se puede detectar en modelos temporales o de corte transversal.

La técnica de Datos de Panel tiene una ventaja adicional al incrementar los grados de libertad y reducir la colinealidad entre las variables independientes, mejorando la eficiencia de las estimaciones (Hsiao, 2003). Los diferentes modelos serán estimados por Efectos Fijos permitiendo de esa forma que cada departamento tenga su propio intercepto, controlando las características que no varían con el tiempo. Se aplicara la prueba de Hausman para observar que efectos son los más apropiados, los fijos versus aleatorios. Se comprobara la presencia de heterocedasticidad por medio de la prueba modificada de Wald y de igual forma, se probara la necesidad de utilizar efectos fijos temporales. Cabe resaltar que los resultados expuestos a continuación se han obtenido usando errores estándar robustos para controlar la heterocedasticidad. Partiendo de la ecuación básica del modelo neoclásico y siguiendo la metodología sugerida por Sala-i-Martin (1996) se estima la siguiente ecuación:

$$\frac{1}{T} \ln \left(\frac{y_{i,t0+T}}{y_{i,t0}} \right) = \alpha + \beta \ln(y_{i,t0}) + \mu_{i,t}$$



Donde,

y_{i,t_0} = PIB per cápita inicial del departamento i

y_{i,t_0+T} , = PIB per cápita del departamento i en los periodos $T_0 + T$,

β = tasa de convergencia

$\mu_{i,t}$ = error.

En cuanto a la convergencia β absoluta se utiliza tanto el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) como Efectos Fijos. Los resultados del MCO muestran evidencia a favor de la convergencia β absoluta en los departamentos colombianos, pues el coeficiente es negativo y significativo (-0.0099). Este resultado sugiere que un cambio del 1% en el nivel inicial del PIB per cápita implica una convergencia de 0.99%, por lo que la velocidad de convergencia en promedio es del 0.056%, por año.

Cuadro 2: Regresiones de Convergencia β absoluta, MCO y Efectos Fijos

Variable dependiente: Tasa de crecimiento del PIB per cápita				
Variable	MCO		Efectos Fijos*	
Log(PIBpc)	-0.0099163	***	-0.0720289	**
	(0.01)		(0.03)	
Constante	0.1687659	***	1.133933	**
	(0.095)		(0.43)	
Observaciones	99		99	
R-cuadrado	0.0163		0.2062	
* Resultados con errores robustos **P<0.05 *** P<0.1				

Para el caso de la estimación vía efectos fijos el coeficiente de logaritmo del PIB per cápita inicial también es negativo pero con un mayor grado de significancia y mucho más grande (-0.07) revelando una mayor velocidad de convergencia (0.45% por año). Los valores de r^2 indican que el modelo no es robusto para el caso de MCO. De esta manera se confirman los resultados obtenidos en el Gráfico 3 de convergencia β absoluta.

Siguiendo el objetivo de revelar cómo cambia la dinámica de convergencia cuando se condiciona a otras variables como la inversión pública, se presenta el siguiente modelo a estimar que se deriva del modelo neoclásico de beta convergencia propuesto por Barro (1991).

$$\frac{1}{T} \ln \left(\frac{y_{i,t_0+T}}{y_{i,t_0}} \right) = \alpha + \beta_1 \ln(y_{i,t_0}) + \beta_2 AvInvPubl_{i,t_0} + \beta_3 x_{i,t_0} \mu_{i,t}$$

Donde $y_{i,t}$ es el PIB per cápita de la región i en el año t , $AvInvPubl_{i,t_0}$ es el promedio de la inversión pública a partir de las transferencias al departamento i en el periodo t_0 .



Para medir los diferentes efectos se tomaron tres medidas: las transferencias a la educación, las transferencias a la salud y las transferencias totales que representa la sumatoria de las transferencias destinadas a educación, salud, propósito general y asignaciones especiales. Todas en términos per cápita. x_{i,t_0} corresponde a variables que denotan las características propias de los departamentos, en este caso se tomó la tasa de cobertura en educación básica y media como un proxy del capital humano, la serie fue reconstruida a partir de la base de datos de Martínez (2006) (Excepto para Casanare y Guaviare donde los datos no pudieron ser reconstruidos) y se espera una relación positiva con las tasa de crecimiento del PIB.

De igual forma se toma la tasa de crecimiento de la población con datos provenientes del DANE, esperando un signo negativo pues un incremento implica un menor nivel de producto per cápita. Los resultados obtenidos en el Cuadro 3 de las estimaciones por medio de Efectos Fijos, sugieren la existencia de convergencia β condicional, al mantenerse el coeficiente de logaritmo del PIB inicial significativo y en el intervalo de -7% y -8% muy cercano al nivel presentado en la convergencia absoluta. Se reafirma la influencia positiva y significativa de la educación en el crecimiento de los departamentos; sin embargo se presenta un efecto pequeño del capital humano pues un aumento del 1% en la tasa de cobertura de educación básica y secundaria, aumenta la tasa de crecimiento en aproximadamente 8% -10%, mientras que el crecimiento de la población presentó el signo esperado pero no significativo. De igual forma, las distintas medidas que se tomaron para representar la inversión pública por medio de las transferencias del gobierno central no parecen tener influencia sobre la dinámica del crecimiento del PIB per cápita departamental.

Cuadro 3: Regresiones de Convergencia β condicional, Efectos Fijos

Variable dependiente: Tasa de crecimiento del PIB per cápita								
Variable	1		2		3		4	
Log(PIBpc)	-0.0743295 (0.023)	***	-0.0808685 (0.015)	***	-0.0772884 (0.175)	***	-0.0801241 (0.160)	***
Educación	0.092391 (0.021)	***	0.0889607 (0.021)	**	0.0947138 (0.179)	***	0.1034222 (0.103)	***
Crecimiento de la población	-0.4111022 (0.827)							
Av Inversión Educación			5.65E-08 (0.000)					
Av Inversión Salud					4.94E-08 (0.000)			
Av Inversión total							-1.71E-10 (0.000)	
Constante	1.102536 (0.331)	***	1.187421 (0.238)	***	1.136076 (0.270)	***	1.179958 (0.245)	***
Observaciones	93		93		93		93	
R-cuadrado	0.473		0.4754		0.4726		0.4721	
Nota: Resultados con errores robustos			*** P<0.01		**P<0.05		*P<0.10	

Para reafirmar estos resultados se consideraron diferentes modelos teniendo como variantes diferentes lapsos de tiempo y distintas formas en la variable de interés. En el Cuadro 4



se presentan los resultados para los lapsos de tiempo 1994-2003 y 2004-2012, con las transferencias como porcentaje del PIB departamental. En todos los modelos se observa la presencia de convergencia β condicional.

Cuadro 4: Regresiones alternativas de Convergencia β condicional, Efectos Fijos

Variable dependiente: Tasa de crecimiento del PIB per cápita								
Variable	1	2	3	4				
Log(PIBpc)	-0.0601852 (0.02)	*** -0.0510119 (0.01)	*** -0.0628082 (0.01)	*** -0.0635656 (0.01)				
Educación	0.0699617 (0.02)	*** 0.0575668 (0.03)	** 0.0739745 (0.02)	*** 0.0739745 (0.02)				
Crecimiento de la población	-0.9264843 (0.97)							
Inversión Educación		0.3459321 (0.22)						
Inversión Salud			0.131892 (0.27)					
Inversión total				0.131892 (0.27)				
Constante	0.9089096 (0.23)	*** 0.7461179 (0.18)	*** 0.931496 (0.21)	*** 0.931496 (0.21)				
Observaciones	66	66	66	66				
R-cuadrado	0.5967	0.608	0.592	0.5998				
Nota: Resultados con errores robustos		*** P<0.01	**P<0.05	*P<0.10				

Por todo lo anterior, se ratifica la existencia de convergencia β condicional y absoluta de los departamentos colombianos dentro del lineamiento de la perspectiva neoclásica, para el periodo analizado. Respecto a la variable de interés en esta investigación - inversión pública a partir de las transferencias del estado-, no existe prueba alguna de un efecto positivo sobre el crecimiento del PIB per cápita. Resultados también obtenidos por Rodríguez-Pose et al (2012) para el caso de las prefecturas griegas.

CONCLUSIONES

En Colombia a nivel agregado persisten los desequilibrios en el crecimiento regional, acentuándose más la concentración de riqueza, pues solo 4 de 32 departamentos concentran cerca del 60% del PIB nacional. Sin embargo, al desagregar periodos de estudio se evidencian resultados a favor de convergencia β absoluta y condicional departamental para el periodo 1994-2012. Respecto al rol de las transferencias, no hay evidencias significativas que permitan establecer una conexión entre éstas y el objetivo del crecimiento económico, por lo que sus efectos son menores sobre la convergencia y más bien se da un vínculo indirecto y complementario entre la inversión pública y privada. En cuanto a la convergencia σ , se observa una disminución de las disparidades del PIB per cápita para el periodo 2000 – 2004; las cuales retoman una fase escalar a partir del segundo semestre del 2004. A pesar que la muestra de



estudio comprende un periodo de tiempo relativamente corto (19 años), los hallazgos son coherentes con estudios preliminares como Franco y Raymond (2009), González (2006).

La significancia del capital humano, evidencia la necesidad por fortalecer políticas orientadas a potenciar el capital humano de los departamentos más pobres, de tal forma que se logren disminuir las disparidades de crecimiento en Colombia a partir de una mayor dotación de recursos en ciencia y tecnología.

Por último, es importante que el gobierno destine una mayor parte de la inversión pública a programas destinados a cerrar brechas y evitar la polarización en la distribución de los ingresos per cápita departamentales, pues la realidad es que unos departamentos prosperan y ganan participación en la economía nacional, versus otros que se mantienen rezagados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ardila, L. (2004). **Gasto público y convergencia regional en Colombia**. Ensayos Sobre Política Económica (ESPE) (45), 222-268.
- Bajo, O., & Díaz, C. (2003). **Política fiscal y crecimiento: nuevos resultados para las regiones españolas, 1967-1995**. Investigaciones Regionales , 99-111.
- Barro, R. (1991). **Economic Growth in a Cross-Section of Countries**. Quarterly Journal of Economics , 407-443.
- Barro, R. J. (1990). **Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth**. Journal of Political Economy , 103-125.
- Barro, R. J., & Sala-i-Martin, X. (1992). **Convergence**. Journal of Political Economy , 100 (2), 223-251.
- Bergström, F. (1998). **Regional policy and convergence of real per capita income among Swedish counties**. SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance (284), 1-24.
- Bonet, J., & Meisel, A. (1999). **La convergencia regional en Colombia: Una visión de largo plazo, 1926-1995**. Documentos de Trabajo sobre Economía Regional (1).
- Cárdenas, M., Pontón, A., & Trujillo, J. P. (1993). **Convergencia y migraciones interdepartamentales en Colombia: 1959-1989**. Coyuntura Económica , 23 (1), 111-137.
- CEPAL. (2009). **América Latina y el Caribe. Series Históricas de Estadísticas Económicas 1950-2008**. Cuadernos Estadísticos (37).
- De la Fuente, A. (2000). **Convergence Across Countries and Regions**. CEPR Discussion Paper (2465).
- Franco, L., & Raymond, J. L. (2009). **Convergencia económica regional: El caso de los departamentos colombianos**. Ecos de economía (28), 167-197.



- González-Paramo, J. M., & Martínez, D. (2003). **Convergence Across Spanish Regions: New Evidence on the Effects of Public Investment.** *The Review of Regional Studies* , 33 (2), 184-205.
- Hsiao, C. (2003). **Analysis of Panel Data.** Cambridge University Press.
- Kamps, C. (2004). **The dynamic effects of public capital: VAR evidence for 22 OECD countries.** Kiel Working Paper No 1224 , 1-31.
- Lago-Peñas, S., & Martínez-López, D. (2005). **Convergence and Public Investment: Regional Policies Revisited.** Documento de Trabajo (E2005/05).
- Martínez-Lopez, D. (2006). **Linking public investment to private investment. The case of spanish regions.** *International Review of Applied Economics* , 20, 411-423.
- Mass, M., Maudó, J., Pérez, F., & Uriel, E. (1995). **Public capital and convergence in the Spanish regions.** *Entrepreneurship and Regional Development* , 309-327.
- Meier, G. M. (1976). **Leading Issues In Economic Development.** Nueva York: Oxford University Press.
- Mendoza, H. A., Galindo, D., & Vargas, B. A. (2013). **Impacto del gasto público en la dinámica de la economía regional.** Documentos de trabajo (17).
- Pereira, A., & Andraz, J. M. (2004). **O Impacto do Investimento Público na Economia Portuguesa.** Lisboa: Fundação Luso Americana.
- Rocha, R., & Vivas, A. (1998). **Crecimiento regional en Colombia: ¿persiste la desigualdad?** *Revista de economía del Rosario* , 67-108.
- Rodriguez-Pose, A., Psycharis, Y., & Tselios, V. (2012). **Public Investment and Regional Convergence: Evidence from Greece.** Discussion Papers Series (9011).
- Sala-i-Martin, X. (1996). **Regional Cohesion: Evidence and Theories of Regional Growth and Convergence.** *European Economic Review* , 40 (6), 1325-1352.
- Solow, R. M. (1956). **A Contribution to the Theory of Economic Growth.** *The Quarterly Journal of Economics* , 70 (1), 65-94.
- Stanger, M. (2007). **Empalme del PIB y de los Componentes del Gasto: Series Anuales y Trimestrales 1986-2002, Base 2003.** *Estudios Económico Estadísticos* (55).
- Vittorio, D. (2009). **Public Spending and Regional Convergence in Italy.** *Journal of Applied Economic Sciences* , 4, 318-329.



Anexo 1: Periodos de análisis

Cuadro 1.1: Periodos de análisis, primeras regresiones

Periodo de análisis	Año inicial t_0	Tamaño del periodo T	Periodo t_i
1994-2000	1994	7	1
2001-2006	2001	6	2
2007-2012	2007	6	3

Cuadro 1.2: Periodos de análisis, regresiones alternativas

Periodo de análisis	Año inicial t_0	Tamaño del periodo T	Periodo t_i
1994-2003	1994	10	1
2004-2012	2004	9	2

Anexo 2: Pruebas de Hausman y Wald Modificada para la regresión de convergencia β absoluta

Cuadro 2.1: Elección entre efectos fijos y efectos aleatorios

Prueba de Hausman	
Chi2 (1)	13.76
Prob>Chi2	0.0002

Cuadro 2.2: Prueba de Heterocedasticidad

Prueba Modificada de Wald para Heterocedasticidad	
Chi2 (33)	3996.14
Prob>chi2	0.0000

Anexo 3: Pruebas de Hausman y Wald Modificada para las regresiones de convergencia β condicional

Cuadro 3.1: convergencia β condicional con el promedio de las transferencias a la educación per cápita

Variable dependiente: Tasa de crecimiento PIB per cápita			
Variables	Coeficiente	Errores estándar	P>t
Log(PIBpc)	-0.0808685	0.0147228	0.000
Educación	0.0889607	0.0201549	0.000
AvInvEducacion	5.65E-08	7.30E-08	0.442
Constante	1.187421	0.2221873	0.000
R ²	0.4754		
Prob>F	0.000		



Cuadro 3.1.1: Elección entre efectos fijos y efectos aleatorios

Prueba de Hausman	
Chi2 (2)	17.4
Prob>Chi2	0.002

Cuadro 3.1.2: Prueba de Heterocedasticidad

Prueba Modificada de Wald para Heterocedasticidad	
Chi2 (31)	1.30E+05
Prob>chi2	0.0000

Cuadro 3.2: convergencia β condicional con el promedio de las transferencias a la salud per cápita

Variable dependiente: Tasa de crecimiento PIB per cápita			
Variables	Coeficiente	Errores estándar	P>t
Log(PIBpc)	-0.0772844	0.014527	0.000
Educación	0.0947138	0.0174162	0.000
AvInvSalud	4.94E-08	9.28E-08	0.597
Constante	1.136076	0.2213858	0.000
R ²	0.4726		
Prob>F	0.000		

Cuadro 3.2.1: Elección entre efectos fijos y efectos aleatorios

Prueba de Hausman	
Chi2 (2)	15.64
Prob>Chi2	0.0004

Cuadro 3.2.2: Prueba de Heterocedasticidad

Prueba Modificada de Wald para Heterocedasticidad	
Chi2 (31)	45896.04
Prob>chi2	0.0000

Cuadro 3.3: convergencia β condicional con el promedio de las transferencias totales per cápita

Variable dependiente: Tasa de crecimiento PIB per cápita			
Variables	Coeficiente	Errores estándar	P>t
Log(PIBpc)	-0.0801241	0.0148868	0.000
Educación	0.1034222	0.0173445	0.000
AvInvTotal	-1.71E-10	3.61E-10	0.637
Constante	1.179958	0.2252759	0.000
R ²	0.4721		
Prob>F	0.000		



Cuadro 3.3.1: Elección entre efectos fijos y efectos aleatorios

Prueba de Hausman	
Chi2 (2)	15.77
Prob>Chi2	0.0004

Cuadro 3.3.2: Prueba de Heterocedasticidad

Prueba Modificada de Wald para Heterocedasticidad	
Chi2 (31)	75348.69
Prob>chi2	0.0000

Cuadro 3.4: convergencia β condicional con el promedio de las transferencias a la educación y a la salud per cápita

Variable dependiente: Tasa de crecimiento PIB per cápita			
Variables	Coeficiente	Errores estándar	P>t
Log(PIBpc)	-0.08057559	0.0157503	0.000
Educación	0.088945	0.0203293	0.000
AvInvEducacion	5.32E-08	9.51E-08	0.578
AvInvSalud	6.72E-08	1.21E-07	0.956
Constante	1.182964	0.2379432	0.000
R ²	0.4755		
Prob>F	0.000		

Cuadro 3.4.1: Elección entre efectos fijos y efectos aleatorios

Prueba de Hausman	
Chi2 (2)	14.66
Prob>Chi2	0.0007

Cuadro 3.4.2: Prueba de Heterocedasticidad

Prueba Modificada de Wald para Heterocedasticidad	
Chi2 (31)	1.30E+05
Prob>chi2	0.0000



LA EPISTEMOLOGÍA GERENCIAL: EL DEBATE DE LA HUMANIZACIÓN DE LA GERENCIA MÁS ALLÁ DE LA PRODUCCIÓN

Mónica Andrade Nieves

Universidad Cooperativa de Colombia

monica.andrade@campusucc.edu.co

RESUMEN

Las teorías administrativas han abierto paso al proceso evolutivo gerencial con basamentos investigativos amplios, que constituyen la evidencia tangible de desarrollo de esta ciencia integradora. Por lo anterior el propósito del presente artículo consiste en describir las bases de la epistemología gerencial a través de la evolución histórica de las teorías administrativas y el desarrollo de la investigación científica; contrastándolas con una revisión bibliográfica exhaustiva haciendo uso de las bases de datos propuestas. A partir de los aportes más significativos de los denominados padres de la administración científica Taylor y Fayol así como de otros pensadores se evidenciará cómo los modelos que proponen las organizaciones logran una gerencia efectiva influenciada por todos los elementos del contexto, donde el resultado final es adaptar y adoptar los retos que se presentan en cada era del conocimiento científico ; siendo el protagonista principal el hombre que genera transformación social desde su desarrollo humanístico, el cual se va modelando a lo largo de cada una de las etapas la evolutivas de la gerencia .

Palabras clave: Gerencia, epistemología, investigación.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la gerencia ha sido consecuencia de los factores influenciados por el contexto mundial; es por ello que las tendencias de cada modelo gerencial aunque parte de elementos comunes que luego se afinan o adaptan al desarrollo organizacional del momento, dejan ver como el ser humano logra un nivel de valoración dentro de la sociedad del conocimiento en la medida que es generador del mismo.

Por lo anterior, el objetivo del presente estudio se enfoca a describir a través de una revisión bibliográfica detallada, la historia las diferentes teorías administrativas que surgieron a partir del siglo XX y finales del siglo XXI, destacando a sus principales representante en la administración clásica como fueron Taylor y Fayol, hasta llegar a la administración moderna y su modelo de gerencia social, en contraste con el desarrollo de la epistemología gerencial , como soporte de la investigación en las ciencias gerenciales influenciadas por el contexto que las precedía; apreciándose los enfoques positivistas, neopositivistas, hermeneuticos racionalismo crítico y teoría crítica en la sociedad del conocimiento.

Se revisarán a su vez los principales exponentes de la investigación desde el enfoque positivista de Hume, Bacon, Comte, hasta llegar a la teoría crítica de Marcuse, Habermas Apel entre otros para lograr una aproximación al pensamiento filosófico de cada época.



En este sentido es pertinente hacer una mirada hacia la manera cómo la gerencia estratégica empieza a construir un modelo epistémico a partir de una aproximación contextual hacia el campo de la gerencia basado en lo humano,

Tal como lo señala Lenk (1988:19), “La epistemología moderna estudia el sistema, la historia, el desarrollo, la organización, las condiciones , los efectos y las funciones de la ciencia , así como los papeles las relaciones recíprocas , la formación de grupos y formas de comportamiento de los científicos ,incluyendo cuestiones de motivación, estatus, imagen, e intentando también indicar descriptivamente la situación y las condiciones de desarrollo de las explicaciones, y proporcionar pronósticos hasta tendencias y posibilidades de conducción y planificación de la ciencia” .

De la misma manera se observa una conexión estrecha entre el contexto histórico marcado por las influencias, políticas, económicas, sociales, académicas de la época y el desarrollo del conocimiento gerencial que al madurar, construye una investigación más robusta basado en modelos gerenciales más dinámicos y humanos como esencia de progreso.

DESARROLLO DE LA ADMINISTRACIÓN Y LOS MODELOS GERENCIALES

Desde tiempos remotos, el hombre se ha preocupado por tener un rol dentro de la sociedad que le permita la supervivencia, ya sea a través de una actividad productiva formal o informal. No obstante, es claro que el conocimiento de la existencia de la riqueza fue construyendo un conocimiento “Episteme” ligado al consumismo para la obtención del poder y de la misma forma de la sostenibilidad.

Los modelos de la administración, han mostrado una evolución creciente desde la época de Taylor y Fayol, donde en la época de 1920, con la aparición de la teoría clásica de la administración científica, se aprecia que hubo una clara influencia de los factores externos e internos que incidieron en la adopción de estrategias ligadas a la productividad; así mismo se aportaron cambios relevantes desde los modelos adoptados en las estructuras organizacionales así como en los perfiles de un administrador para el logro de los objetivos de la empresa.

Si revisamos el concepto de Epistemología citado por Martínez, A. (2006:4), define que la epistemología es una actividad intelectual que reflexiona sobre la naturaleza de la ciencia, sobre el carácter de sus supuestos, es decir, estudia y evalúa los problemas cognoscitivos de tipo científico. Es ésta pues, quien estudia, evalúa y critica el conjunto de problemas que presenta el proceso de producción de conocimiento científico. Además se puede describir como una ciencia que se fundamenta en la diversidad y no en la unidad del espíritu científico, por lo tanto, elabora su propio discurso. Es decir, se constituye en una ciencia que discute sobre la ciencia y en consecuencia sobre el conocimiento.

Por lo anterior la epistemología gerencial abre los horizontes del desarrollo de las áreas humanísticas, donde se asienta como base para que se construyan y apliquen nuevas teorías, que ayuden a solucionar problemas de carácter social de manera holística, reconociendo que el hombre es el gestor de avance en cualquier tipo de organización en la que establezca interrelación y que su bien máspreciado es el conocimiento científico como fuente de valor y transformación.



RELACIÓN ENTRE EL CONTEXTO HISTÓRICO, LA INVESTIGACIÓN Y LA EPISTEMOLOGÍA GERENCIAL DE LAS ORGANIZACIONES

Históricamente el siglo XX se ha caracterizó por los **avances de la tecnología, medicina y ciencia** en general, pero también por atrocidades humanas tales como las **guerras**, el genocidio y sin que se hayan resuelto las **diferencias económicas** entre países. En los últimos años del siglo ha comenzado un fenómeno llamado globalización.

Si revisamos lo que acontecía en el campo de la gerencia en su momento es preciso remitirnos a las épocas en que la teoría clásica nace y los escritores de la Escuela Clásica de Administración, donde postulaban que “El trabajo administrativo consiste en diferentes aunque interrelacionadas, funciones que en conjunto conforman el proceso administrativo” Vijay, Sathe (1983: 22).

A partir de esta época se aportan los principales elementos al desarrollo de la administración, denominación que semánticamente refleja diferencias con la gerencia ya que si administrar deviene del latín Ad; a; ministrare, servir, lo cual significa “servir a”... Mientras que gerente deviene del latín genera, que significa dirigir.

Incluso el significado de los términos se observa que está influenciado por los eventos más representativos del momento, un período de guerra donde se requerían rasgos de liderazgo y estrategia para lograr subsistir en un modelo que exigía organizar el poder para generar resultados eficientes en un contexto de exigencia productiva.

Las décadas de los años 60 y 70 caracterizan a una gerencia que tiene este mismo comportamiento ligado a la estrategia, donde el enfoque que se persigue es la conquista de los mercados, es evidenciable el propósito ligado a la productividad, aunque en la actualidad muchos de estos rasgos aún se mantienen.

Ahora contrastemos lo anterior con el surgimiento de las ciencias sociales entre las dos guerras mundiales, el surgimiento del positivismo lógico, “se caracterizó por una actitud debidamente anti metafísica y por toda una serie de profundos análisis de gran relevancia acerca del lenguaje, la estructura y los métodos de las ciencias naturales, así como de los fundamentos de las matemáticas.” Reale y Antiseri (1988:38).

Lo fundamental en el círculo de Viena fue el principio de verificación. En este sentido, para el Círculo de Viena, muy poco del pensamiento filosófico de las ciencias humanas será científico y se rechazará como pseudociencia, todo ello condujo a una mayor relevancia de las ciencias que intentaran demostrar los fenómenos. Mardones y Ursúa, (1987) citado por Bernal, C. (2010).

Como se puede apreciar, la influencia social del contexto de las guerras ligado a un espíritu del más fuerte, llevó al surgimiento de problemas investigativos que aunque involucraron al hombre que se desenvuelve en una sociedad, se vió una investigación rígida, observante, además de escéptica frente a todo aquello que no se podía verificar.



Esto se manifestó claramente en el concepto epistémico de la época toda ciencia, para ser considerada como tal, debe acomodarse al paradigma de las ciencias naturales (monismo metodológico, método científico matemático y predicción de resultados y generación de leyes). Sus principales representantes en el siglo XIII fueron: Humé, Comte, Bacon, James, Mill, entre otros.

El positivismo lógico del círculo de Viena antepone la verificación y lo experimental todo conocimiento científico. Son sus representantes: Carnap, Schick y Wittgenstein, continúan la polémica los positivistas del círculo de ciencia cuyos principales representantes fueron: Carnap, Schick y Wittgenstein.

Durante el siglo XXI el desarrollo de la gerencia a largo plazo y la planeación estratégica toman gran relevancia en un contexto ahora de desarrollo económico marcado por la producción, sin dejar de lado que la riqueza se encuentra concentrada en unos pocos.

El modelo de administración cambia de lo asistencialista a lo social dado lo citado por Jaramillo en *La Gerencia del desarrollo Social: Un reto para el siglo XXI*. Para enfrentar el cambio es imperativo que las organizaciones establezcan estructuras y estrategias flexibles, dinámicas y adaptativas, que le permitan ajustarse a los nuevos requerimientos del entorno.

“Es pues urgente pasar de la administración asistencialista a la gerencia social, ya que ésta propicia la búsqueda de la innovación y la configuración de una visión de futuro. Estas instituciones deben incorporar modernas técnicas de gestión a fin de construir una cultura empresarial fundamentada en la iniciativa creadora, la competitividad, la acción, el aprovechamiento de las oportunidades y la fluidez organizacional” Jaramillo, C. (1997:502)

Tal como lo expresa Valhondo Domingo (2010), las experiencias y apreciaciones de expertos constituyen el mejor método hacia la construcción. Así mismo se identifica que entre los factores determinantes para el logro de la competitividad empresarial son precisamente el conocimiento de los trabajadores y su experiencia la fuente inicial de muchos de los procesos que se gestan en las organizaciones; lo anterior deja por sentado que estas últimas serán la materia prima que nutren y aportan a objetivos comunes; todo ello teniendo en cuenta el Capital intelectual.

Después de estas décadas de desarrollo en el ámbito holísticamente histórico, social, político y educativo, surgen problemas que atañen a las ciencias sociales y la investigación enfoca ahora a través del racionalismo crítico propuesto por Popper citado por Bernal (2010), donde este manifiesta que “La ciencia no es posesión de la verdad sino la búsqueda incesante, crítica, sin concesiones de la misma”.

Además la teoría crítica tiene como postulado que ésta debe estar al servicio de la sociedad y no de un sistema. El conocimiento debe ser emancipador y no razón instrumental. Principales representantes: Horkheimer, Adorno, Habermas, Apel, Marcuse y Fromm; todos los anteriores autores proponen un modelo más humanizado y sensible que debe ser estudiado, abriendo paso a la investigación social que actualmente tiene gran relevancia porque los hechos en torno al hombre construyen la historia social sostenible.



LA EVOLUCIÓN DEL CONOCIMIENTO GERENCIAL

Los padres de la administración moderna Taylor y Fayol, donde el primero es denominado el "Padre de la Administración Científica" tuvo gran relevancia por haber investigado en forma sistemática las operaciones fabriles, sobre todo en el área de producción bajo el método científico.

El estudio de estas operaciones las realizó mediante la observación de los métodos utilizados por los obreros; de sus observaciones surgieron hipótesis para desarrollar mejores procedimientos y formas para trabajar. Experimentó sus hipótesis apoyado por los empleados fuera del horario normal de trabajo; los métodos que comprobó mejoraban la producción; fueron puestos en práctica en el trabajo cotidiano, previa capacitación de los operarios.

Frederick Taylor llegó a la conclusión que todo esto era aplicable a cualquier organización humana. Entre sus conclusiones se encuentran:

- ✓ No existía ningún sistema efectivo de trabajo o había incentivos económicos para que los obreros mejoraran su trabajo.
- ✓ Las decisiones eran tomadas militar y empíricamente más que por conocimiento científico. Los trabajadores eran incorporados a su labor sin tomar en cuenta sus habilidades y aptitudes.

Todo lo anterior indica que desde los orígenes de la administración, la científicidad del área estuvo ligada a la observancia de la aplicación de un método tal como lo cita Tamayo y Tamayo (2002), este suele describirse como un proceso en que los investigadores a partir de sus observaciones hacen las inducciones y formulan hipótesis y, a partir de éstas hacen deducciones y extraen las consecuencias lógicas; infieren las consecuencias que habría si una relación hipotética es cierta.

Por ello Bunge (1980) afirma que para que la administración y la economía tendrán que configurar una epistemología regional propia, que les permita su desarrollo, así como el desarrollo empresarial, económico y social basado en un elevado dominio de su propio saber y de otras ciencias y tecnologías. Desde esta perspectiva se logra dar sentido a la interrelación de pensamiento humano.

El estudio formal del comportamiento organizacional comenzó entre 1948 y 1952. Este campo aún emergente intenta ayudar a los administradores a que atiendan mejor a las personas para que pueda lograr mejoras de productividad, satisfacción del consumidor, y una mejor posición competitiva a través de mejores prácticas administrativas.

EL GERENTE DESDE LO HUMANÍSTICO

El desafío del Gerente del futuro es considerar al capital humano junto con sus potencialidades como el pilar de éxito organizacional, capaz de liderar retos, proponer acciones compartidas por un equipo que ya no se concibe de manera piramidal sujeto a jerarquías, sino un equipo que se distingue por verdaderos propósitos de consecución de resultados ético y científicos, todo ello otorgado por el conocimiento construido en la organización, es su actor



principal porque define rutas a través del método más exitoso en la historia de la organización.

Giménez (2010) citado por Cepeda, Prieto y Uribari en 2012, precisan en su artículo sobre *Gerencia humana como estrategia competitiva en empresas de Consumo masivo* que explica que humanizar las organizaciones significa construir una comunidad en la que las personas se sitúan en el centro del negocio y en la que se establecen relaciones de calidad basadas en la voluntad de compartir un espacio masivo a largo plazo.

Gacel Ávila (1999), señala que en la sociedad del conocimiento la universidad debe favorecer la formación de recursos humanos e incentivar la investigación, orientando la preparación de expertos que puedan hacerle frente a las necesidades de sus sociedades, con miras a resolver sus problemas desde una perspectiva integral tanto de la persona como de la sociedad.

La humanidad en la gerencia es algo tan intangible que sólo se visiona cuando se fideliza todo el contexto tanto interno como externo , porque este es un asunto que más allá de la simple moda trasciende al plano de marcar la diferencia, es el punto donde se madura el conocimiento y se pone al servicio , la sociedad lo recibe y lo perpetúa a través de la comunicación que resulta ser uno de los caminos más acertados para impactar la psiquis del individuo que cada día exige más de las nuevas organizaciones.

METODOLOGÍA

Se procedió a contrastar los aportes más relevantes de los pensadores de las diferentes escuelas administrativas que se constituyeron en modelos significativos para el desarrollo organizacional, desde el análisis bibliográfico de cada uno de los enfoques , aunado a la revisión del desarrollo investigativo de la administración en el mismo siglo , permitiendo otorgar significancia a la influencia del contexto y los hechos que más impactaron la historia de ese momento , para empezar a dar paso de una gerencia basada en tareas al del surgimiento de una gerencia social y por ende humanizante cuyo propósito fundamental es dar respuesta a los problemas del entorno.

Las conclusiones obtenidas son el producto del análisis propuesto en la tabla 1 que se expone a continuación:



Tabla 1. Evolución histórica de las teorías administrativas y el desarrollo de la investigación científica frente al contexto.

FILOSOFÍA

ENFOQUE INVESTIGATIVO	SIGLO		REPRESENTANTES	ENFOQUE	
	POSITIVISMO	XVII-XVIII		David Hume, Francis Bacon, Auguste Comte, William James, J. Stuart Mill.	Monismo metodológico, Homogeneidad doctrinal, Predicción de fenómenos
		Finales del siglo XVIII, principios del siglo XIX		Droysen, Dilthey y Weber	Comprensión como método de las Ciencias Sociales, Unidad sujeto - objeto, generación de principios y no de leyes en la ciencia
	NEOPOSITIVISTAS	Siglo XIX		Schick, Carnap y Wittgenstein	Observación y comprobación mediante la experimentación.
	RACIONALISMO CRÍTICO DE POPPER	Siglo XX		Popper.	Predominio del método deductivo, la ciencia no es posesión de la verdad
	TEORICA CRÍTICA	Siglo XX hasta nuestros días		Horkheimer, Teodor Adorno, Herbert Marcuse, Erick Fromm, Jürgen Habermas y K.O. Apel	La crítica orienta a la anticipación de un modo de sociedad que facilite que el ser humano, sea cada vez más humano y mejor.

Tomado. (Bernal, 2010) adaptado por el autor. 2014

CONTEXTO EN EL SIGLO XX	CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
	POLÍTICAS Y GUERRAS	Guerra de los Mil días, Primera Guerra Mundial, Revolución Rusa, Segunda Guerra Mundial, Guerra fría, Guerra de Irak, Guerra de Bosnia, Guerra de Kosovo, Conflicto armado en Birmania.
	FILOSOFÍA	Theodoro Adorno, Simone de Beauvoir, Mario Bunge, Karl Popper, Jose Ferrater
	ECONOMÍA	Fenómeno de la globalización.

Creado por el autor.

ECONOMÍA

ESCUELAS ADMINISTRATIVAS	AÑOS	TIPO DE ESCUELA	REPRESENTANTES	ENFOQUES
	1903	Administración científica	Taylor, Gantt, Emerson, Ford.	Tareas
	1909	Teoría Burocrática	Weber	División del trabajo
	1916	Teoría Clásica	Fayol, Gulik, Urwick, Sheldon	Estructura y Funciones
	1932	Teoría de las relaciones humanas	Mayo, Follet, Munsterberg, Maslow, Mc Gregori.	Relaciones interpersonales
	1947	Teoría Estructuralista	Weber, Etzioni,	Relaciones humanas, Concepto de estructura
	1951	Teoría de Sistemas	Von Bertalanffy	Procesos
	1954	Teoría Neoclásica	Drucker, O Donnel.	Énfasis en la práctica administrativa
	1957	Teoría del comportamiento	Simon	Énfasis de las personas dentro de un contexto organizacional.
	1962	Desarrollo Organizacional	Mc Gregor, Argyris.	Personas

Tomado. (Carmona, 2008) adaptado por el autor. 2014

GUERRAS Y POLÍTICA

Estructura de Pensamiento Humanista

CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CONCLUSIONES

La gerencia se ha desarrollado de manera permanente ligada al contexto histórico que la precede, por ello la influencia de los pensadores para encontrar la mejor alternativa al desarrollo se basa en una realidad que los moldea y los hace competitivos dentro de un esquema social que marca una tendencia hasta que esta se desgasta y surgen nuevos paradigmas.

La epistemología gerencial es la base del desarrollo de las áreas del conocimiento científico de la administración y de todas las áreas, reconoce al ser social, humanizado, holístico y maleable a las problemáticas diversas de realidades que se evidencian en la construcción de organizaciones que siguen modelos teóricos de éxito, precedidos por guerras, aparición de nuevas tecnologías, procesos innovadores; a partir de allí se robustece la investigación de esta disciplina administrativa que busca nuevos horizontes en el conocimiento de su verdadera esencia que siempre está incorporada al reconocimiento del hombre como transformador de las organizaciones.

Tanto en la Gerencia de principios del siglo XX como en los que precederán al presente siglo, la tendencia hacia la humanización ha hecho parte de todos los modelos, simplemente el lugar que ocupaba el capital humano ha tomado mayor preponderancia en razón a lo único que un hace que una sociedad se desarrolle de una manera armónica, el pensamiento racional y la ética en su vivir.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, C. (2010). **Metodología de la Investigación** Tercera Edición Pearson. Prentice Hall. Tercera edición
- Cepeda, A. et cols (2010). **Gerencia humana como estrategia competitiva en empresas de consumo masivo**. Centro de Investigación de ciencias administrativas y Gerenciales. Universidad Rafael Belloso Chacín. Volumen 9. Edición 1.
- Crissiern, J (2005). **Gerencia del siglo XXI**. Revista Escuela de administración de negocios, Mayo-Agosto, Número 054. Institución Universitaria Bogotá. Colombia Pp. 59-83.
- Givson, Ivanvebich, Donelly. (2003) **Las Organizaciones comportamiento, estructura, procesos**. Décima edición. Mac Graw Hill. Colombia.
- Gaspar, H. (2011) **La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX**, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas.
- Jaramillo. (1997). **La Gerencia del desarrollo social: Un reto para el siglo XXI**. Revista de comercio exterior. Colombia.
- Martínez. (2005) **Administración y Organizaciones. Su desarrollo evolutivo y las propuestas para el nuevo siglo**. Semestre económico, Vol8, Núm. 16, pp.67-97. Colombia. Red de revistas Científicas América Latina, el Caribe, España y Portugal.
- Solis, D (2008) **Análisis comparativo de las etapas administrativas y su aporte en la Gerencia de Proyectos**. Universidad Estatal a distancia. Escuela de ciencias de la



administración. Trabajo final para optar al grado de Maestría profesional en administración de negocios con énfasis en Proyectos,

Tamayo y Tamayo (2002). **El proceso de Investigación Científica**. Cuarta edición. Limusa. Noriega editores. México.



GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DE MERCADEO EN MIPYMES DE PAMPLONA

Laura Tuta Ramírez
Universidad de Pamplona
karisan19@hotmail.com

Akever Karina Santafé R.
Universidad de Pamplona

Álvaro Parada Carvajal
Universidad de Pamplona

RESUMEN

El dinamismo del mercado en los sectores productivos tradicionales como industria, comercio, transporte y servicios induce a las empresas a impulsar estrategias que le permitan enfrentar los cambios del entorno adaptándose y creciendo en el respectivo clúster. El presente artículo tiene por objeto analizar la administración y gestión de mercadeo en las mipymes de Pamplona, determinando lineamientos de acción que permitan visualizarse en el corto, mediano y largo plazo. El sustento teórico está basado en los contenidos de Hernández y Palafox (2012), Samper (2008), Munuera y Rodríguez (2007), Serna (2003) entre otros, realizándose a través de una metodología cuantitativa de tipo descriptivo, diseño de fases apropiadas para el contexto objeto de estudio. Considerándose la gestión administrativa y de mercadeo como un instrumento que define la capacidad de organización empresarial y satisfacción al cliente, constituyéndose en el instrumento de ventaja competitiva para la generación de valor agregado de las mipymes que las hace diferente de la competencia al dar paso de la práctica empírica a la formación de emprendedores.

Palabras clave: Gestión administrativa, mercadeo, mipymes.

INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa y de mercadeo busca mejorar la competitividad de las mipymes adaptándose al contexto cambiante a través de procedimientos para desarrollar propuestas que permitan conocer variables esenciales relacionadas con la razón que llevó al empresario a crear su empresa, el acceso a procesos de capacitación, el conocimiento en mercadeo, contactos con otros ambientes de mercados, la realidad interna, posición frente al entorno, apoyos del gobierno, como lo estipula la Ley 590 que enuncia la política industrial y de comercio, el apoyo a la pequeña y mediana empresa (Ley 590 de 2000. Congreso de Colombia. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas), así como las competencias en gestión de negocios, entre otras, fortaleciendo la bases informativas no establecidas hasta ahora en Colombia.

Planeamiento de la Problemática

En Colombia el 99% de las empresas en el país son Mipymes de acuerdo a informe del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2004) y generan el 63% del empleo y el 37% de la producción nacional y según informes del Departamento Administrativo de Estadísticas DANE,



encuesta continua de hogares (2003) el porcentaje de la población en edad de trabajar corresponde a un 77.3%.

En este sentido, tomando como referencia a Pamplona y en concordancia con su título de Ciudad Estudiantil, el ciclo económico gira principalmente alrededor de los sectores comercio y servicios, generalmente pequeños negocios de hospedaje, internet, cafeterías, panaderías y alimentación. Las mipymes que lideran estos sectores atienden a las dos actividades más representativas de la ciudad: La educación sustentada principalmente por la comunidad educativa de la Universidad de Pamplona y el turismo donde se destacan museos, casa arzobispal, ferias, fiestas religiosas y cívicas. Sin embargo, el mayor esfuerzo de estas actividades económicas gira entorno a la satisfacción de necesidades de la población estudiantil pamplonesa o de la población flotante, proveniente de diversas regiones del país, que impactan positivamente el desarrollo económico en las épocas escolares.

De otro lado, la mayoría de negocios de la ciudad son mipymes y según Solano (2008) gerente de la Cámara de Comercio de Pamplona un alto porcentaje, para su creación carecen de aplicación de estudios de mercadeo básicos, estrategias administrativas o financieras, que ofrezcan mayor posibilidades de consolidación y proyección; muchas no se han destacado por poseer una visión competitiva, algunas tienen años de existencia y no son reconocidas, ni destacan productos o servicios innovadores resultantes de una investigación de mercados; al contrario la tendencia al parecer es generar una competencia más en la región aprovechando la coyuntura de la Universidad de Pamplona”.

Concepciones desde la Administración

Históricamente el hombre tratando de lograr mayor efectividad en el desarrollo de sus actividades primarias fue haciendo uso de lo que conocemos como administración. En este sentido, Galindo y Martínez (1997) plantean que la administración es hacer algo a través de otros expertos en el área para sumar conceptualizaciones como: Es la coordinación de todos los recursos a través del proceso de planeación, dirección, y control a fin de lograr objetivos establecidos, es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y mediante el esfuerzo humano coordinado.

En efecto, Hernández y Palafox (2012) proponen que la administración como disciplina consiste en coordinar los elementos internos de la empresa hacia determinado fin o propósito en el entorno, el cual no puede ser administrado puesto que las variables externas dependen de factores económicos, sociales, tecnológicos no controlables. En este aspecto la empresa estudia las tendencias del mercado para desarrollar estrategias de operación que dependen de una administración interna entre proveedores, competidores, clientes, sindicatos entre otros, por medio de un proceso administrativo que autorregula el funcionamiento empresarial.

Concepciones desde el Mercadeo

Auditoría de Marketing. De acuerdo con Munuera y Rodríguez (2007) se denomina auditoría de marketing al análisis crítico del entorno general y del mercado “auditoría externa” y de los sistemas de dirección, procesos y funciones de marketing “auditoría interna”, realizado con el objeto de determinar los aspectos que plantean problemas y las circunstancias que



constituyen oportunidades y con el propósito de recomendar un conjunto de medidas correctoras que mejoren el resultados de la empresa.

Asimismo, Stanton y otros (2004) expresan su conceptualización del marketing haciendo hincapié sobre el factor primordial de todo negocio, "El concepto de marketing pone de relieve la orientación al cliente y la coordinación de actividades mercadológicas para conseguir los objetivos corporativos. La consecución de los objetivos constituye la razón fundamental del concepto del marketing".

De otra parte, sobre las concepciones y miradas empresariales que pueden encontrarse en la administración de las mipymes, Serna (2003) plantea que "hay organizaciones operativas con objetivos cortoplacistas. Otras con visión empresarial de mediano plazo y muchas con una perspectiva de largo plazo". Luego la visión también es diferente, la preocupación empresarial cambia, "en las primeras: el día a día es más importante, y por tanto, la preocupación por las cosas internas de la organización tiene prioridad. Son organizaciones hechas para reaccionar al diario quehacer.

MARCO METODOLÓGICO

El estudio se sustenta en un tipo de investigación descriptiva que según Arias (1999): "Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento". Para el desarrollo y alcance de resultados se aplicaron de acuerdo a las fases, diseños cuantitativos, donde se recogen y analizan datos estadísticos sobre aspectos y variables de marketing, buscando resultados generalizables y objetivos a través de los resultados que se obtengan de la muestra.

Población. Arias (1999) señala que "la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones". El universo objeto de estudio está formado por las unidades económicas productivas de la región pamplonesa, se identificarán unas empresas encajadas en cualquiera de las siguientes clasificaciones: micros, pequeñas o medianas. De acuerdo con la base de datos proporcionada por la Universidad de Pamplona (2007) la población de mipymes del sector alimentos corresponde a 239 unidades productivas sobre las cuales se aplicó un censo.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para reunir la información necesaria y pertinente al desarrollo de la investigación y en función a los propósitos de este estudio, se aplicó una encuesta mediante un cuestionario tipo escala de Likert, a los actores fundamentales seleccionados como muestra con lo que se logró soportar los objetivos específicos definidos en la operacionalización de variables.

Presentación y Análisis de Resultados

Sobre el instrumento aplicado a los empresarios de las mipymes de Pamplona para recoger información, acorde a los objetivos de la investigación, se presentaron los hallazgos, descritos en el mismo orden con el que fue diseñado el cuestionario, iniciando por lo consultado sobre aspectos generales de las mipymes. Posteriormente se analizó cuantitativamente el proceso administrativo y de mercadeo.



Análisis Crítico de la Información: Aspectos Generales

Con el fin de establecer una ubicación general sobre características básicas de mipymes y empresarios del sector objeto de estudio, se diseñó en el cuestionario consultas pertinentes, que llevaron a establecer los siguientes parámetros:

- Más de la mitad de los empresarios consultados del sector alimentos de Pamplona, representados en un 66% poseen un nivel de formación de secundaria, mientras que solo un 10.5% tiene formación universitaria relacionada con programas de docencia, Administración de Empresas e Ingeniería y muy pocos se han formado a nivel técnico.
- La gran mayoría de los empresarios consultados del ramo oscilan en un rango de edad entre 36 y 55 años de edad.
- De las mipymes estudiadas del sector pueden catalogarse a un 45% como empresas nuevas (entre menos de 1 año y 5 años) que constituyen el porcentaje más representativo, como antiguas a un 39% pues tienen entre 6 y 15 años en el mercado y un 15% corresponde a empresas muy antiguas (más de 16 años).

Ámbito general de la empresa: Proceso Administrativo

FASE I de la Investigación: Estudio del **Entorno Interno** Administrativo de las mipymes sector alimentos de Pamplona.

Planeación. Se encontró que la gran mayoría de las mipymes del sector alimentos de Pamplona representada en un 91% consideran que realizan direccionamiento estratégico. Sin embargo, también, la gran mayoría representada en el 84%, no establece metas misionales o estratégicas sino, que se plantean objetivos, políticas, estrategias, principalmente a corto plazo y al formularlas consultan el entorno externo afirmó más de la mitad de los encuestados (74.1%). Además un 80.7% destaca que formulan esas metas, estrategias y políticas por áreas de la empresa. Un importante 70,7% respondió poseer identidad corporativa.

Organización. Puede analizarse la forma parcial en que administrativamente las mipymes de Pamplona vienen funcionando, pues un poco más de la mitad (59.4%) de los empresarios exponen que no han establecido las cuatro áreas de gestión en la estructura organizativa ni responsables para cada una de ellas. Asimismo, un 78.6% reconoce la inexistencia de manuales en su empresa.

Dirección. A nivel de dirección, el 93.7% de los empresarios de las mipymes plantean la existencia de sistemas de comunicación, motivación y supervisión en sus organizaciones. En cuanto a la autoridad y responsabilidad, en el estudio se encontró que la gran mayoría soportada en un 92.4% manifiesta disponer de estas dos variables por niveles y un significativo 90% destacan la centralización del proceso de toma de decisiones.

Control. En cuanto a procesos de control que ejercen las mipymes un poco más de la mitad (69.5%) establece que no manejan sistemas de control específicos para cada área. En estas mipymes los sistemas de control que se manejan son tradicionales y empíricos, la gran mayoría no utiliza sistemas especializados.



FASE II de la Investigación: Estudio del **Entorno Interno Mercadeo** de las mipymes sector alimentos de Pamplona.

- **Ámbito General de la empresa: Áreas Funcional Mercadeo**

Diagnosticando el área de mercadeo se encontró que sólo el 36.8% cuenta con personal directivo y funcionarios formados en el área de mercadeo. Llama la atención que sólo un 18% de las mipymes posean plan de marketing. Puede considerarse que las mipymes en su mayoría están en desventaja por falta de conocimiento y aplicación de esta herramienta de marketing. Sin un plan de marketing, puede considerarse que las mipymes en su mayoría están en desventaja por falta de conocimiento y aplicación de esta herramienta.

Esquematzación Administrativa y de Mercadeo de las Mipymes de Pamplona



Figura 1. Caracterización del Proceso Administrativo y de Mercadeo de las Mipymes de Pamplona.

De acuerdo al análisis interno de las empresas del sector, se encontró que administrativamente poseen direccionamiento estratégico parcial puesto que no consideran la planeación a largo plazo. Organizacionalmente presentan falencias a nivel de estructura organizacional, no están establecidas las áreas funcionales, ni manuales de procesos, procedimientos y de funciones para cada una de ellas. Se destaca la administración a través de procesos empíricos en la mayoría de los casos centralizados en el mismo propietario. La mitad de las mipymes no aplica control contable y financiero y la mayoría no llevan procesos sistematizados



CONCLUSIONES

La metodología, el análisis de la información y los resultados del proceso aplicado a cada objetivo de la investigación arrojaron las luces requeridas para caracterizar la administración y gestión de mercadeo de las mipymes tomando como referencia al del sector alimentos de la ciudad de Pamplona, dando paso a la propuesta de líneas de acción que sugieren el mejoramiento de las empresas que conforman dicho sector.

El estudio entrega una información valiosa para futuras investigaciones las cuales contarán con un marco fundamental para implementar estrategias puntuales que de forma generalizada o particular, ejercerán cambios significativos en las empresas y en el desarrollo socio-económico de la región.

Mediante el recorrido de los factores internos referidos al proceso administrativo, se halla que las mipymes del sector en el ámbito interno especialmente el proceso administrativo, reflejan su actuar por largos años con procesos y procedimientos empíricos, hasta ahora han podido lograr un nivel de subsistencia. Circunstancia que viene siendo cada vez más notoria a medida que avanza el crecimiento socioeconómico de la población. Analizado desde el marketing se observan requerimientos sin atender que amplían aún más la brecha.

Prevalece en el sector la necesidad de formación en el área de marketing que permita implementar más y mejores estrategias tendientes a la competitividad empresarial. El área nos se encuentra claramente definida en la casi totalidad de las mipymes, se acerca a un proceso empírico puesto que se desarrollan algunas estrategias por iniciativa del empresario de manera espontánea; se infiere a partir del diagnóstico general de los dirigentes de las mipymes, la estrecha relación con el nivel de formación en el área de estos emprendedores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (1999). **El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica** (6ta ed.). Venezuela: Editorial Episteme
- Congreso de Colombia. (2000). **Ley 590. Disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.** Colombia.
- Galindo y Martínez (1997). **Fundamentos de administración.** México. Editorial Trillas.
- Hernández, S y Palafox. (2012). **Administración: teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad.** (6ta ed.). México: Mc Graw Hill. G.
- Ministerio de comercio industria y turismo [página Web en línea]. Disponible en <http://www.mincomercio.gov.co>.
- Munuera, J. y Rodríguez, I. (2007). **Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección.** Madrid: Ed. ESIC.
- Samper O. (2008, Junio 8). **Colombia uno de los países con mayor emprendimiento.** El Espectador, P37



Serna, H. (2003). **Gerencia Estratégica**. Bogotá: 3R editores.

Solano C. (2008, noviembre). **Influencia del sector comercial en el desarrollo socioeconómico de la ciudad**. Ponencia presentada en el primer Foro Económico de la ciudad de Pamplona. Universidad de Pamplona, Pamplona – Colombia.

Stanton, W., Etzel, M. y Walker B. (2004). **Fundamentos de Marketing**. México: Mc Graw Hill.



CULTURA ÉTICA: FILOSOFÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ORGANIZACIONES UNIVERSITARIAS

Annherys Paz

Universidad de La Guajira
annheryspaz@hotmail.com

Félix Franco

Universidad de La Guajira

María Franco

Universidad de La Guajira

RESUMEN

Este artículo tuvo como propósito analizar la cultura ética como filosofía de la responsabilidad social en organizaciones universitarias, apoyada en las teorías de Cleghorn (2005), Pelekais y colaboradores (2007), Velásquez (2008), Vallaeys (2003), Valleys y Carrizo (2006) entre otros. Desde el punto de vista legal por la Constitución Política de Colombia y la República Bolivariana de Venezuela entre otras leyes de nivel educativo. Metodológicamente la investigación fue analítica, descriptiva y documental. La información se obtuvo aplicando un diseño bibliográfico mediante fuentes disponibles en medios físicos y electrónicos, relacionados con el tema estudiado. En conclusión, las universidades están sustentada en una cultura ética inserta mediante principios y valores adquiridos, pero al igual aceptados por cada persona, donde se apoya el desempeño moral y ético de la gente, el cual se difunde en el compromiso de sus actividades institucionales, además de la formación profesional del hombre ante la sociedad, ejerciendo una filosofía de la responsabilidad social compartida con sus grupos de interés internos y externos para garantizar desde la gestión administrativa y docente el fortalecimiento de la formación académica, investigativa y extensión hacia la construcción del bienestar de la sociedad sostenible, conjugando el aporte de conocimientos y experiencias de vida en un proceso continua de interacción y relaciones con su entorno.

Palabras clave: cultura ética, filosofía y responsabilidad social.

INTRODUCCIÓN

Hoy día las experiencias derivadas de la globalización en el mundo de las organizaciones muestran que no se trata de un fenómeno coyuntural, sino un cambio de tendencias en el campo de las sociedades, sin exclusión de los sectores que integran los diversos rubros de la economía de cada nación, pues este elemento se asocia a la competitividad, donde resulta indiscutible la transformación y cambios en los esquemas de trabajo requiriendo de la incorporación de nuevas tecnologías para adaptarse a la competencia, fomentando además alianzas estratégicas, a fin de actualizarse y con ello plantear retos para no quedar quebrantada hacia las nuevas oportunidades de expansión en el entorno.

Si bien es cierto, la globalización ha traído consigo evolución y cambios trascendentales en las base social, cultural, político, tecnológico donde los sectores de la economía, sin excluir las universidades no se encontraban preparadas para asumir los compromisos generados de ello,



convirtiéndose a primera instancia en un campo de limitaciones, para dar respuestas al entorno, pero aun así están llamadas a ser responsable con la sociedad, en el cual deberían involucrarse no solo sus directivas como fuente de gestión en la conducciones de los procesos de trabajos académicos, investigativos y extensionistas; sino todo el personal administrativo y docente adscritas a ellas bajo la integración de una actuación responsable compartida desde la perspectiva de una cultura ética, social y ambiental

Entonces, las organizaciones universitarias para gestar sus procesos de trabajos desde la base de actuación en la sociedad, debe promover la formación de hombres desde una educación integral, capaz de propiciar una cultura ética mediante procesos educativos con principios de transparencia y responsabilidad enmarcada en un patrón de comportamiento inserto en códigos de conductas ciudadanas, pudiendo con ello forjar relaciones humanas y morales ante el entorno ,a través de un sentido humanístico de la sociedad. De acuerdo a Cleghorn (2005) la cultura es la totalidad compleja que incluye conocimientos, creencias, arte, ley, moral costumbres y cualquier capacidad y hábitos adquiridos por el hombre, como miembro social. Por su parte, el mismo autor, señala que la ética trata de conformar las relaciones humanas de acuerdo con la conciencia moral y en referencia a un modelo de valores morales objetivos.

Por su parte, Velásquez (2008:10), plantea la ética como la actividad de examinar los estándares morales personales o los estándares morales de la sociedad, y de preguntarse cómo se aplican éstos estándares en la vida y si son razonables o irrazonables, es decir, si están apoyados por buenas o malas razones. Por tanto, una persona comienza a aplicar la ética cuando toma los estándares morales absorbidos de la familia, la iglesia y los amigos.

En tal sentido, la cultura ética bajo la filosofía de la responsabilidad social en las organizaciones universitarias, ha de tener esta como patrón que guía la conducta transparente e inexcusable de su gente para la formación de hombre, pudiendo dar valor al proceso irreversible de globalización, además de la incorporación de nuevas tecnología de comunicación e información y novedosas formas de desarrollar el trabajo, estableciendo para su gestión principios éticos-morales valorativos del crecimiento personal y profesional del ser humano como ente que aporta ideas desde las competencias innatas y adquiridas, aunado a la práctica de conductas sociales responsables en la organización hacia el entorno tanto interno como externo a ella .

Por ello, las universidades como organización social al servicio de un colectivo deben disponer de estrategias enmarcadas en el fortalecimiento de la ética mediante la implantación de códigos de conductas, a objeto de fomentar valores que gesten la orientación hacia una cultura ética en sus procesos de trabajo, aunado a mejor responsabilidad social voluntaria entre sus grupos de interés, no solo dando respuestas a necesidades sociales, de formación académica e investigativa del colectivo sino también extensionista; a través del establecimiento de estándares para responder a las necesidades de los trabajadores, las comunidades y medio ambiente. De acuerdo a Álvarez, Cerda, Huerta y León (2010) una faceta de la responsabilidad, la ética y la moral universitaria tiene significado propio, ya que sintetiza todos los valores y atributos propios de su responsabilidad.

Bajo estas premisas, la responsabilidad social supone un compromiso compartido con la comunidad universitaria desde los escenarios internos y externos, convirtiéndose en un



instrumento gestor de facultades voluntarias para la construcción del bienestar de su gente como parte de su fuerza laboral y con ello aportar un marco de vida sustentable hacia el tejido social. Según, Robbins y Coulter (2005) Comprender el deber de una empresa, aparte de los requisitos legales y económicos, de perseguir metas a largo plazo para bienestar de la sociedad En este artículo se trata el análisis de la cultura ética como filosofía de la responsabilidad social en organizaciones universitaria, representa un marco de gestión compartida desde la transparencia de su gestión como pilar en la construcción de un tejido social enmarcado en parámetros de comportamiento ético hacia una sociedad sustentable.

CULTURA ÉTICA FILOSOFÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desde siempre las universidades han sido fuente generadora de conocimiento, por tanto como pilar de formación y desarrollo del comportamiento social del hombre, ha de emprender el crecimiento cultural como una base productividad profesional y personal dispuesto en una sociedad de constantes cambios, transformaciones, los cuales requiere adaptabilidad para su progreso. Además, de convertirse, de una sociedad tradicional en una sociedad en constante evolución del aprendizaje significativo capaz de formar hombres y mujeres creativos, innovadores y sentido de corresponsabilidad con su entorno.

Para Ibarra (2000, citado por Pelekais, Ferrer, Cruz y Romero 2007)) las universidades han desarrollado una serie de funciones económicas, políticas y culturales que son cada vez más intensas y que la han enlazado de manera diferente con la sociedad, convirtiéndose en una herramienta fundamental de movilización social ascendente, jugando un papel de más crítica y generar producción de cuadros superiores y medios para ocupar la dirección en las instancias importantes de la sociedad.

Si bien es cierto, un indicador de compromiso con el entorno de las organizaciones, sin excluir las universitarias es la responsabilidad social, donde su propósito es conocer la dimensión de la práctica de acciones voluntarias internas y externas, en el cual la primera, es decir interna resulta primordial el establecimiento de patrones en la calidad de vida del trabajador permitiendo satisfacer sus necesidades humanas; mientras la segunda el carácter externo se proyecta con el ejercicios del bienestar de las comunidades, aunado a ello la educación como compromiso de formación profesional de todo ser humano, capaz de insertarse en un mercado competitivo como el de hoy día para hacer de su quehacer diario una competencia integral.

A este carácter se añade, que las universidades deben generar un sentido de cultura ética que direcciones su gestión donde además se promueva la responsabilidad social desde la formación de los hombres pero también hacia adentro y afuera con el apoyo de sus grupos de interés, siendo prioritaria la formación académica de los individuos, aunado a ello las actividades investigativas, de asesoría, transferencia de tecnología y educación continua para obtener aprendizajes significativos, constructivos y transparentes.

Desde el contexto legal de la Constitución Política de Colombia (1991) artículo 67: “la educación es un derecho de la persona y un servicio público de función social: con ella se busca el acceso al conocimiento de la ciencia, a la técnica y demás bienes y valores culturales”. Para el caso Venezolano la Constitución de la República Bolivariana (1999) establece en el



artículo 102: “la educación es un derecho humano y deber social fundamental, es democrático, gratuito y obligatorio”.

No obstante, la ética en el contexto universitario binacional Colombo-Venezolano representa la filosofía de la responsabilidad social, simbolizando oportunidades para el aprovechamiento de los conocimientos de los individuos, permitiendo abordar la participación de los grupos de interés entre ellos los actores educativos, directivos y viceversa, a fin de tomar decisiones transparentes cónsonas con las realidades del entorno.

Por consiguiente, Soto y Cárdenas (2007), afirman que la ética es el estudio sistemático de la naturaleza de los conceptos axiológicos, como bien, mal, equivocado y de los principios generales que justifican la aplicación de ellos a alguna acción o acto. Su importancia radica en su relación con las nociones fundamentales de moralidad y estas pueden tener grandes consecuencias en relación con la conducta de las personas.

Para Guédez (2006), La ética es la esencia mediadora entre Dios, con la naturaleza y con los semejantes, desde la perspectiva de nosotros mismos, refiere el autor que mientras el entorno sea más turbulento, impredecible y complejo, será más necesaria la ética. En este sentido, se muestra que la ética estudia el carácter general de la conducta humana y las lecciones morales concretas que el individuo hace en su relación con los demás. En virtud de ello, para el mencionado autor la ética adquiere verdadero sentido cuando es portadora de principios rectores que conducen a una convivencia digna inspirada en el bienestar del ser humano en armonía con su entorno social, cultural y natural

Al vincular la cultura ética como filosofía de la responsabilidad social en universidades, busca generar un compromiso transparente en las acciones tomadas tanto en el contexto interno pero al igual las direccionadas al externo; además de aquellas compartidas con los grupos de interés siendo porta voces de las realidades del entorno, pudiendo aplicar decisiones imparciales y objetivas que conlleven a un entorno de convivencia sana y equilibrada.

Dentro de este marco, se destaca que la responsabilidad social no solo debe verse desde el ángulo del compromiso institucional con la sociedad, sino como un indicador de bienestar social ante sus grupos de interés, a fin de proveerla como una fuente valorativa de la cultura ética, apoyadas en el marco de la filosofía de gestión universitaria al servicio de una sociedad en constante evolución para gestar una estructura social hacia el desarrollo sustentable.

Por tanto, la gestión universitaria se trata de un compromiso ético, moral del saber y actuar para cultivar la ética y la responsabilidad en cada proceso de trabajo institucional, es decir la administración, contabilización, educación, investigación, creatividad e innovación. Según la Declaración mundial de educación superior de la UNESCO (1998) las universidades tienen dos responsabilidades, donde combinan el compromiso ético con el de anticipar el futuro, creando y difundiendo el conocimiento.

Por su parte, en el artículo 102 de la Constitución Bolivariana de Venezuela la educación es un servicio público y fundamentada en el respeto a todas las corrientes del pensamiento, con la finalidad de desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en la valoración ética del trabajo y participación activa, consciente y solidaria en los procesos de transformación social,



constanciados con los valores de la identidad nacional y con una visión latinoamericana universal.

No obstante, la educación comprende un compromiso social capaz de asentar las bases en una constante evolución del aprendizaje y el uso de nuevas tecnologías que faciliten elevar el nivel de conocimiento de los individuos indistintamente de las corrientes del pensamiento educativo, en este sentido formando seres humanos integrales no solo dispuesto a dar respuesta con las competencias adquiridas para adaptarse e insertarse en el campo empresarial, sino también en su entorno como colectivo capacitado el sentido social hacia una calidad de vida permanente con igualdad de condiciones y oportunidades de progreso que coadyuvan la mejora de la calidad de vida y con ello el bienestar.

En lo referente a Venezuela, las universidades han incluido en sus actividades curriculares no solo la ética o bien la responsabilidad social como cátedra, sino además se proyecta bajo el cumplimiento del servicio comunitario, siendo uno de sus pilares como lo es extensión cumpliendo con ello lo pautado en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en el artículo 135.

El referente al artículo 135 de la Constitución Bolivariana de Venezuela establece: “Las obligaciones que correspondan al estado, conforme a esta Constitución y a la ley, en cumplimiento de los fines del bienestar social general, no excluyen las que, en virtud de la solidaridad y responsabilidad social y asistencia humanitaria, correspondan a los o a las particulares según su capacidad. La ley proveerá lo conducente para imponer el cumplimiento de estas obligaciones en los casos en que fuere necesario. Quienes aspiren al ejercicio de cualquier profesión, tienen el deber de prestar servicio a la comunidad durante el tiempo, lugar y condiciones que determine la ley”.

RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA UN COMPROMISO COMPARTIDO

En el marco de los escenarios sociales, se han generados cambios y transformaciones en todos los contextos de la actividad económica de un país, los cuales afectan el comportamiento de ellas en el entorno, sin obviar el sector universitario, donde estos constituyen la plataforma del conocimiento social, además de mantener el estatus otorgado por las comunidades del saber o conocimiento del hombre. Según la Ley de Universidades en Venezuela artículo 1: La universidades es fundamentalmente una comunidad de intereses espirituales que reúnen a profesores y estudiantes en la tarea de buscar la verdad y afianzar los valores trascendentales del hombre.

Para tal efecto deben emplearse en las universidades comunidades de aprendizajes capaces de plantear ideas transformadoras, creativas e innovadoras ejerciendo el deber y derecho de los ciudadanos, es decir formar individuos integrales con sentido valorativo de su entorno desde un ángulo de la ética y la moral convirtiéndose en entes con horizonte disciplinario para el compromiso del hoy y el mañana, es decir precursor de la identificación de bien y del mal desde la responsabilidad ética, cultural, social y ambiental, para mantenerse equilibrada en el marco social donde se desenvuelve. En tal sentido, el artículo 3 de la ley de universidades en Venezuela expone que las universidades deben realizar una función rectora en la educación, la cultura y la ciencia.



De acuerdo a Espinoza (1996 citado por Pelekais, Ferrer, Cruz y Romero 2007) la educación es afectada según el entorno que vive la sociedad, así que debe dar respuesta a éste, siendo un reto al que quizás se puede enfrentar a través de la iniciativa generada por la calidad de la educación impartida bajo diferentes ambientes globales. En tal sentido, la responsabilidad social universitaria representa el indicador del balance social, el cual debe apoyarse en tres aspectos operantes del ser humano: pensar, sentir y actuar, no solo en la esfera cognitiva sino, en una sociedad éticamente responsable consigo y el entorno.

Por tanto, el término de la cultura ética como filosofía de la responsabilidad social universitaria no puede verse como un elemento nuevo en ella, pues en su conjunto estos términos se traducen en las relaciones humanas y morales del hombre hacia el interés voluntario para atender de forma transparente e imparcial las necesidades del entorno, representando el comportamiento corresponsable con la sociedad donde participa, mediante la incorporación de valores ante las acciones destinadas a otorgar respuesta al bienestar de su gente, las comunidades y su medio ambiente. Según Robbins y Coulter (2005) la responsabilidad social es el deber de una empresa, aparte de los requisitos legales y económicos, de perseguir metas a largo plazo para el bien de la sociedad.

Para Cortina (2004) la responsabilidad social va más dirigida a lo que se llamaría el interés universalizable, por cuanto no se trata de optar por una ética desinteresada, sino de una ética del interés de todos los afectados por la empresa. Por consiguiente, se infiere que, la responsabilidad social se distinguiría del derecho y también de la filantropía.

En virtud de los aspectos expuestos, Paz, Harris y Molero (2010) señalan que la responsabilidad social en el campo universitario representa el comportamiento corresponsable con la sociedad donde participa, no solo generando el desarrollo innovador del conocimiento, sino además ser un elemento circunscrito en una acción pluralista de ideas renovadoras de la vida del ser humano como ente social a favor del crecimiento sustentable de la sociedad.

En términos generales la responsabilidad social universitaria emerge de la filosofía ética de las organizaciones, en tal caso las universidades como base del saber social deben desempeñar sus actividades apegados a principios éticos compartidos bajo la práctica valorativa de la honestidad, disciplina, igualdad, respeto social y ambiental. Bajo esta concepción se explica, que la Responsabilidad Social Universitaria, de acuerdo a Vallaeys (2003), es la gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización universitaria en su entorno humano, social y natural.

En este particular, se añade que las universidades deben prepararse, para vencer los retos u obstáculos desafiantes del entorno social, producto de los cambios percibidos de él, convocando una actitud visionaria hacia una perspectiva sustentable y sostenible apoyados en compromiso compartido ante las responsabilidades y obligaciones de organización responsable. En otras palabras, las universidades no sólo deben preocuparse por formar, desarrollar habilidades y competencias en individuos profesionales integrales más bien forjar el crecimiento personal y profesional desde el ángulo del comportamiento ético sirviendo de patrón conductual en la actividad laboral; por tanto deben encaminarse a crear y consolidar la cultura ética transparente con pertinencia social.



Según, Urzúa (2001, citado por Pelekais, Ferrer, Cruz y Romero 2007) la responsabilidad social universitaria es contribuir a eliminar o neutralizar los factores que conducen a desigualdades en el sistema educativo, pero fuera del sistema universitario, así como en el contexto socioeconómico y cultural donde esta opera; es decir que va depender, por un lado de internalizar su misión y por otro, los problemas que afectan la sociedad donde ellas participan.

En otras palabras, las organizaciones universitarias socialmente responsables deben imperar en una comunicación activa e interactiva entre su gente, es decir contar con el capital humano comprometido con su filosofía ética donde se garantice una sociedad demandante de valores como: lealtad, disciplina, trabajo en equipo, cooperación y compromiso de su entorno, creando un valor agregado a sus servicios traduciéndose esto en ventajas competitivas para la excelencia en el desempeño laboral responsable de la directiva, personal administrativo, docentes, comunidades, colaboradores.

De acuerdo al enfoque de Valleys y Carrizo (2006) la responsabilidad social universitaria es una política de calidad del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales, sociales y ambientales que la universidad genera, en un dialogo participativo con la sociedad para promover el desarrollo humano sostenible.

Por otra parte, Ferrer (1998) hoy las universidades deben romper concepciones paradigmáticas que la enquistan, debe pensar y concebirse, como una institución esencial para enfrentar los grandes desafíos del mundo contemporáneo, asumiendo su responsabilidad social, mediante la formación de ciudadanos, capaces de construir una sociedad más abierta, más justa, basada en la solidaridad, en el respeto de los derechos humanos pero sobre todo una universidad comprometida con una mejora de la calidad de vida de la sociedad.

Dentro de este marco, la responsabilidad social universitaria, constituye un eje integrador y axiomático de los indicadores éticos de la filosofía de gestión donde coadyuvan aspectos legales, éticos, morales y ambientales; a través del ejercicio voluntario, no impuesta legalmente por el marco legal de cada país de origen que le otorga rigor obligativa por parte del Estado, por tanto su gestión debe basarse en necesidades del entorno, donde se construyan comunidades socialmente responsable no solo desde su compromiso con su gente, sino el beneficio de la formación de hombres , a través del fortalecimiento y la enseñanza de principios y valores ciudadanos.

Vallaey (2003), la Responsabilidad social universitaria, debe articularse a partir de una visión holística, con las diferentes partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo pero sostenible, en pro de la formación de profesionales ciudadanos responsables y la producción transmisión de saberes, desde principios responsables.

En virtud de ello, la responsabilidad social universitaria consolida la puesta en práctica de un conjunto de estrategias asociadas a los principios y valores sociales trascendentales como: la solidaridad, justicia, equidad, integridad, interdisciplinariedad, interdependencia hacia la búsqueda de bienestar común, destinadas a mejorar la calidad de vida de todos, es decir su gente, las comunidades, y grupos de interés; asimismo la formación del colectivo social como hombre integrante de una sociedad en transformación y progreso, en tal sentido ser generadora



de espacios de convivencia, desde actividades de docencia, investigación, extensión y comunicación.

METODOLOGÍA

El desarrollo del presente artículo, suscribe desde el campo metodológico como una investigación analítica, descriptiva, documental, empleando un diseño bibliográfico, el cual se asocia a un proceso actividades sucesivas y organizadas para la clasificación, revisión y consulta de información, dispuesta en el alcance de fuentes documentales disponibles en medios físicos y electrónicos, relacionados con el tema estudiado. En este particular, se consultaron autores como Hurtado (2008); Tamayo y Tamayo (2009); Bavaresco (2006); Arias (2006); Méndez (2006); Hernández, Fernández y Baptista (2010); entre otros.

CONSIDERACIONES FINALES

A manera de reflexión final, de acuerdo al análisis expuesto se explica que en el marco universitario resulta ineludible la práctica de una cultura ética como filosofía de la responsabilidad social, el cual se ejerce desde un patrón transparente, objetivo, imparcial y voluntaria hacia la toma de decisiones de acciones destinadas a la comunidad, su gente y el ambiente, permitiendo integrar el compromiso institucional con las comunidades de sus alrededores; asimismo donde el balance social educativo incorporen el desarrollo de programas ,y proyectos científicos, a fin de generar productos y servicios creativos e innovadores demandantes en el campo laboral, pero además de respuesta a necesidades de la sociedad.

Por otro lado, las universidades impulsan un comportamiento ético en su gente, desempeñando un rol estratégico en el desarrollo humano no sólo como entes emprendedores para la formación de profesionales integrales al servicio del sector empresarial, sino como protagonistas de sociedades del conocimiento para el desarrollo del mercado laboral y atender las de su entorno.

Dentro de este contexto, las universidades como entes al servicio de la sociedad debe contribuir entre diversas aspectos entre ellos la formación ética y axiológica de un individuo hasta acciones destinadas al aprovechamiento de cambios socioculturales, económicos y sociales para el desarrollo sostenible de la comunidad que las rodea, pudiendo desde sus acciones construir escenarios sociales sanos.

Resulta congruente el hecho de que cada universidad posee código ético y valores institucionales como integridad, cooperación, responsabilidad, espiritualidad, comunicación, confianza, sentido común, honestidad, orientación social, entre otros, el cual busca orientar el comportamiento ético de su gente, y su sentido de corresponsabilidad consigo y el entorno, siendo agente impulsor con los grupos de interés de un campo axiológico integral, para garantizar un tejido social positivo.

Por consiguiente, el ejercicio de la responsabilidad social se sustenta en la labor comunitaria y de extensión, a partir de la práctica de acciones éticas individuales y compartidas por la institución con la comunidad, consolidando de los objetivos orientados a la formación del hombre y la generación de conocimiento, aunado idear una plataforma ética para enmarcar la formación universitaria actual desde una cultura compartida de vivencias en principios y valores.



No obstante, las universidades cumplen con la gestión social responsable apegados en reglamentos legales a los cuales se encuentran prescritos en ley de universidades e internacionalmente la declaración mundial de educación superior de la UNESCO.

En líneas generales, se puede establecer que las universidades se comportan éticamente con la comunidad apoyado en los principios difundidos en la filosofía de gestión, donde muestra un perfil cultural transcrito en los lineamientos de la responsabilidad social, como instrumento gestor del compromiso comunitario.

Se pudo concluir después del análisis de la cultura ética como filosofía de la responsabilidad social en Universidades que estas cumplen intereses académicos para el desarrollo de estrategias educativas puestas en prácticas como centros de estudio, pudiendo lograr una relación ética entre su funciones y las ventajas otorgados en los conocimientos intelectuales impartidos en los distintos estratos sociales de la comunidad del saber, propiciada un ejercicio profesional efectivo en el mercado laboral, pero además siendo participes del desarrollo social desde los pilares que fundan sus base en el marco académico, investigación y extensión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, Juan; Cerda, Hugo; Huertas, María y León Adalberto (2010) **La responsabilidad ética y social universitaria. Mito o Realidad.** Colombia. Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.
- Arias, F (2006) **El Proyecto de Investigación.** Editorial Episteme. Quinta Edición, Venezuela.
- Bavaresco, A. (2006) **Proceso metodológico en la investigación** (Cómo hacer un Diseño de Investigación). Maracaibo, Venezuela: Editorial de la Universidad del Zulia.
- Cleghorn, L (2005) **Gestión Ética para una Organización Competitiva.** Colombia. Editorial San Pablo. Primera edición.
- Constitución Bolivariana de Venezuela (2000) Gaceta Oficial N° 36.860 30 de Diciembre de 1999.
- Constitución Política de Colombia (1991). Editorial Atenea Ltda. Edición actualizada 2008.
- Cortina, A (2004). **Alianza y Contrato.** Madrid. Editorial Trotta Declaración Mundial de Educación Superior de la UNESCO (1998)
- Ferrer, J. (1998). Estrategias competitivas. Un aporte a la búsqueda y consolidación del sector metalmecánico de la región zuliana. **Revista Venezolana de Gerencia.** Año 4, N° 9. Diciembre. Vicerrectorado Académico LUZ. Venezuela. Páginas: 71-92.
- Guédez, V (2006) **Ética práctica de la Responsabilidad Social Empresarial** Editorial Planeta Venezolana, Venezuela
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista; Mr (2010) **Metodología de la Investigación.** México Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A. Quinta Edición



- Hurtado, J (2007) **El Proyecto de Investigación** .Venezuela. Ediciones de la fundación Servicios y proyecciones para América Latina. Quinta edición
- Méndez, C (2006) **Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. Colombia. Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- Paz, Annherys; Harris., Jaiham y Molero, Lisbeth (2010) **Ética fundamento de la responsabilidad social universitaria**. Ponencia presentada en la II Jornadas Científicas Internas de la Universidad Dr. José Gregorio Hernández. Depósito legano.lfx06120105003731
- Pelakais, C, Ferrer, J, Cruz, A, Romero, D, (2007) **Responsabilidad Social Compromiso de Iãs Organizaciones**. Venezuela Ediciones Astro data, S .A Robbins, S y Coulter, M (2005) **Administración**. México Editorial Pearson Octava edición
- Soto, E y Cárdenas J (2007) **Ética en las Organizaciones**. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana. Primera edición
- Tamayo y Tamayo, Mario (2009). **El Proceso de la Investigación Científica**. Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación .México Editorial Limusa. D.F. Quinta edición
- Vallaey, François (2003). **Marco Teórico de Responsabilidad Social Universitaria**. Editorial texto C.A. Caracas
- Vallaey, Francois y Carrizo, Luis (2006). **Responsabilidad Social Universitaria – Marco Conceptual, Antecedentes y Herramientas**. Red Ética y Desarrollo. Banco interamericano de Desarrollo (BID).
- Velásquez, M. (2008). **Ética en los negocios, conceptos y casos**. México. Editorial Mac Graw-Hill. Sexta edición.



EMPRENDEDOR SOCIAL: CONSTRUCTOR DE INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA CON LA COMUNIDAD

Annherys Paz

Universidad de La Guajira
annheryspaz@hotmail.com

José Sánchez

Universidad de La Guajira

Carlos Pedraza

Universidad de La Guajira

RESUMEN

El propósito de este artículo fue analizar al emprendedor social constructor de la integración de la responsabilidad social universitaria con la comunidad. Sustentándose en las teorías de expuesta por diversos autores entre ellos: Much (2007); Soto y Cárdenas (2007), Curto (2012), Valleys (2003), Carrizo (2006) entre otros. La tipología del estudio fue analítica, descriptiva y diseño documental, bajo una técnica bibliográfica. A manera de conclusión se explica que el emprendedor social, representa un factor integrador de la responsabilidad social universitaria con la comunidad, siendo agente transformador de cambios mediante el aporte de conocimiento e ideas tanto creativas como innovadoras, a fin de generar un valor social dando respuestas a las necesidades en pro de edificar sociedades sostenibles, donde para ello debe formular, evaluar y ejecutar proyectos, programas, talleres, charlas de interés socio-comunitarios que permitan mitigar las necesidades comunitarias, mostrando sus capacidades de interventor desde las iniciativas caracterizadas por la práctica de valores éticos -morales guiados por el deseo de justicia y equidad social, aunado a las capacidades y habilidades que lo convierten en un ser humano integral capaz de solventar las realidades acuciantes inserta en las necesidades o problemas de la sociedad, es decir proyecta su visión al reconocer oportunidades para mejorar la calidad de vida del entorno.

Palabras clave: emprendedor social, responsabilidad social universitaria, comunidad.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los cambios vislumbrados en el entorno, han conllevado a las universidades y más aun al colectivo social al establecimiento de medios de participación voluntaria en la sociedad, específicamente en las comunidades donde proviene o bien donde habita, como una alternativa para dar respuestas a las realidades, a los cuales se está inmersa las necesidades o problemas acuciantes de ellas, partiendo del aporte de ideas mediante la formulación y ejecución de programas, proyectos, talleres u otros medios que faciliten la construcción de espacios de convivencia fundado en el bien común. Para Soto y Cárdenas (2007) la orientación por el bien común, implica la dirección de empresas éticamente responsable, teniendo un mismo objetivo; pero además estimula a las personas y a ellas a ir más allá de sus fines particulares, buscando lo que es bueno para el conjunto de la sociedad.



En efecto, el rol de las Universidades como ente de formación integral del hombre como colectivo social desde el marco no solo académico sino también de investigación y extensión, representan un medio voluntario, capaz de generar alternativas que coadyuven a solventar los problemas que pudiesen deteriorar la calidad de vida de las comunidades del entorno donde estas se encuentran asentadas. Paz, Harris y Molero (2010) refieren que las universidades deben generar un sentido de responsabilidad social mediante la educación en la formación académica de los individuos, aunado a ello las actividades investigativas, de asesoría, transferencia de tecnología y educación continua para obtener aprendizajes significativos y constructivos de la sociedad.

En este sentido, los procesos de trabajo vinculantes a las acciones sociales desde el campo de su gestión universitaria les ha facilitado tanto la incursión como recuperación de una perspectiva institucional con sentido de compromiso compartido, donde no solo es generar conocimiento al colectivo en la formación académica para el desarrollo y estabilidad económica del país, sino a su vez de investigación y extensión como pilares de ellas, para convertirse en fuente de proyección social, direccionada a la construcción de una sociedad sostenible, desde la integración universidad - comunidad siendo el emprendedor social un agente de crecimiento y participación voluntaria, forjador del intercambio de ideas en pro de propuestas destinadas al desarrollo, crecimiento y bienestar comunitario .

Por consiguiente, la universidad como pilar institucional de formación profesional de hombres y mujeres al servicio de una nación, deben establecer principios donde guíen sus acciones sociales desde la participación de sus grupos de interés, no solo de forma voluntaria con su fuerza laboral sino convocar la integración de emprendedores sociales y con ello miembros de las comunidades de su entorno, como parte de su compromiso ante la responsabilidad social, donde de manera conjunta trabajar para ser ejemplo modelo de desarrollo comunitario

Por ello, se hace ineludible apoyarse en el emprendedor social como constructor de integración de la responsabilidad social universitaria con la comunidad, siendo agente expositor de alternativas viables a sus necesidades, aunado a facilitador y gestor de una participación integral de su gente hacia la búsqueda del bienestar colectivo, propiciando escenarios que despierten el interés hacia la calidad de vida del ser humano desde la experiencia comunitarias que ofrezcan respuestas cónsonas a su contexto.

De allí el interés de transformar los hábitos sociales de esquemas tradicionales dependientes donde la gestión social está sujeta a patrones gubernamentales por esquemas innovadores, creativos de participación y gestión social compartida, el cual implica el apoyo universitario hacia la equidad del colectivo, partiendo de características que coadyuven mitigar los efectos de incertidumbre y desigualdades en la sociedad.

A este efecto, de acuerdo a Paz, Paz y Franco (2012) la eficiencia y eficacia del emprendedor social dependerá del apoyo de sus miembros, donde a tal efecto debe contar con cualidades que lo llevaran a promover y formular propuestas e ideas en pro de cubrir las necesidades o problemas acuciantes de sus grupos de interés, basada en planteamientos innovadores, aunado a un previo diagnóstico en el entorno social, en vez de delegar soluciones y responsabilidades exclusivas a organismos reguladores mediante políticas públicas.



Entre las experiencias significativas que tiene el orden de integración de las empresas con las comunidades en Colombia se destacan, un estudio efectuado por Lobo, Gutiérrez y Trujillo (2006, p.16) en la Universidad de Los Andes Colombia, donde se muestra el aporte significativo de las siguientes empresas en su quehacer social.

La Asociación Probienestar de la Familia Colombiana (Profamilia) ha ofrecido servicios de salud reproductiva y sexual desde 1965. La misión inicial de Profamilia apuntaba fundamentalmente a la planificación familiar, pero esta Organización de la sociedad civil (OSC) actualmente ofrece una amplia variedad de servicios de salud reproductiva y sexual. Se trata de la organización más grande de su tipo en Colombia y la segunda a nivel global, detrás de la Planned Parenthood Federation of America (Federación Norteamericana de Planificación Familiar), y ha logrado encontrar los mecanismos organizacionales necesarios para mantener la calidad y eficiencia de sus servicios a pesar de su crecimiento.

La Caja Colombiana de Subsidio Familiar (Colsubsidio) fue fundada como Organización de la sociedad civil (OSC) por los empresarios de Bogotá en 1957 para administrar los subsidios familiares obligatorios por ley (el 4% de la nómina en las compañías de negocios). En 2003, las prácticas de Colsubsidio para manejar bocas de venta minorista, servicios de salud, proyectos de mejoramiento de viviendas y programas educativos se convirtieron en un parámetro de referencia para sus competidores. Sus ingresos, que totalizan US\$280 millones al año, provienen de 18.761 compañías afiliadas con más de medio millón de trabajadores.

Alpina S.A., fundada en 1945, es una de las principales empresas colombianas de la industria alimentaria, que se expandió en los últimos años a Ecuador y Venezuela, con una facturación anual de US\$189 millones. Desde un principio, la compañía desarrolló programas sociales para su fuerza de trabajo y las comunidades aledañas. Sin embargo, en la actualidad, la RSE ha pasado a ser una de sus competencias básicas y la compañía intenta llegar a un espectro más amplio de stakeholders.

Hocol S.A., productora de petróleo, llegó a ser en 2003 la más rentable de las 100 compañías más grandes de Colombia. Ese mismo año, la empresa acaparó el 50% de las actividades de exploración petrolera de Colombia, mientras que su modelo de operaciones la convertía en un socio codiciado por las compañías multinacionales que dominaban la industria.

La empresa se propuso el objetivo de generar bienestar y desarrollo en las comunidades donde operaba. Para lograrlo, elaboró un modelo trilateral basado en la colaboración entre la comunidad, la compañía y el gobierno. Al convocar a los tres sectores para el planeamiento, financiamiento, ejecución y evaluación de sus iniciativas sociales, la compañía maximizó el impacto de estas y estableció una verdadera cultura de colaboración con sus grupos de interés. De allí la necesidad de los investigadores de indagar sobre emprendedor social como constructor de integración de la responsabilidad social universitaria con la comunidad.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Emprendedor social

Resulta de interés hacer inferencia acerca del papel del emprendedor en la sociedad de hoy, donde no solo se atribuye su comportamiento a competencias innatas sino a la formación, donde este es capaz de aportar alternativas desde su interés, creatividad e innovación,



convirtiendo sus espacios en fuentes de bienestar, siendo gestor de acciones en pro de construcción de sociedades por el bien común.

En este sentido, para Munch (2007) el emprendedor posee la habilidad y visión para convertir las amenazas del entorno en oportunidad. Por otro lado, refiere Roberts y Woods (2005, p.46) “El emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación”.

De allí que el emprendedor, se vincule a diversas tipologías asociadas al entorno o fin que desea desenvolverse, por lo que entre ellos el de naturaleza social, para Zahra et al., (2008) el emprendedor social aspira a una mejora social, puede reconocer la necesidad de introducir una innovación radical con el fin de solucionar el problema social. De acuerdo a Curto (2012, citado de Dees 1998), el emprendedor social, sus acciones se limitan a perseguir fines sociales, convertir una idea nueva en una innovación exitosa utilizando habilidades, visión, creatividad, persistencia y exposición al riesgo.

Por otro lado, Drayton, (2005, citado de Curto 2012) un emprendedor social no solo es una persona altruista, sino muestra determinación por hacer una contribución a la sociedad, convierte los problemas en oportunidades, en el cual no sólo trata de tener grandes ideas, sino de saber cómo implementarla. Sobre este particular, se asume que el emprendedor social puede caracterizarse desde dos (2) vertientes estratégicas donde se asumen posturas concernientes, que revelan como único objetivo el valor social de sus acciones; mientras otros se respaldan que también pueden ser caracterizados desde aquellos negocios que generan ingresos como parte de una idea novedosa.

Entonces, se explica a manera de conclusión que según Drayton (2005, citado de Soto y Cárdenas 2007) el emprendedor social es alguien que mira sobre el horizonte, se da cuenta de cuál es el siguiente paso importante en la sociedad logrando ante esa dirección. Asimismo Suvillan (2007) el emprendedor social identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos. Los emprendedores sociales, según Auerswald (2009); Roberts y Woods (2005, p. 50), se enfocan en crear valor social.

En líneas generales, se infiere que los emprendedores sociales en el marco del desarrollo de las comunidades como parte del compromiso de las universidades desde su responsabilidad social con el entorno, no generan impactos desde el intercambio de ideas para satisfacer necesidades de bienes y servicios de mercado sino desde el valor inherente de las vidas humanas donde sus acciones académicas, investigativas y extensionista se proyecta como ayuda a preservar o mejorar la calidad de vida en ellas.

Sobre este particular, entonces se añade que el emprendedor social desde el aporte a través de la acción universitaria busca contribuir al bienestar de todos, con la soluciones a problemas mediante talleres, programas, charlas destinada a minimizar los índices de analfabetismo, drogadicción, alcoholismo, además de ello el establecimiento de orientación para el manejo de herramientas emprendedoras, con el propósito de crear empresas desde sus capacidades; asimismo manejo de los desechos sólidos, a fin de mitigar los efectos de contaminación ambiental por nombrar los factores más comunes que repercuten sobre el



bienestar de los habitantes de las comunidades, por tanto sus capacidades lo hacen un hombre distintivo, como agentes de cambio en el sector social, innovando ideas y actuando con seguridad de sí mismo para instaurar un valor social sostenible.

Características del emprendedor social

En tanto el emprendedor social desde la óptica constructor de integración de la responsabilidad social universitaria con la comunidad, debe comportarse como gestor de cambio y facilitador de bienestar, estando comprometido desde sus acciones en la edificación de bienestar hacia una convivencia sana desde un sentido de valor responsable compartido.

Según Curto (2012) el emprendedor social presenta cinco características atribuibles a su patrón de comportamiento en el entorno estos son: crear valor social; ser capaz de captar necesidades sociales; contraatacar con propuestas innovadoras; su aversión al riesgo está por debajo de la media; y dispone de escasos recursos para llevar a cabo su labor.

Para Soto y Cárdenas (2007) la características del emprendedor social, se sitúa en capacidades y habilidades tales como: sentido común, determinación, iniciativa y fuerte motivación; desarrollo de trabajo arduo y tenaz; creativo, innovador, tiene valor; se orienta al éxito; se puede concentrar; independiente, tolerante, optimista, versátil, responsable; don de mando; persuasivo, planificador; visión de futuro real; genera sus propias redes de apoyo, capacidad de escucha y se mira para proyectarse en la vida.

Explican, los autores que el emprendedor social puede caracterizarse como un agente de cambio social, creador de un nuevo mundo, visión compartida, fuerte creencia en lo que hace, principios, valores sólidos; esta éticamente formado; es comprometido, creativo, perseverante; posee habilidad para sortear obstáculos, siendo pionero de su causa; desafía lo habitual o inevitable e identifica enfoques originales para resolver problemas los cuales parecen de difícil solución; su compromiso social determina su experiencia y talento.

En líneas generales, el emprendedor social, es capaz de consolidar sus ideas desde las características que posee como agente integrador de cambio, siendo apto de crear alternativas viables, creativas e innovativas que resulten de interés a la sociedad, en todo caso ser el protagonista de un tejido social sostenible consonó con la realidad que se vive, pero dispuesto a ofrecer acciones de cambios que conciban bienestar común de todos para el hoy y hacia el mañana.

Dentro de este marco, se muestra que los emprendedores sociales tienden a comunicar su visión desde la practicidad de sus valores intrínsecos, mostrando su interés de ayuda y colaboración a otros, como parte de su deseo hacia la justicia y equidad social, dejando de lado el interés lucrativo, donde modela sus características combinando la creatividad con habilidades pragmáticas para traer nuevas ideas y servicios que otorguen respuestas reales a las comunidades, de allí que como activistas comunitarios, tienen la determinación para perseguir su visión destinada a un cambio social implacablemente hasta que se convierte en una realidad social desarrollada. Menciona Olsen (2004), que el emprendedor social son individuos que no tienen deseos de enriquecerse sino hacer a otros ricos en espíritu o realización.



Responsabilidad social Universitaria

La responsabilidad social desde la perspectiva universitaria lleva consigo la formación del conocimiento integral del hombre como colectivo social, pero a su vez de manera extensionista e investigativa hacia el compromiso social compartido con el entorno, estableciendo mecanismo de interacción para mejorar las condiciones de vida de una sociedad que requiere la integración y participación activa y voluntaria de sus ciudadanos, pudiendo transformar desde su gestión universitaria, hacia comunidades sostenibles.

Sobre este particular se añade según Ibarra (2000), que desde el contexto universitario se valora el conocimiento, se reconoce la autonomía de la cátedra, se percibe la cultura universitaria como un bien social, así como la necesidad de la certificación universitaria de los conocimientos y habilidades en el ejercicio de actividades productivas. Este autor infiere que la universidad ha desarrollado una serie de nuevas funciones económicas, políticas y culturales, que son cada vez complejas enlazándose de manera diferente con la sociedad.

Por tanto, la universidad no solo es pilar de desarrollo de conocimiento producto de la formación de hombre integrales al servicio de la sociedad sino ente forjador de bienestar social desde la integración con sus grupos de interés para construir espacios sostenibles, es decir es una fuente de movilidad social, capaz de conjugar confianza, conocimiento y bienestar, desde las bases académicas, investigación y extensión.

De acuerdo a Carrizo (2006) hoy en día existe la urgencia de un nuevo y necesario contrato social entre universidad y sociedad, siendo frecuentes las controversias sobre reformas de la gestión universitaria, más aun si en ella se tiene en cuenta desafíos relativos a la responsabilidad social universitaria, la ética del conocimiento y la necesidad de nuevos paradigmas para enfrentar la creciente complejidad de las problemáticas globales y locales. Por consiguiente, entonces resulta frecuente la exposición de motivos en debates, en los cuales se habla, por sí misma, de la toma de conciencia acerca de la urgencia de cimentar una nueva visión de la educación superior.

De allí se expone el enfoque de la Responsabilidad Social Universitaria, donde Vallaey (2005), define como la gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización universitaria en su entorno humano, social y natural. De acuerdo a los postulados del autor, el desarrollo de este nuevo enfoque representa para las universidades la superación de prácticas inadecuadas caracterizadas por un enfoque egocéntrico, instrumental, reductor; y la conquista de una dimensión ética más ajustada a lo que él llama un verdadero ethos; una sana y responsable convivencia de desplegar las acciones de Responsabilidad social acorde con la naturaleza, el espíritu y el deber de las universidades.

Bajo este enfoque las universidades han de desempeñar un rol social y moral en la formación profesional, en la transformación de su medio social y ambiental, entre otros aportes; donde requieren cultivar un comportamiento ético desde una perspectiva integral con sus grupos de interés no solo desde la formación del colectivo social sino emprendedores sociales como agente integrador universidad –comunidad consolidándose como herramienta de gestión de la responsabilidad social, como patrón de bienestar al servicio de la colectividad.

En este sentido, para Vallaey (2003), la responsabilidad social universitaria se articula a



partir de una visión holística, a través de las diferentes partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo pero sostenible, en pro de la formación de profesionales ciudadanos responsables y la producción - transmisión de saberes, desde principios responsables.

En virtud de ello, la responsabilidad social universitaria consolida la puesta en práctica de un conjunto de valores sociales trascendentales como: la solidaridad, justicia, equidad y la búsqueda de bienestar común en estrategias destinadas a mejorar la calidad de vida de las comunidades, formando a la ciudadanía, siendo generador de espacios de convivencia.

Desde el punto de vista de Hernández (2000), se explica que, históricamente, las funciones sustantivas de la Universidad se han enmarcado en tres campos de acción: docencia, investigación y extensión, los cuales se han apoyado en la triangulación: hombre, ciencia, sociedad. Como puede observarse, la vinculación universidad/sociedad no es una idea nueva, ni es derivada de un acto de voluntad institucional, es más bien un acto de coherencia y consecuencia con la naturaleza misma de la institución universitaria, la cual se ejerce desde un sentido social compartido.

En líneas generales para Aguirre, Pelekais y Paz (2012) la responsabilidad social universitaria se enfoca al interés de privilegiar la calidad de vida desde una representación global, es decir no solo en términos económicos, éticos-morales, sino en promover la convivencia justa en la sociedad, el desarrollo humano para la difusión de conocimientos en pro del bienestar con sentido humano y valores compartidos.

METODOLOGÍA

El desarrollo del presente artículo, suscribe desde el campo metodológico como una investigación analítica, descriptiva, apoyada en una estrategia bibliográfica, donde se revisaron y consultaron fuentes doctrinales y científicas disponibles tanto en fuentes físicas como electrónicas, relacionadas con el tema estudiado sobre emprendedor social y responsabilidad social universitaria. Para abordar este particular, se consultaron autores como Hurtado (2008); Tamayo y Tamayo (2009); Méndez (2006); Hernández, Fernández y Baptista (2010); entre otros.

REFLEXIONES FINALES

Considerando los aspectos planteados en el artículo acerca del análisis de emprendedor social constructor de integración de la responsabilidad social universitaria con la comunidad, se destaca la importancia del emprendedor social como agente integrador de la universidad con la comunidad, mediante aporte creativos e innovativos que generan opciones de viabilidad a sus necesidades y problemas acuciantes a través de talleres, programas, proyectos que facilitan desde la gestión de la responsabilidad social universitaria la construcción de sociedades sostenibles, siendo coparticipes con sus grupos de interés, a fin de privilegiar la calidad humana demandante de la sociedad actual.

Desde este contexto, se destaca que la responsabilidad social universitaria no solo debe encausar sus acciones hacia la formación humana desde el campo académico sino también dispuesto desde sus ideas a solventar problemas sociales, investigando para ofrecer respuestas a las situaciones, es decir vincular el rol académico con el desarrollo de valores



humano como individuos dispuestos e integrantes de una sociedad bajo la formación de ciudadanos emprendedores al servicio de la comunidad para convertirse en un gestor social capaz de asumir retos que brinden respuestas a las necesidades del entorno.

Entonces, en líneas generales la contribución de la universidad como institución social, debe ser desde la responsabilidad social un campo diverso, siendo operante de la gestión compartida universidad –comunidad y viceversa, mediante la fase académica con la formación del colectivo social como individuo hasta la integración con el entorno desde la actividad extensionista, asimismo la investigativa como fuente de compilación de información para realizar estudios que ayuden a mejorar la calidad de vida de la sociedad, mediante la integración con sus grupos de interés, y con ello la formación de emprendedores sociales .

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, Rene; Pelekais, Cira y Paz, Annherys (2012) **Responsabilidad social: compromiso u obligación universitaria.** TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. ISSN 1317-0570. Depósito legal pp: 199702ZU31 Vol. 14 (1) Pp. 11 - 20, 2012
- Auerswald, Philip (2009). Creating Social Value. **Stanford Social Innovation Review.** Stanford: Spring. Vol. 7, Iss. 2; pg. 51.
- Carrizo, Luis. (2006) **Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo del BID.** Tesis para optar al título de Doctor en Ciencias Gerenciales. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo- Venezuela
- Curto, Marta (2012) **Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social.** España enero 2012. Cuaderno 13. Editorial de la Universidad de Navarra.
- Drayton, W. (2002). El sector ciudadano: llegar a ser tan emprendedor y competitivo como el negocio California Management Review 44 (3), 120-132.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista; María del Pilar (2010) **Metodología de la Investigación.** México .Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A. Quinta Edición.
- Hurtado, Jacqueline (2008) **El proyecto de Investigación. Metodología de la investigación Holística.** Venezuela. Ediciones Quirón. Sypal, Servicios y proyecciones para América Latina. Quinta edición ampliada
- Ibarra R, G. (2000). **Las nuevas formas de producción de conocimientos y su impacto en la formación de investigadores en la UNAM.** En Tiempo de educar, enero-diciembre, 2 (3-4). Universidad Autónoma del Estado de México. Pp. 65-89.
- Méndez A, Carlos E (2006) **Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias empresariales.** México. Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- Munch, Lourdes (2007) **Administración. Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor.** México. Editorial Pearson Educación. Primera edición.



- Lobo, Iván; Gutiérrez Roberto; y Trujillo, Diana (2006) **Gestión efectiva de emprendimiento sociales. Lecciones Extraídas de Empresas Y Organizaciones de la Sociedad Civil en Iberoamérica. Un Proyecto de Investigación Colectiva de la Social Enterprise Knowledge Network.** Banco Interamericano de Desarrollo David Rockefeller Center for Latin American Studies Harvard University Washington, D.C., 2006
- Olsen, Henry. (2004) **The Resurgence of Social Entrepreneurship.** Fraser Forum, pp. 21-22
- Paz, Annherys; Harris., Jaiham y Molero, Lisbeth (2010) **Ética fundamento de la responsabilidad social universitaria.** Ponencia presentada en la II Jornadas Científicas Internas de la Universidad Dr. José Gregorio Hernández. Depósito legal no.lfx06120105003731
- Paz, Annherys, Paz, Eudardo, y Franco, Felix (2012) **El Emprendedor Social como dimensión socio-ambiental al servicio del Desarrollo Sustentable en Venezuela.** Ponencia presentada en el Primer Congreso Internacional De Gerencia De Recursos Humanos. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. Septiembre 14 y 15 de 2012. ISBN: 978 980-6510-94-4. Depósito Legal: LFX7782013318836. Obras Editada por la Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín.
- Roberts, Dave, Christine (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. University of Auckland. Business Review. AUTUMN 2005. Pp. 45-51.
- Soto, Eduardo y Cárdenas José Antonio (2007) **Ética en las Organizaciones.** México. Editorial McGraw-Hill Interamericana. Primera edición
- Sullivan, Daniel. (2007). **Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities Make a Difference?** Academy of Management Perspectives, 21 (1) Febrero. Pp. 77-78.
- Tamayo y Tamayo, Mario (2009). **El Proceso de la Investigación Científica.** Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación .México Editorial Limusa. D.F. Quinta edición
- Vallaey, François (2003). **Marco Teórico de Responsabilidad Social Universitaria.** Editorial texto C.A. Caracas
- Zahra, S., Rawhouser, H., Bhawe, N., Neubaum, D. & Hayton, J (2008) **La globalización de las oportunidades de emprendimiento social.** Revista Empresarial Estratégica, No. 2, pp. 117-131.



ESTILOS DE GESTIÓN DIRECTIVA PARA LA ADMINISTRACIÓN DE CONFLICTOS ORGANIZACIONALES BASADOS EN LA JUSTICIA Y LA EQUIDAD

Raspa Giannantonio

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
graspa@urbe.edu.ve

Robles Álvarez Miguel

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
roblesalvarez@gmail.com

RESUMEN

Este artículo tuvo como propósito realizar un análisis crítico sobre un conjunto de postulados teóricos acerca de los estilos de gestión como procesos para la administración de conflictos organizacionales, considerando para ello la justicia y la equidad. Para alcanzar ese propósito, el estudio se enmarcó metodológicamente dentro de un diseño documental o bibliográfico, que según Sabino (2009), implica recoger información a partir de documentaciones escritas y no escritas susceptibles de ser analizados. Para ello, se elaboró una revisión bibliográfica, con la finalidad de fijar posición sobre los postulados teóricos de Hellrieger (2004), Robbins (2004), Agote (2008) y Hernández (2007), entre otros. Destacando desde una perspectiva epistemológica y axiológica los aportes que han contribuido a las concepciones referentes a los estilos de gestión, la administración de los conflictos, así como la justicia y la equidad dentro de las organizaciones, plasmándose las consideraciones sobre las teorías abordadas. Concluyéndose que la justicia y la equidad tienen una estrecha vinculación con el proceso de toma de decisiones dentro de la administración de conflictos organizacionales, pudiéndose constituir en un factor determinante en el surgimiento y manejo de los mismos. Se recomienda que el gerente administre los conflictos basado en los conceptos de justicia y equidad, identificándolos desde su surgimiento, para de esta forma asumir un estilo de gestión que lo oriente de la manera adecuada y pueda convertirse en un conflicto funcional que resulte positivo para el rendimiento de la organización.

Palabras clave: Gestión directiva, niveles de conflicto, justicia.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito organizacional, el gerente debe poseer un perfil que le permita manejar diferentes aspectos inherentes al cargo que desempeña, el cual debe estar caracterizado por habilidades conceptuales, técnicas y humanas, para poder cumplir con cada una de las actividades que implica el manejo de la organización. En este sentido, dentro de los retos actuales de la gerencia, se requiere considerar como elemento importante las relaciones humanas que se desarrollan dentro de las organizaciones, debido a que éstas determinan su organización, su estructura, así como el sistema relacional que se establece entre las mismas.

Todo ello, por estar compuestas las organizaciones por personas interdependientes que ocupan diferentes cargos y funciones, pero que al mismo tiempo representan perspectivas, valores e intereses que en muchas ocasiones son discordantes, así como desiguales, determinando en última instancia cómo será el comportamiento y el clima organizacional.



Es por ello, que se requiere de una adecuada gestión de dichas relaciones basada en la justicia y la equidad, para que no degeneren en conflictos, entendidos éstos según Robbins (2005), como aquellos procesos que comienzan cuando una parte percibe que otra afectó o va a afectar algo que le interesa, lo que se convierte en un trance entre ambas partes, que puede incidir de forma negativa en el buen funcionamiento de las actividades planificadas y por ende del cumplimiento de las metas establecidas.

Por lo tanto, como se mencionó anteriormente, en toda organización, cuando se presenten conflictos se deben gestionar espacios, al igual que estructuras que den lugar a procesos de mediación y negociación para hacer que un conflicto genere oportunidades de desarrollo más que de violencia o destrucción. Enmarcadas estas consideraciones, por un estilo de gestión orientado a la atención de las actividades requeridas para el manejo adecuado de los conflictos de forma justa y equitativa, es decir, entendida la justicia como el principio moral que inclina a obrar y juzgar respetando la verdad, dando a cada uno lo que le corresponde y por otro lado la equidad, concebida como la cualidad que consiste en dar a cada uno lo que se merece en función de sus méritos o condiciones.

Todo ello con la finalidad de evitar inconformidad con la soluciones de los conflictos generados como resultado de descontento por disputas debido a opiniones encontradas al momento de ejecutar las tareas o en la toma de decisiones, generándose con ello dispersión y agrupamientos que podrían incurrir en los diversos niveles de conflictos, como son los interpersonales, intragrupal y hasta intergrupales.

Es por lo tanto necesario, que el gerente considere el estilo de dirección para abordar el comportamiento social dentro de la organización, teniendo en cuenta las dimensiones en torno a las que gira cualquier sistema relacional. Por lo tanto, el conflicto aparecerá de forma inevitable y debe interpretarse como un optimizador de la organización, debido a que en sí mismo no es malo, sino que son los mecanismos, las estrategias y recursos que se usen para manejarlo y negociarlo, los que determinarán su característica.

Gestión directiva: una acción humana generada por el conocimiento.

En toda organización se hace necesario contar con gerentes que sean capaces de coordinar acciones necesarias para contribuir al desarrollo y alcance de cada una de las actividades impuestas dentro del área laboral, en tal sentido Hurtado (2008), refiere que la gestión del director se basa en la acción humana generada por el conocimiento de las ciencias administrativas, en las habilidades personales y del liderazgo presente sobre otros individuos. De igual forma, Koontz y Wehrich (2003), refieren que la gestión directiva se basa en el proceso de poder llevar a cabo el diseño y mantenimiento del entorno en el cual se encuentra cumpliendo sus actividades, buscando trabajar de manera grupal. Todo ello para dar cumplimiento a los objetivos y metas de la organización.

De igual forma, la gestión directiva debe según Harf (2007), favorecer un clima adecuado para la explicitación de iniciativas que apuntan a procesos de innovación y cambio, la búsqueda de respuestas a las situaciones problemáticas detectadas y un sistema colegiado de responsabilidad intraprofesional basada en la práctica reflexiva, que asegure el logro de las metas organizacionales.



De acuerdo a las posturas de los autores citados, se evidencian puntos de vista complementarios en los cuales se establece la gestión directiva como las habilidades personales y de liderazgo que tienen responsabilidad sobre la promoción, organización y apoyo de los programas, así como en el diseño y el mantenimiento de la institución. Partiendo de ello, se destaca que la gestión directiva es importante para el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas en función de adecuadas planificaciones, dando pronta respuesta a las situaciones problemáticas detectadas, tomando en cuenta estrategias de movilización del personal, así como de los recursos materiales, considerando al mismo tiempo para ello el liderazgo que pueda ejercer el gerente sobre los demás.

Estilos de gestión: comportamiento asumido por los gerentes

Al hacerse referencia a la forma de gestionar o los estilos de gestión, puede indicarse que éstos representan los diversos comportamientos que el gerente asume para planificar, motivar, organizar y controlar el trabajo de los miembros de su equipo de trabajo, para así determinar el logro de las actividades a desarrollar por el personal que se encuentre a su cargo.

En toda empresa es necesario que los directivos o gerentes cuenten con diversos estilos de gestión por cuanto por medio de ellos, se permite establecer las conductas necesarias para influir en el comportamiento de los subordinados, para así poder alcanzar cada una de las metas establecidas. En este sentido, Gutiérrez y Gutiérrez (2003), señalan que los estilos de gestión son el conjunto de comportamientos que posee el individuo, los cuales se encuentran inmersos en el desarrollo interno de la empresa y que, generalmente, son percibidos de forma externa conformando la imagen de la organización.

Es por ello, que los estilos de gestión comprenden o determinan los comportamientos definidos para llevar a cabo las actividades, es decir, refleja la autoridad que emplea el gerente para orientar y gestionar las acciones que se quieren lograr, así como las interacciones para alcanzar las metas organizacionales. Es en este sentido, es decir, en el campo de las interacciones personales dentro de la organización que cobra importancia el estilo de gestión que asuma el gerente, ya que este puede ser un factor determinante del surgimiento de conflictos, así como del manejo adecuado o inadecuado de los mismos.

Dentro de los diferentes estilos de gestión es necesario destacar en primer lugar, el coercitivo, el cual caracteriza a un líder rígido e inflexible. Cuando se usa este estilo el líder opta por dar muchas órdenes directas sin ofrecer a sus subordinados la oportunidad de expresar sus ideas y opiniones. En este estilo, el gerente establece como prioridad el poder cumplir con las actividades estimadas. Tal como lo reseña Porret (2010), el estilo coercitivo es aquel que persigue la ejecución de forma inmediata en tareas sencillas, este estilo es clásico de orden y mando. Por lo tanto, es lo más similar al estilo básico autocrático o autoritario.

Puede inferirse que este estilo de gestión pudiese originar conflictos debido a que consiente la utilización de la autoridad por parte del jefe, no permitiendo que los empleados expongan sus puntos de vista, sino que se otorgan las instrucciones de forma directa sin importar la opinión de aquellos que la deban ejercer, es decir, se emplea la autoridad, sin tomar en consideración lo que opinen las personas que deban ejecutar las actividades en las organizaciones. Es en este sentido, necesario reconocer que se requiere emplear en ciertas situaciones acciones puntuales para la dirección de las actividades de los empleados con la finalidad de obtener resultados



eficaces, sin embargo, es importante reconocer que no todo con autoridad y/o autoritarismo o con imposición es realizado eficazmente.

Otro de los estilos de gestión obtenidos para el desempeño de los gerentes en las empresas se basa en el orientativo, el cual principalmente destaca el poder ayudar a los subordinados en la realización de las actividades. Este estilo gerencial trata de vender al equipo de trabajo la visión que posee el gerente sobre la adecuada dirección que se debe perseguir, exponiendo con ello cuales son los intereses a largo plazo tanto para los trabajadores como la empresa, por tanto en ello se exponen estándares o metas para ser alcanzadas tomando en consideración la opinión de los subordinados, pero sin abandonar la autoridad de la misma.

De acuerdo con Porret (2010), este estilo se encuentra orientado hacia los objetivos o metas, concediendo así autonomía para organizarse. En este sentido, particularmente es considerado efectivo para transmitir a sus colaboradores su visión de trabajo en equipo y de organización, es motivador, involucrando al personal en los objetivos a largo plazo. Pero siempre bajo la orientación y visión que impone el gerente.

Seguidamente, el estilo gestión afiliativo se manifiesta como tercer estilo y se basa en generar un ambiente agradable de trabajo, donde se puedan otorgar reconocimientos por los esfuerzos empleados. Este estilo, se basa en crear la armonía necesaria dentro del equipo de trabajo para así satisfacer las necesidades, metas y objetivos de la empresa. En relación a este estilo, Porret (2010), considera que es el elemento básico para fomentar la filiación entre los miembros del equipo, este estilo a su vez apoya en muchas oportunidades a sus colaboradores tanto en momentos rutinarios como difíciles, por tanto se expresa que éste elemento no es el eje del negocio de la empresa.

De igual forma, Carrión (2007), indica que la frase característica dentro de este estilo es: la persona primero. Donde su objetivo básico es crear armonía con los empleados y entre ellos, teniendo como competencias relacionadas a este estilo, la empatía, la colaboración, gestión de los conflictos y creación de vínculos. Considerando las posturas de los autores citados, este estilo de gestión se basa entonces en la creación de un ambiente propicio de trabajo dentro de las empresas con el fin de que todos los trabajadores se lleven bien entre sí y poder cumplir con las actividades propuestas.

Por otro lado, el estilo participativo implica la creación de un compromiso entre los colaboradores con el fin de generar nuevas ideas e iniciativas para el alcance de las actividades diarias. En relación a ello, Carrión (2007), refiere que este estilo implica trabajo en equipo, gestión de los conflictos e influencia. Éste permite cumplir con cada uno de los requerimientos exigidos haciendo que los empleados se responsabilicen de las acciones emprendidas. Al respecto Porret (2010), agrega que el estilo participativo busca la colaboración de los copartícipes para la generación de nuevas ideas.

En ello se puede evidenciar que el compromiso de los miembros del equipo es esencial para el éxito, implica un compromiso entre los colaboradores con el fin de generar nuevas ideas e iniciativas para el alcance de las actividades diarias. En este estilo, el gerente se basa en la tendencia a ser coordinador de sus colaboradores, en crear acciones en donde compartan diferentes tipos de ideas para las ejecuciones de las actividades dentro de las organizaciones.



De acuerdo al estilo de gestión imitativo, como su palabra lo indica se basa en que el personal se fije de las acciones ejecutadas por los directivos al momento de ejecutar alguna tarea específica y que por ende se permita el establecer como un patrón de conducta ante la misma. Carrión (2007), indica que este estilo se refiere a la orientación al logro y la iniciativa. Se refiere al tipo de jefe que dirige a los demás dando el ejemplo de cómo deben realizarse cada una de las actividades y que por lo tanto se encuentra seguro de que los demás lo realizarán de la misma manera o mejor. Es decir, este estilo marca las pautas a seguir no permitiendo obtener un rendimiento insuficiente por parte de los trabajadores.

En ese sentido, Porret (2010), agrega que el estilo de gestión imitativo se basa en el tipo de transmisión de las instrucciones en las cuales deben ser ejecutadas las actividades dentro de la organización las cuales sus colaboradores de forma directa o indirectamente deben comprender el mensaje transmitido el cual se basa en “hazlo como yo”.

Finalmente, el estilo capacitador los jefes o directivos tratan de mejorar los conocimientos que poseen los empleados para que de esta forma dicha información puedan emplearla en las instalaciones de la empresa. Por medio de este estilo, el gerente ayuda a los empleados a identificar cada uno de sus puntos tanto débiles y fuertes, preocupándose por obtener un mejor desempeño, tanto del puesto que ocupa como del desempeño del empleado. En relación a este estilo Porret (2010), señala que es aquel en el cual los jefes se esfuerzan en capacitar a los subordinados teniendo visión a largo plazo, es decir, busca desarrollar a sus colaboradores para el futuro, es decir, invierte tiempo en formar a sus colaboradores con el fin de que ejecuten las actividades de forma eficaz. Este estilo según Carrión (2007), implica por parte del directivo conciencia de sí mismo, empatía, sinceridad, creación de vínculos, confianza en los demás, comprensión organizacional y desarrollo de los otros.

Cada estilo de gestión citado anteriormente incide de forma significativa en la administración de los conflictos organizacionales, donde, cada uno de ellos originará o dará como resultado que un conflicto sea funcional, es decir que la confrontación resulta positiva para el rendimiento de la organización, y que a través de éste según Robbins (2004), se refuerzan las metas del grupo y mejora el rendimiento. O por el contrario, el estilo de gestión puede desencadenar un conflicto disfuncional, donde la confrontación perjudica a la organización o impide que esta alcance los objetivos trazados y un efectivo rendimiento.

Cabe en ese sentido, considerar y reiterar que los conflictos se distinguen entre sí fundamentalmente, por sus efectos y consecuencias, los cuales determinan que un conflicto sea bueno o malo, funcional o disfuncional. Es por ello necesario, que el gerente aprenda a hacer frente de manera ecuánime, a las situaciones conflictivas para que se pueda promover un conflicto funcional, donde las partes en oposición aprendan a enfrentarse y discutir con madurez con el propósito sincero de llegar a un acuerdo racional y justo, ya sea que el conflicto se desarrolle en el nivel intrapersonal, interpersonal, intragrupal e intergrupala.

Niveles de conflictos: resultado de las interacciones humanas

Considerando los niveles de conflictos, como resultado de las interacciones humanas, Hellriegel y Slocum (2009), indican que éstos pueden ser presenciados dentro de las empresas de diversas formas, y es importante conocerlos por cuanto por medio de ellos, puede conocerse el nivel en el cual está incurriendo el problema y por ende se podrían determinar sus causas y



consecuencias y así enfocar el comportamiento de los trabajadores dentro de la organización.

De cara a lo expuesto, Hellrieger (2004), agrega que los cuatro niveles primarios de conflicto que se pueden presentar en la organización son: los que se producen en el interior del individuo, conocido como; conflictos intrapersonales, los que se presentan entre individuos, denominados interpersonales, los que provienen del interior de un grupo, definidos como intragrupal y finalmente, los que se observan entre grupos, llamados conflictos intergrupales. Todos ellos requieren de una administración eficiente de los mismos.

Administración de conflictos: retos del gerente

El término administración de conflictos se utiliza, muy a menudo, de manera equivocada para hacer referencia a la resolución de conflictos. Si todos los conflictos fueran disfuncionales, entonces el trabajo del gerente consistiría solamente en eliminar o resolver los conflictos. Sin embargo, los conflictos pueden tener un lado positivo, es por ello que pueden ser gestionados, para lograr que un grupo se mantenga viable, auto-crítico y creativo ya que un grupo que no enfrenta ningún conflicto está propenso a volverse estático, apático, y a no responder a las necesidades de cambio e innovación.

Para Mondy y Noe (2005), la administración de conflictos es definida como la aplicación de diferentes estrategias con el fin de poder resolver cada una de las interrupciones de las relaciones interpersonales para así mejorar dichas relaciones y poder estimular las acciones adecuadas a emprender para la resolución del mismo, es decir, se busca emplear diferentes medios o métodos para la solución de los problemas generados dentro de la organización y así evitar que se generen ambientes tensos en el personal que labora en las mismas, por tanto, se deben tomar decisiones que favorezcan a las partes involucradas.

En relación a ello, Chiavenato (2005), plantea que existen varios estilos de administración del conflicto, según el autor en un extremo se hallan los que hacen énfasis en el deseo de satisfacer los deseos propios y en el otro extremo los que tienen en cuenta los intereses de la otra parte, es decir por un lado una dimensión asertiva y por el otro una dimensión cooperativa, partiendo de este enfoque el autor considera un modelo de cinco estilos de administrar conflictos los cuales son: evasivo, acomodaticio, competitivo, de compromiso y de colaboración.

En el estilo de evasión se muestra en conductas no afirmativas y no corporativas. En este sentido Fuquen (2003), afirma que en el estilo de evasión, las personas mismas involucradas en el conflicto, no reconocen que éste existe. Este estilo, se denota cuando las personas tratan de esquivar la responsabilidad del problema, pero de un modo distinto, es decir niegan que existe dificultad.

Al asumir este estilo de manejo de conflictos, los involucrados no intentan satisfacer sus intereses, y tampoco ayudan a la otra parte a satisfacer los suyos. Es decir, los individuos se caracterizan por tener un perfil bajo en la organización, aportando poco para la solución de problemas al colectivo y con pocos deseos de servir. En este enfoque se muestra aversión al estrés y frustración, incluso se permite que el conflicto se resuelva por su propio medio generando desentendimiento ante las situaciones conflictivas, mostrándose temeroso a participar en temas que puedan ser fuentes de discusiones o contradictorios.



Por otro lado, en cuanto al estilo acomodaticio, Chiavenato (2005), señala que refleja el alto grado de cooperación para suavizar las cosas y poder así mantener la armonía, por lo tanto, consiste en arreglar los puntos de menor discordia y dejar los problemas mayores para más adelante. De igual modo, Editorial Vértice (2008), afirma que este estilo implica quitar importancia a las diferencias y poner de relieve las coincidencias. Los individuos inmersos en estilo de acomodación, no defienden sus intereses y se inclinan a satisfacer los de la otra persona. Cabe destacar, que al momento de llegar a un acuerdo se sienten bien pero posteriormente se preguntan cómo pudieron acceder a esas condiciones y se sienten frustrados por no haber defendido sus intereses particulares en vez de los colectivos.

Como otro estilo de manejo de conflictos, se considera según Chiavenato (2005) el estilo competitivo, el cual consiste en aquel que se basa en el orden autoritario que refleja fuerte afirmación para imponer sus propios intereses. Se emplea cuando se debe imponer con rapidez una acción decisiva en situaciones importantes o desautorizadas. Corresponde a la actitud de confrontación y comunicación, donde que una de las partes entabla una competencia del tipo ganar / perder, la cual exige el empleo de la autoridad.

El siguiente estilo de administración de conflicto, el estilo de compromiso, refleja la combinación de ambas características: afirmación y cooperación. En este sentido, Editorial Vértice (2008), destaca que el estilo de compromiso se caracteriza por personas que son asertivas y cooperativas. Este es adecuado cuando las partes en conflicto poseen objetivos opuestos o cuentan con igual poder. Siendo inadecuado utilizarlo de forma excesiva, ya que puede dar lugar a resoluciones poco decisivas. Dentro de este estilo, las personas se esfuerzan por lograr que cada uno de los que están envueltos en el conflicto, consiga parte de lo que quiere, de modo tal que ninguna persona sale completamente satisfecha, sino que todas salen parcialmente satisfechos.

Este estilo, se utiliza cuando una de las partes acepta soluciones razonables para la otra, y cada parte acepta ganancias y pérdidas en la solución, es decir, que ocurre cuando las partes tienen igual poder y quieren reducir las diferencias o cuando las personas deben llegar a una solución transitoria, sin la presión del tiempo. Sin embargo, se debe ser cauteloso para emplear este estilo, ya que según Chiavenato (2005), tiende a crear un conflicto del tipo ganar-perder, De esta manera, se requiere tener la cualidad de saber ceder en algo para ganar después

En el estilo de colaboración o de solución de problemas, se trata de ganar – ganar buscando conductas de firme cooperación y afirmación, llevando a la organización a buscar los máximos resultados conjuntos, afianzando la confianza y sinceridad con los otros miembros de la organización, debido a que cuando el conflicto se resuelve es un logro de todos, generando satisfacción y compromiso a la solución.

En relación a lo expresado Editorial Vértice (2008), afirma que en este estilo las partes interesadas analizan la situación, identifican en forma cooperativa el problema, formulan y ponderan soluciones alternativas y eligen una solución. Ello implica incluso establecer alternativas que ninguna de las partes había podido idear por sí sola. Con su aplicación se enriquecen las relaciones interpersonales entre los actores educativos inmersos en el problema; directivos, docentes, estudiantes, es decir, las partes ganan, nadie pierde, por lo tanto la organización gana.



En ese sentido, Chiavenato (2005), agrega que se tiende a reconciliar las diferencias entre las partes involucradas en el conflicto. En tal sentido, el estilo colaborativo es el más eficaz para el manejo de conflictos, ya que se analizan y se resuelven las discrepancias para el beneficio mutuo de las partes en conflicto, habilitando a ambas partes para ganar.

Como puede observarse, la administración de conflictos radica en conservar un nivel óptimo del mismo dentro de un grupo, correspondiéndole esta tarea al gerente, quien lo abordará dependiendo del estilo de gestión y de administración del conflicto que este asuma, debiendo considerar que muy poco conflicto crea estancamiento y un excesivo conflicto puede llegar a interrumpir el trabajo del grupo. Es por ello, que ambos extremos deben ser considerados disfuncionales en el sentido de que minan el desempeño grupal. El trabajo del gerente debe consistir en balancear el nivel de conflicto mediante el uso de técnicas adecuadas de resolución y estimulación de conflictos.

En base a las consideraciones planteadas, la habilidad para administrar los conflictos debe ser sin dudas una de las destrezas más importantes que un gerente precisa poseer y el estilo de manejo de los conflictos está estrechamente relacionado con y estilo de gestión directiva. Cabe en este sentido acotar los resultados del estudio llevado a cabo por la Asociación Americana de Gerencia con administradores de nivel medio y alto el cual reveló que el gerente promedio dedica aproximadamente 20 por ciento de su tiempo a tratar con conflictos.

Justicia y equidad: factor determinante para administración del conflicto

La justicia, es considerada como un valor, que teniendo por guía la verdad, se inclina a obrar y juzgar con la finalidad según refiere Agote (2008), de dar a cada uno lo que le corresponde y pertenece. De igual forma, al hacerse referencia a la justicia como valor democrático, se destaca según refiere Abraham Lincoln, como el nivel que se desea alcanzar y se encuentra en modo estricto vinculado al valor del bien general.

Asimismo, la justicia, como virtud, se refiere al hábito del ser humano de reconocer y otorgar el derecho a los demás, es decir, la justicia constituye la virtud de cumplir y respetar el derecho, exigirlo y otorgarlo a una persona. Todo ello, a través de la realización de actos justos de manera perpetua y constante. Donde su ejercicio implica las relaciones interindividuales, siendo por ello un elemento necesario a considerar o asumir como estilo dentro de la gestión directiva para la administración de los conflictos organizacionales.

Por otro lado, el concepto de equidad es necesario comprenderlo más allá que como un mecanismo de redistribución de recursos y bienes entre las personas, lo que conlleva a reconocer, según refiere Hernández (2007), la necesidad de pasar de una igualdad forma, política y/o distributiva a una igualdad real, social y moral. En este sentido, la equidad tiene relación con cuatro principios ético-políticos generales, los cuales se pueden agrupar en dos ejes: el eje igualdad/justicia y el eje universalidad/diversidad.

La igualdad y la justicia conforman un primer eje que sitúa a la equidad en el plano de los espacios o esferas de igualdad relevantes para la vida de las personas como lo son por ejemplo la calidad de vida, el ejercicio de la ciudadanía y la gobernanza, entre otros. En este sentido, la igualdad se asume como lo que es igualmente justo entre los unos y los otros, lo que tiene que ver con los aspectos sustantivos de la vida que todo ser humano debe y quiere alcanzar.



Por otro lado, en el segundo eje universalidad/diversidad la equidad busca lo que se ajusta a las diferencias de unos y de otros y se relaciona con el reconocimiento de los sujetos y con la configuración de poderes que éstos tienen para participar en la vida social. El plano central de evaluación son los sujetos (quienes), sus condiciones de existencia y lo que éstos valoran. Dentro de este eje, Hernández (2007), indica que la equidad ayuda a favorecer o reestablecer el vínculo entre los sujetos, a través de una igualdad basada en el reconocimiento y en el poder que éstos tienen para participar en los asuntos colectivos.

Es por ello, que puede indicarse que los conceptos de justicia e igualdad se encuentran estrechamente relacionados, es decir, el fundamento de la equidad es la justicia y la idea de justicia está basada en la igualdad. Al respecto Hernández (2007), refiere que la igualdad es un concepto vinculante que significa una relación entre pares o entre iguales.

En la igualdad, lo importante es evitar ser tratado o considerado diferente, mientras que en la justicia lo relevante es lidiar con lo que de hecho hace diferentes a las personas. La igualdad tiene como objetivo una igualdad entre semejantes, mientras que la justicia tiene como objetivo una igualdad que se hace práctica real entre desiguales.

Tomando en cuenta las consideraciones abordadas acerca de la justicia y la equidad, puede evidenciarse que tienen una estrecha vinculación con el proceso de toma de decisiones dentro de la administración de conflictos organizacionales y que se hace necesario que el gerente los considere, debido a que son elementos importantes dentro del campo de las interacciones personales de la organización, que pueden ser un factor determinante en el surgimiento de los conflictos y el manejo adecuado o inadecuado de los mismos

Consideraciones Finales

Como ha podido observarse, las organizaciones, son instancias complejas resultado de las relaciones de coincidencia y convivencia que se llevan a cabo entre sus trabajadores. Todas ellas caracterizadas por la presencia de sus intereses individuales y colectivos, de la misión y visión organizacional, así como una multitud de procesos en condiciones de interdependencia de distintos tipos. Aunado a estas consideraciones, cada organización tiene elementos específicos que pueden añadirle aún más complejidad y por lo tanto, aumentar las diferencias que puedan desembocar en conflictos.

Por otro lado, de acuerdo a la teoría abordada, pudo determinarse que aunque la colaboración es la forma más propicia de administrar un conflicto debido a que se compensan las necesidades de todas las partes, los gerentes muchas veces usan la opción de forzamiento cuando entran en conflicto con los subordinados. De igual forma, es posible que los subordinados usen los estilos de evasión, acomodo o compromiso cuando están en conflicto con sus jefes.

De igual forma, en muchos escenarios de conflicto, es posible que se dé la propensión de que una parte reacciona de forma similar al estilo de manejo de conflicto originalmente utilizado por la otra parte, sin embargo, esta tendencia hacia la reciprocidad no siempre ocurre. Es por ello, que el gerente requiere administrar los conflictos en sus diferentes niveles, basado en los conceptos de justicia y equidad, identificándolos desde su surgimiento, para verificar los



factores y actores que intervienen en el mismo, y de esta forma asumir un estilo de gestión para orientarlo de la manera adecuada y que pueda convertirse en un conflicto funcional que resulte positivo para el rendimiento de la organización y mejoren el desempeño de las partes.

Referencias Bibliográficas

Agote, I. (2008). **Pensamiento social cristiano**. España: Esic Editorial [Libro en línea]. Disponible en: <http://books.google.es/books?id=qy5W8wVSL6QC&pg=PA53&dq=definicion+de+justicia&hl=es&sa=X&ei=loAcVLCMH7GLsQTFYGGQAQ&ved=0CCcQ6AEwAigK#v=onepage&q=definicion%20de%20justicia&f=false> [Consulta: septiembre 17, 2014].

Carrión, J. (2007). **Estrategia: De la visión a la acción**. (2ª ed.). España: Esic Editorial. [Libro en línea]. Disponible en: http://books.google.es/books?id=8_PwloGOa6QC&pg=PA398&dq=estilos+de+gestion+filiati+vo&hl=es&sa=X&ei=q8ckVMGKA8G8ggSjn4CYCw&ved=0CCsQ6AEwAq#v=onepage&q=estilos%20de%20gestion%20afiliativo&f=false [Consulta: septiembre 25, 2014].

Chiavenato, I. (2005). **Gestión del Talento Humano**. Bogotá, D.C. Colombia: McGraw Hill Interamericana.

Editorial Vértice (2008). **Habilidades directivas**. España: Autor. [Libro en línea]. Disponible en: <http://books.google.es/books?id=t9d8q4N6mKsC&pg=PA70&dq=estilos+de+manejo+d+conflictos&hl=es&sa=X&ei=52IIVOKtM4vwqwSM64C4BQ&ved=0CCwQ6AEwAQ#v=onepage&q=estilos%20de%20manejo%20de%20conflictos&f=false> [Consulta: septiembre 26, 2014].

Fuquen, M. (2003). **Los Conflictos y las Formas Alternativas de Solución**. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Bogotá – Colombia: Autor.

Gutiérrez, P., y Gutiérrez, P. (2003). **La gestión de ventas en publicidad**. España: Editorial Complutense.

Harf, R. (2007). **Estrategias para la acción directiva**. México: Ediciones Novedades Educativas. [Libro en línea]. Disponible en: <http://books.google.es/books?id=veFUqJfh5n4C&pg=PA102&dq=gestion+directiva&hl=s&sa=X&ei=M78kVIHVG4TBqgSTsoD4BQ&ved=0CDsQ6AEwAg#v=onepage&q=gestin%20directiva&f=false> [Consulta: septiembre 25, 2014].

Hernández, A. (2007). **El desarrollo como problema: ¿Igualdad de qué?** Venezuela: Universidad Central de Venezuela. [Libro en línea]. Disponible en: <http://books.google.es/books?id=KyYakLDMOgC&pg=PA49&dq=definicion+de+equidad&hl=es&sa=X&ei=IG0cVKqwJtiQgwSII4LoA&sqi=2&ved=0CEQQ6AEwBQ#v=onepage&q=definicion%20de%20equidad&f=false> [Consulta: septiembre 15, 2014].

Hellrieger, D. (2004). **Comportamiento Organizacional**. México: Mac Graw-Hill.

Hurtado, D. (2008). **Principio de Administración**. Colombia: Editorial ITM.



Koontz, H., y Wehrich, H. (2003). **Administración y Estrategia. Teoría y práctica.** México: Editorial Mc. Graw Hill.

Mondy, W., y Noe, R. (2005). **Administración de recursos humanos.** México: Editorial Pearson Prentice Hill.

Porret, M. (2010). **Gestión de personas. Manual para la gestión de capital humano en las organizaciones.** España: Editorial Esic.

Robbins, S. (2004). **Comportamiento Organizacional. Teoría y práctica.** (5ª ed.). México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.

Robbins, S. (2005). **Comportamiento organizacional.** México: Prentice Hall Editores.



FUNDAMENTOS DEL SISTEMA FINANCIERO CLÁSICO EN EL ÁMBITO DE LA INTEGRACIÓN INTERNACIONAL

Ruth Fernández

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

ruthfe@cantv.net

RESUMEN

El propósito de este artículo es analizar la relación entre el sistema financiero clásico con la posibilidad de integrarse con otros países que cuentan con niveles diferentes de desarrollo económico, en el ámbito de la integración internacional. Para lo cual se diseñó un estudio documental, dentro de los hallazgos se tiene que la dinámica entre el sistema financiero y el desarrollo económico, no deviene solo de un modelo determinado, ya que estos no son más que la relación multivariable de elementos de orden jurídico, económico, mercado, gerencial, los cuales en su correlación determinarían la posibilidad que un sistema bajo un conglomerado de circunstancias permitirá el desarrollo económico de un país. Concluyendo que pese a la relevancia para el sistema financiero de normas claras donde la banca y el mercado de capitales pueda generar evolución económica, también es cierto que los lineamientos deben orientarse al financiamiento productivo que garanticen la sustentabilidad y sostenibilidad del mismo sistema financiero y del productivo, los cuales conforman en sus respectivos procesos los fundamentos económicos de los procesos de integración latinoamericana que han tenido ya efectos importantes, entre ellos la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) y la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

Palabras clave: Sistema Financiero, Desarrollo Económico, Integración Internacional.

INTRODUCCIÓN

La principal temática que actualmente ocupa las páginas principales de revistas y libros de economía genera preocupación al explicar los efectos que sobre el crecimiento económico tiene el desarrollo del sistema financiero, especialmente en las diferencias en el desarrollo de los mercados financieros. Si bien el desarrollo del sistema financiero y el crecimiento económico ha generado debates entre los expertos, no se puede negar la existencia de una relación entre ambas variables.

De allí, algunos autores han rechazado la idea que el nexo entre finanzas y el proceso de crecimiento económico pueda ignorarse. Puesto que, una correlación positiva entre estas dos variables debe influir sobre las decisiones de las políticas de mercado orientándose sus lineamientos económicos hacia el desarrollo de los mercados financieros.

En este sentido, durante toda la década del 1990 y principios de la década siguiente se generaron numerosas crisis financieras, entre ellos países como México, Este Asiático, Rusia, Turquía y Argentina, en cuyo epicentro circundaron las economías emergentes, sus consecuencias se propagaron de la misma manera, sobre otros países emergentes.

Por lo que es necesario afirmar, que la estabilidad financiera es uno de los pilares fundamentales sobre los que se construye un sistema financiero, esto con el objetivo de evitar o



minimizar las consecuencias relativas a las crisis financieras así como su propagación hacia otras economías. Especialmente, en las economías latinoamericanas, donde la limitación del acceso al financiamiento del sector privado es uno de los problemas que aún permanecen sin solución, aspecto que se encuentra directamente relacionado con el desarrollo del sistema financiero.

De esa manera, es fácil concebir al sistema financiero el cual está compuesto por el conjunto de instrumentos, mercados e instituciones financieras que corrigen los problemas de información y disminuyen los costos de transacción, según las aproximaciones de Levine (1997). Así, cuando el desempeño del sistema financiero se realiza de una manera eficiente, está cumpliendo su función primaria la cual se orienta a la asignación eficiente de los recursos en tiempo y espacio, en un contexto de incertidumbre, según Merton y Bodie (1995).

En consecuencia, las relaciones entre el crecimiento de la economía y el desarrollo del sistema financiero se prestan a ser analizadas desde dos aristas, por una parte, a través de técnicas que vinculan variables de crecimiento económico con variables de desarrollo financiero; por la otra, por medio del análisis de la estructura de los sistemas financieros, basados en la banca vs los basados en mercado de capitales, con el propósito de observar cuál de las dos estructuras explica mejor el crecimiento económico.

Sin embargo, los diferentes estudios empíricos referidos a las relaciones entre el desarrollo del sistema financiero y el crecimiento económico consideran dentro de la misma muestra a todos los países sin tener en cuenta el grado de desarrollo del mismo. De allí que el propósito de este artículo es analizar la relación entre el sistema financiero con la posibilidad de integrarse con otros países que cuentan con niveles diferentes de desarrollo económico, en el ámbito de la integración internacional.

DESARROLLO DEL SISTEMA FINANCIERO VS CRECIMIENTO ECONÓMICO, UN ABORDAJE RETROSPECTIVO

Uno de los principales autores que experimentó empíricamente la relación entre crecimiento y desarrollo financiero fue Goldsmith (1969), el cual recopiló una muestra correspondiente al valor de los activos de los intermediarios financieros de una población de 35 países utilizando la información de los periodos 1860 y 1963, concluyendo que la dimensión de la actividad de intermediación financiera posee una correlación positiva con el desarrollo financiero, lo que le permitió documentar que esta última variable también tiene una correlación positiva con el nivel de actividad económica.

En este mismo orden de ideas, considerando las conclusiones del estudio de King y Levine (1993b), se expresa que el nivel de desarrollo financiero está referido a la acumulación de capital, además asegura que junto con el crecimiento de la productividad son contextualizados los factores predictivos del crecimiento económico a largo plazo.

Estas mismas experiencias, se llevaron al campo industrial, donde se concluye que el desarrollo de la actividad de intermediación financiera y de los mercados les permite superar las fricciones causadas por las diferencias entre el precio de la financiación externa e interna. De esta manera, la disminución de costos facilita por una parte el crecimiento de las empresas, además del surgimiento de nuevas firmas (Rajan y Zingales, 1995) (Beck y col, 2004).



Por su parte, Carlin y Mayer (2003) en sus estudios, incorporan más variables y consiguen una fuerte relación entre la estructura del sistema financiero, las características de las empresas y el crecimiento industrial, con una muestra de 27 industrias de 14 países adscritas a la OCDE entre 1970 y 1995. Asimismo, Atje y Jovanovic (1993) en sus investigaciones relacionadas con el mercado bursátil concluyen, la existencia de una relación positiva entre el crecimiento económico y el volumen de negociación, para esta afirmación se sustentó en un grupo de 40 países entre 1980 y 1988.

Años después, Levine y Zervos (1998) presentan sus estudios, donde amplían esta experiencia encontrando que el desarrollo tanto del mercado bursátil como del sector bancario presenta una correlación positiva entre el crecimiento económico, acumulación de capital y crecimiento de la productividad, ubicándolos como indicadores importantes para la investigación en esta área.

Considerando las experiencias previas, otro grupo de investigadores asocian el desarrollo financiero al crecimiento por medio de medidas de tipo legal; en este sentido, La Porta, Lopez-de-Silanes, Shleifer y Vishny (1997; 1998) sugieren que el origen de la estructura legal de un Estado puede por sí mismo explicar el desarrollo bancario y del mercado de valores, argumento que coincide con los postulados por La Porta, López-de-Silanes, y Shleifer (2002) y Himmelberg, Hubbard, Glenn, y Love (2002) quienes incluyen variables como la concentración de la propiedad de las acciones, además la estructura de vencimiento de la deuda y por último, el acceso a la financiación externa, entre otras.

En referencia a lo anterior, La Porta y col (2002) y Himmelberg y col (2002) aseguran en aquellos Estados donde predomina una elevada propiedad pública de los bancos está asociada a una disminución del desarrollo bancario, hecho que afecta negativamente no solo el desarrollo financiero también el crecimiento económico.

En otro orden de ideas, Allen, Bartilro y Kowalewski (2006) en sus estudios demuestran, como la estructura y los cambios de la economía real son determinantes de determinan la evolución financiero de un país, en otras palabras, cambian la relación de causalidad en referencia a los trabajos anteriormente mencionados. A este respecto, estos autores asumen la hipótesis que el desarrollo económico, es capaz de crear una demanda de diferentes tipos de instrumentos financieros, por lo que el sistema financiero responde a esta demanda; en consecuencia, es el desarrollo de los mercados e instituciones financieras los que responden a cambios en la estructura de la economía real.

De todo lo anterior se resume, que la dinámica entre el sistema financiero y el desarrollo económico, no deviene solo de un modelo determinado, ya que estos no son más que la relación multivariable de elementos de orden jurídico, económico, mercado, gerencial, los cuales en su correlación determinarían la posibilidad que un sistema bajo un conglomerado de circunstancias permitirá el desarrollo económico de un país.

ESTRUCTURA FINANCIERA CLÁSICA, VARIABLES Y EFECTOS

Además del debate acerca de cómo se vincula el desarrollo financiero con el crecimiento económico, a lo largo de la historia muchos autores han analizado las características del sistema financiero de los países pueden explicar el crecimiento económico, por lo que han



divido los sistemas financieros en dos tipos, aquellos basados en bancos o en el mercado de capitales.

Los resultados del debate se pueden agrupar en tres, por una parte los que enfatizan el papel positivo de los bancos en el desarrollo y crecimiento, estableciendo a su vez las deficiencias que tiene el mercado de capitales (Gerschenkron (1962), Stiglitz (1985), Levine y Schmukler (2006), entre otros); en segundo lugar, aquellos que consideran el buen funcionamiento del mercado de capitales como vehículo para un mayor crecimiento económico; (Rajan (1992); Weinstein y Yafeh (1998)).

En este mismo orden, los autores cuya conclusión se fundamenta en que el sistema financiero tiene una influencia positiva en el crecimiento económico, sí el sistema bancario y el mercado de capitales se integran como actividades complementarias que mejoren conjuntamente los servicios financieros (Levine (1997;2000), La Porta, Lopez-de-Silanes, Shleifer y Vishny (1997; 1998), Levine y Zervos (1998), entre otros.

Además, los principales estudios, se han centrado en la comparación de cuatro países, por una parte, Japón y Alemania cuyo sistema financiero está basado en bancos, los otros dos, Reino Unido y Estados Unidos, con un sistema financiero basado en el mercado de capitales (Black y Moersch (1998); Rousseau y Watchtel (1998); Vitols (2002); Sylla y Wright (2004), entre otros). Sin embargo, ante las diferencias sustanciales (Demirguc-Kunt y Levine (2001); Tadesse (2002); Arestis, Luintel y Luintel (2004)), ampliaron la cantidad de países para incluir economías con diferentes niveles de desarrollo.

De los estudios anteriores, los autores que se inclinan por propiciar un sistema basado en bancos, hacen hincapié en los problemas que tiene el mercado en cumplir con las funciones dentro del sistema financiero, dentro de ellos, la adquisición de información referente a las empresas, además, el poder de los acreedores con el cual ejercen el control corporativo, entre otros.

A tal efecto, Stiglitz (1985) se basa en los problemas de información que tiene un mercado desarrollado, por las posibilidades que este presenta para disuadir a los inversores a orientar recursos para analizar el comportamiento empresarial, lo que promueve el comportamiento de libre movimiento de los inversores o intermediarios. Por su parte, los bancos pueden privatizar la información adquirida de las empresas, reforzando las relaciones a largo plazo entre estas dos instituciones (Gerschenkron (1962); Boot, Greenbaum y Thakor (1993)). Asimismo, Rojas-Suarez y Weisbrod (1994), agregan que para tener un mercado de capitales desarrollados necesita fortalecer el sistema bancario.

Por su parte, Shleifer y Summers (1988) aseguran que puede tener una influencia negativa sobre la asignación de recursos la liquidez del mercado de valores, por cuanto, al existir un mercado líquido, los accionistas pueden vender sus acciones en cualquier momento, sin ejercer el control corporativo, provocando una ineficiente asignación de recursos. Además, al disminuir los costos de salida, se pueden reducir los incentivos de los accionistas para gestionar cuidadosamente las empresas (Levine y Schmukler (2006).

Por lo anteriormente expuesto, los autores que están a favor del sistema basado en bancos argumentan que los sistemas basados en el mercado bursátil no resultan eficientes en cuanto a



la adquisición de información acerca de las firmas y a la supervisión de los administradores, actividades que los bancos realizan más eficazmente. Por lo que, bajo ciertas circunstancias, los sistemas financieros basados en la banca tienden a ofrecer mejores servicios en relación al riesgo manifiesto en los sistemas basados en mercados.

Mientras que, los autores que se inclinan por el sistema basado en el mercado de capitales argumentan que los sistemas basados en bancos pueden contener intermediarios con una importante influencia sobre las empresas, pudiendo tener efectos negativos en la asignación de recursos, así como generar la posibilidad que los bancos se queden con parte de las utilidades futuras esperadas por las empresas, reduciendo el incentivo por parte de las mismas para emprender inversiones innovadoras y rentables, (Rajan (1992)).

De lo anterior, Weinstein y Yafeh (1998) afirman que los bancos pueden no ser eficientes en la recolección de información ante situaciones nuevas y de incertidumbre las cuales involucren por ejemplo, procesos y nuevos productos, consideración realizada al estudiar el sistema financiero de Japón. Es por ello que en las diferentes líneas de investigación en las cuales se decantan a favor de los sistemas basados en el mercado, argumentan que los mismos proveen un conjunto más abundante de herramientas de gestión del riesgo que permiten acercar los productos financieros a las preferencias del cliente, aspecto que caracteriza las economías desarrolladas.

Asimismo, que la visión de los autores enfocados en los servicios financieros (Levine (1997)), afirman que tanto el mercado bursátil como los bancos pueden cumplir de una manera eficiente las funciones del sistema financiero, pudiendo ambos contribuir al crecimiento de la economía. De tal manera, se asevera que se debe propiciar un mejor funcionamiento conjunto de los bancos y los mercados bursátiles, dejando atrás el debate de un sistema sobre otro (Levine (2000)). Sin embargo, varios autores opinan que depende de las circunstancias de cada país el hecho que el desarrollo de un sistema u otro mejore el funcionamiento del sistema financiero en su conjunto.

Lo antes expuesto también se explica según lo exponen Cuenin y Busso (2000), quienes argumentan que en un sistema financiero donde los agentes económicos no encuentren mecanismos adecuados para evaluar diferentes proyectos de inversión, los bancos ostentan un papel relevante realizando esta tarea. En cambio, para financiar actividades innovadoras o intensivas en tecnología, en donde la variabilidad de los resultados es mayor, es en el mercado de capitales donde se encuentra una mejor posibilidad de financiación. Asimismo, Levine y Zervos (1998) demuestran que una mayor liquidez en el mercado bursátil implica un mayor crecimiento económico, sin tener en cuenta el desarrollo bancario, a su vez demuestran que el desarrollo bancario tiene una relación positiva con el crecimiento de la economía, sin importar la liquidez del mercado bursátil, por lo que ambas variables actúan en sentido positivo.

En el caso de las firmas, los estudios de Demirguc-Kunt y Maksimovic (1998) muestran que una mejora en el mercado bursátil incrementa el uso de las finanzas en el sector bancario en países en desarrollo, concluyendo que tanto el mercado como los bancos deberían actuar en forma complementaria durante el proceso de desarrollo. En este mismo orden, Borensztein, Eichengreen y Panizza (2006) agregan que los bancos proveen servicios de suscripción para los posibles emisores domésticos, asesorando a los mismos, lo cual constituye un “puente financiero” en el proceso de emisión. Además, proveen los canales de distribución de los bonos



del gobierno ya que forman una parte importante de la red de primary dealers, ayudando a mejorar la liquidez de los títulos en el mercado secundario.

A esta última corriente se le suma la de aquellos autores anteriormente mencionados, y que estudian las bases legales del sistema financiero; de esta manera, funcionamiento adecuado del sistema legal facilita las actividades tanto de los bancos como de los mercados, mejorando la asignación eficiente de los recursos y el crecimiento económico (La Porta, Lopez-de-Silanes, Shleifer y Vishny (1997; 1998)). Rajan y Zingales (1998) encontraron que los sistemas basados en bancos promueven el crecimiento cuando los países tienen sistemas legales pobres, mientras que los países en los cuales su sistema financiero se centra en el mercado bursátil tienen bases legales más desarrolladas.

En este orden de ideas, Rajan y Zingales (1998) argumentan que los sistemas basados en bancos asumen ventajas comparativas para financiar empresas intensivas en activos fijos, ya que estos últimos son los que sirven de garantía para que estas empresas obtengan financiación. De la misma manera, los sistemas basados en mercados tienen ventajas comparativas para financiar aquellas empresas intensivas en tecnología y activos intangibles.

En tanto, Tadesse (2002) asevera que cuando el sistema financiero se encuentra subdesarrollado, las industrias crecen más rápidamente cuando el sistema financiero se basa en bancos. Por otro lado, en economías con un sistema financiero desarrollado, las industrias crecen más rápido en sistemas basados en mercados. Es decir, que sea mejor un sistema u otro depende del grado de desarrollo del sistema financiero.

Asimismo, Allen, Bartirollo y Kowaleski, (2006) establecen que existe una relación positiva entre la estructura económica y la estructura del sistema financiero a partir de una muestra de 95 países; así, se presentan dos clases de empresas, aquellas que son intensivas en activos fijos, que se encuentran dentro del sector industrial, y las que son intensivas en investigación, desarrollo y activos intangibles, que se encuentran dentro del sector servicios. Estos autores llegaron a la conclusión de que en las economías donde el sector industrial es más importante que el sector servicios, tienden a tener un sistema basado en bancos más que en mercados.

SISTEMA FINANCIERO LATINOAMERICANO, LA TRANSFORMACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS

En los apartados anteriores se trató el tema del sistema financiero en sus procesos inherentes al desarrollo considerando las diferentes variables que lo conforman y los aportes de los diferentes autores que convalidan como cada uno de ellos juega un papel importante en la dinámica económica que los involucra, sin embargo, en el ámbito latinoamericano la política de algunos de los países que la conforma, ha generado cambio en la operacionalidad de estas variables, tornando un sistema ya complejo en uno con mayores niveles de complejidad, en los cuales se rompen con los paradigmas clásicos de la economía tradicional, dando cabida a nuevos procesos.

Dicho control de la política financiera, monetaria y fiscal que ha sido de carácter restrictivo, es decir, control del crédito interno, de la emisión de dinero y generador de nuevos y más impuestos a las clases más desfavorecidas, en respuesta a lo anterior se dificultan algunos procesos entre ellos el de financiamiento, continuando con las fallas estructurales que bloquean



el desarrollo, como son la dependencia económica y financiera con respecto a los países desarrollados, asimismo, la falta de un mercado interno generador de efectos multiplicadores y una estructura productiva terciarizada y reprimarizada (Pedrosa (2003), Vilariño (2005) y Soto (2010)).

Consideraciones que coinciden con Vidal y Marshall (2010), para quienes las políticas del Consenso de Washington cambiaron las estructuras de las economías de América Latina de manera fundamental, particularmente, la consistente pérdida de la banca pública en el proceso de financiamiento de la actividad productiva. Para Girón (2010), estos planes de estabilización del Fondo Monetario Internacional (FMI) han tenido como característica principal el poder desarticular el modelo de desarrollo creado a partir de la década de los cincuenta, haciendo competir a las empresas nacionales con las extranjeras, y expandiendo en forma moderada el control de los activos productivos y financieros de los conglomerados transnacionales.

Como resultado de lo anterior, se agudiza la crisis y su consecuente efecto en el desarrollo de las naciones, afecto que se ha registrado desde la década de los setenta del siglo xx, cuando el proceso de desregulación financiera y comercial se hace más intenso, en el cual los participantes en la economía tuvieron que adoptar nuevas formas de competencia que condujeron a la libertad de negocios financieros, las cuales han tenido como características principales la opacidad, autorregulación y alto riesgo implícito en ellas.

Por cuanto, las transformaciones en el sistema económico se han profundizado desde la década de los noventa del siglo xx; donde autores como Stiglitz (2002) y Shiller (2003) afirman que estos cambios se dieron de manera irracional, contradiciendo la teoría neoclásica vigente en la economía hoy en día, en la cual el fundamento para explicar el funcionamiento de los mercados, es el axioma que la conducta económica de los agentes individuales es racional. A partir del axioma de racionalidad se pueden especificar las hipótesis que explicarían la conducta de los consumidores y productores, los cuales buscan maximizar sus ganancias en base a sus funciones de utilidad y beneficios, considerando las restricciones a las que están sujetos (Noriega, 2001: 37).

Asimismo, en relación al desarrollo de la actitud racional de los sujetos económicos, surge como consecuencia de los diversos escenarios de crisis, los cuales han sido cada vez más recurrentes y profundos, donde los participantes en la economía buscan protegerse de los riesgos inherentes a las operaciones financieras, anticipándose a los efectos en la volatilidad de las variables monetarias asistidas por el tipo de cambio y tasa de interés, así como por los derivados del sobre-apalancamiento; de allí que la desregulación financiera ha provocado más competencia por la ganancia, y con el objetivo de alcanzarla en el menor tiempo fue necesario utilizar todas las herramientas y vehículos posibles, por tanto se recurrió a todo tipo de innovaciones financieras, en particular en el uso y manejo de Instrumentos Financieros Derivados (IFD).

En consecuencia, la amplia difusión de las dificultades financieras relacionadas con una crisis inminente e incluso en momentos de elevada iliquidez en los mercados, han incentivado y dado lugar al crecimiento exagerado de los mercados de derivados, los cuales por su naturaleza son un mercado opaco, autorregulado, sobre-apalancado, altamente riesgoso, especulativo, donde la mayoría de sus operaciones se realizan en países con escasa normatividad fiscal.



Por su parte, los IFD han propiciado en cierta medida y sin ser el único factor, la crisis en los Estados Unidos de 2007-09 la cual se describe como una crisis hipotecaria, la cual provocó la intervención del gobierno en el rescate de organizaciones como Fannie Mae, Citigroup y Freddie Mac, asimismo, con la quiebra de Lehman Brothers y las adquisiciones de Bear Stearns y Merrill Lynch por parte de JP Morgan Chase y Bank of America respectivamente.

La crisis más reciente están ocurriendo en el continente europeo, donde países como Islandia, Irlanda, Grecia, España, Italia, Portugal, entre otros países, han tenido como común denominador que los gobiernos han aplicado una serie de medidas contraccionistas donde se destaca la disminución del gasto público en áreas sensibles como la educación, salud, vivienda, subsidios, entre otros, además, el aumento de los impuestos sobre la renta y al consumo, y consecuente transformación de la deuda privada en deuda pública.

CONSIDERACIONES FINALES

El sistema financiero clásico, expone los diferentes componentes necesarios para la vinculación entre el desarrollo y el crecimiento basándose para ellos en elementos puramente económicos, dirigidos por supuesto a Estados con una clara definición neoliberal sin que ello menoscabe la posibilidad de políticas que sin interrumpir sus actividades focalicen debilidades y realicen los correctivos necesarios.

Sin embargo, la dinámica latinoamericana, con un acervo cultural referido a lo financiero basado en la dinámica ofrecida por los bancos, quienes sustentan las actividades comerciales sea estos de orden público o privado, alentando un poco sobre aquellos postulados donde la dirección de los banco debe estar por manos de privados, de lo contrario, la estadística denotaría que los efectos sobre el desarrollo serían negativos.

Este sistema, basado la banca con poco o nula actividad de mercado de capitales, se ve replegada por el fuerte impacto de sistemas cambiarios en las economías de cada país de la región, lo que no solo ha generado transformaciones en la economías locales, sino a nivel mundial, caso efectivo el de los países emergentes que conforman los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Suráfrica), quienes consciente de los eventos propios de la crisis financiera global, han iniciado desde hace algunos años modificaciones importantes en sus sistemas de hacer mercado, al punto concertar la creación de sistemas bancarios integrados, así como el uso de una moneda propia, que disminuya los efectos de la dolarización de la economía.

En este mismo orden, es importante agregar que pese a la relevancia para el sistema financiero de normas claras donde la banca y el mercado de capitales pueda generar evolución económica, también es cierto que los lineamientos deben orientarse al financiamiento productivo que garanticen la sustentabilidad y sostenibilidad del mismo sistema financiero y del productivo, los cuales conforman en sus respectivos procesos los fundamentos económicos de los procesos de integración latinoamericana que han tenido ya efectos importantes, entre ellos la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) y la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

De lo anterior, y adentrando en sus documentos fundacionales, se evidencia una estructura que aproxima un sistema financiero con las características regionales, un banco que los integre



así como una moneda que supla la referencia con el dólar, que tal y como fue descrito en el texto, los sistemas son diferentes en todos los países, de igual manera las necesidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allen, F., Bartiloro, L. y Kowalewski, O. (2006): The Financial System of the EU, Working Paper, No 05-44, Wharton Financial Institutions Center, University of Pennsylvania.
- Arestis, P., Luintel, A., y Luintel, K. (2004): Does Financial Structure Matter? **Money Macro and Finance, Economics** Working Paper Archive, No 399. The Levy Economics Institute.
- Atje, R., y Jovanovic, B. (1993): Stock Markets and Development, **European Economic Review** 37, pp. 632-640.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., Levine, R. y Maksimovic, V. (2004): **Financial Structure and Economic Development: Firm, Industry, and Country Evidence**, en Financial Structure and Economic Growth: A Cross-Country Comparison of Banks, Markets, and Development, (eds). Asli Demirguc-Kunt and Ross Levine. Cambridge. MIT Press.
- Black, S.W. y Moersch, M (1998): Competition and convergence in financial markets: **The german and anglo-american models**, S.W. Black and M. Moersch, (eds). North-Holland, Amsterdam.
- Boot, A.W.A., Greenbaum, S.J., y Thakor, A. (1993): **Reputation and Discretion in Financial Contracting**, **American Economic Review**, 83, pp. 1165-1183.
- Borensztein, E., Eichengreen, B., y Panizza, U. (2006): Debt Instruments and Policies in the New Millennium: **New Markets and New Opportunities**, Working Paper, 558. Research Department, Inter-American Development Bank. Washington DC.
- Carlin, W. y Mayer, C. (2003): **Finance, Investment, and Growth**, **Journal of Financial Economics**, 69 (1) pp. 191-226.
- Cuenin F. y Busso, M. (2000): La transformación del sistema financiero argentino. **Concentración bancaria, eficiencia y financiamiento**, **Cuadernos de Economía**, 53. Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires.
- Demirguc-Kunt, A. y Maksimovic, V. (1998) **Law, Finance, and Firm Growth**, **Journal of Finance**, 53 (6), pp. 2107-2137.
- Gerschenkron, A. (1962): Economic Backwardness in Historical Perspective, **A Book of Essays**. Cambridge. MA: Harvard University Press.
- Girón, A. (2010). **Crisis y sistemas financieros en América latina, Argentina, Brasil y México**, en Girón, Alicia, et al., **Crisis financiera**, España, Catarata, pp. 109-124.
- Goldsmith, R. (1969): **Financial Structure and Development**. New Haven, CT, Yale University Press.



- Himmelberg, Cp. Glenn, Hr. y Love, I. (2002): Investor protection, ownership, and the cost of capital, **Policy Research Working Paper Series**, 2834. Banco Mundial.
- King, R. y Levine, R. (1993a): **Finance and Growth: Schumpeter Might Be Right**, **Quarterly Journal of Economics** 108(3), pp. 717-38.
- King, R. y Levine, R. (1993b): **Finance, Entrepreneurship, and Growth: Theory and Evidence**, **Journal of Monetary Economics**, 32(3) pp. 513-42.
- La Porta, R., López-De-Silanes, F. y Shleifer, A. (1997). **Legal determinants of external finance**, **Journal of Finance**, 52, pp. 1131-1150.
- La Porta, R., López-De-Silanes, F. y Shleifer, A. (1998): **Law and finance**, **Journal of Political Economy**, 106, pp. 1113-1155.
- La Porta, R., López-De-Silanes, F. y Shleifer, A. (2002): **Government Ownership of Banks**, **Journal of Finance**, 57 pp. 265–301.
- Levine, R. (1997): Financial Development and Economic Growth: Views and Agenda, **Journal of Economic Literature**, 35 (2), pp. 688-726.
- Levine, R. (2000): **Bank Concentration: Chile and International Comparisons**, Working Papers Central Bank of Chile, 62. Central Bank of Chile.
- Levine, R. y Schmukler, S.L. (2006): **Internationalization and Stock Market Liquidity**, **Review of Finance** 10(1), pp. 153–87.
- Levine, R. y Zervos, S. (1998): **Stock Markets, Banks, and Economic Growth**, **American Economic Review**, 88, pp. 537- 558.
- Merton, R. y Bodie, Z. (1995): **A Conceptual Framework for Analyzing the Financial Environment**, Working Paper, No. 95-062. Harvard Business School
- Noriega, F. (2001). **Macroeconomía para el desarrollo**, México: McGraw Hill.
- Pedrosa, M. (2003). **Los mercados financieros internacionales y su globalización**. España: Thompson.
- Rajan, R. (1992): **Insiders and Outsiders: The Choice Between Informed and Arm's Length Debt**, **Journal of Finance** 47(4), pp. 1367-1400.
- Rajan, R.G. y Zingales, L. (1995): **What do we know about capital structure? Some Evidence from International Data**, **Journal of Finance**, 51(5), pp. 1421-1460.
- Rajan, R.G. y Zingales, L. (1998): **Financial Dependence And Growth**, **American Economic Review**, 88 (3), pp. 559- 586.
- Rousseau, P.L. y Wachtel, P. (1998): **Financial Intermediation and Economic Performance: Historical Evidence from Five Industrialized Countries**, **Journal of Money, Credit and Banking**, 30,(4), pp. 657-78.



- Shiller, R. (2003). **Exuberancia irracional**. México: Océano.
- Shleifer, A. y Summers, L. (1988): **Breach of trust in hostile takeovers**, NBER Working Paper Series, No 2342. National Bureau of Economic Research.
- Soto, R. (2010). **Especulación e innovación financiera. Mercados de derivados y consecuencias macroeconómicas en México**. México, Miguel Ángel Porrúa.
- Stiglitz, J. (2002). **Globalization and Its Discontents**, New York, Norton.
- Stiglitz, J.E. (1985): **Credit Markets and the Control of Capital**, *Journal of Money, Credit, and Banking* 17 (1), pp.133-152.
- Sylla, R. y Wright, Re. (2004): **Networks and History's Generalizations: Comparing the Financial Systems of Germany, Japan, Great Britain, and the United States of America**, Business History Conference, 2004.
- Tadesse, S. (2002): **Financial Architecture and Economic Performance: International Evidence**, *Journal of Financial Intermediation*, 11, p.429-454.
- Vidal., G, y Marshall, W. (2010). **Sistema financiero: crédito externo y crisis global en América Latina**, en Girón, Alicia, et al., *Crisis Financiera*, España, Catarata, 2010, pp. 47-68.
- Vilariño, A. (2005). **Evolución reciente de los mercados financieros en el entorno internacional**, en Palazuelos, E., *Claves de la economía mundial*. pp. 63-72 p.
- Vitols, S. (2002): **The Transition from Banks to Markets in the German and Japanese Financial Systems**, WZB Discussion Paper No. 02 - 901.
- Weinstein, D.E. y Yafeh, Y. (1998): **On the Costs of a Bank-Centered Financial System: Evidence from the Changing Main Bank Relations in Japan**, *Journal of Finance*, 53(2), pp. 635-672.



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO FACTOR INTEGRADOR DEL CAPITAL INTELECTUAL EN ORGANIZACIONES CON RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Acevedo, Ángel
aceved122@hotmail.com

Valbuena, Geulínx
gvalbuena25@hotmail.com

González Leandro
Cuerpo de Bomberos de San Francisco
leandromorillo19@hotmail.com

RESUMEN

El presente artículo tuvo como propósito analizar la gestión del conocimiento en factor integrador del capital intelectual en organizaciones con régimen disciplinario. Sustentado en los enfoques teóricos de autores tales como: Dalkir (2005), Arbonés y Aldazábal (2005), Molina y Serra (2007), Morín (2006), Edvinsson y Malone (2003), entre otros. Metodológicamente, es una investigación documental, empleando la técnica bibliográfica, mediante la consultando de material impreso y electrónico. En conclusión, la gestión del conocimiento como factor integrador del capital intelectual en organizaciones de régimen disciplinario representa una función esencial para la identificación de los recursos disponibles en ella, por lo que permite optimizar la utilización de los recursos intangibles aprovechables en las referidas organizaciones, mediante la creación de las condiciones esenciales, a fin de que el flujo de conocimiento provea de información para alcanzar la competitividad deseada y con ello la excelencia institucional.

Palabras clave: Capital Intelectual, Gestión del Conocimiento, Organizaciones Régimen Disciplinarios.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en el campo empresarial al referirse acerca de los términos vinculantes a la gestión del negocio en la era de la globalización, se muestra entre ellos aprendizaje organizacional, gestión del conocimiento y capital intelectual, por señalar algunas asociadas con el aporte de ideas de la gente en sus espacio de trabajo, convirtiéndose su aplicabilidad en un campo de interés importante en los escenarios de negocios a escala mundial, focalizando la atención de su practicidad en las publicaciones académicas, congresos, jornadas de investigación, sitios webs; además de artículos de negocios en revistas y periódicos, entre otros. Constituyendo, en este sentido un enfoque de investigación novedoso y complejo, cuya gestación se inició hablar acerca de los temas a principios de los años 90 en países como Suecia y Estados Unidos.

Si bien es cierto, alrededor de los referidos temas se observa el interés de su aplicabilidad en los diversos sectores de la economía nacional e internacional de cada nación, por lo que resulta esencial asociarse a procesos de trabajos empresariales como la tecnología de la información, la comunicación, el software, la consultoría de dirección y el mundo de la



información en general. Por tanto, su práctica, representa un marco referencial en los negocios, donde los líderes en distintos sectores, se involucran en proyectos que tratan de capturar y crear nuevos conocimientos en sus organizaciones, a fin de incrementar la capacidad del capital intelectual de su gente.

Por consiguiente se puede inferir entonces , que en los últimos tiempos sin duda el uso de términos como gestión del conocimiento y capital intelectual han ganado espacio en procesos de trabajo , en los cuales las actividades del hombre; además de la enseñanza no escapa de ello, donde se ha incorporado la utilización e información desde el uso del mismo como herramienta de aprendizaje, hasta manejarlo como elemento no solo con fines empresariales sino también de actividades de bienestar recreativo; asimismo el desarrollo del entrenamiento.

Dentro de ese contexto, se debe destacar que, a la enseñanza moderna se le podría atribuir no solo la idea de transmitir conocimiento, sino también formar persona creadora, innovadoras que pueda potenciar sus capacidades, habilidades mediante el aporte de ideas, partiendo de la orientación mediante la utilización de diversos medios y estrategias de enseñanza aprendizaje, siendo el empleo la gestión del conocimiento un patrón referencial coadyuvar la excelencia en el capital intelectual. Sobre este particular, este artículo trata del análisis la gestión del conocimiento como factor integrador del capital intelectual en organizaciones con régimen disciplinario.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO FACTOR INTEGRADOR DEL CAPITAL INTELECTUAL EN ORGANIZACIONES CON RÉGIMEN DISCIPLINARIO

La adaptación de las organizaciones que conforman los diversos rubros de la economía de las naciones conllevan a forjar una economía globalizada mediante el uso de nuevas tecnologías, siendo algunos de los elementos que han hecho que la gestión del conocimiento vaya adquiriendo importancia en los espacios de trabajo donde desempeña la gente sus actividades laborales. Por tanto, el conocimiento, tal como se entiende hoy día, es un recurso que no sólo permite interpretar el entorno, sino ofrece la posibilidad de actuar en diversos contextos desde el aporte de ideas a distancias ilimitables.

Para Dalkir (2005: 3), la gestión del conocimiento es la coordinación deliberada y sistemática de las personas de una organización, su tecnología, procesos y estructura organizacional, para agregar valor a través de la reutilización e innovación. Esta coordinación se logra por medio de la creación, difusión y aplicación del conocimiento, así como a partir de la promoción de valiosas lecciones aprendidas y las mejores prácticas dentro de la memoria corporativa para estimular un aprendizaje organizacional continuo.

Por otra parte, Arbonés y Aldazábal (2005), exponen que la gestión del conocimiento es la activación del mismo en actos, rutinas creativas y comunidades que dan sentido a la información, por ello no es la gestión de contenidos, sino la de su flujo en actos relacionales desde una perspectiva de práctica social. En tanto, se explica que la gestión del conocimiento representa la intervención de ideas en los espacios de trabajo, correspondiendo su acción a un cambio donde se ven involucrados las personas de la fuerza laboral y su entorno, convirtiéndose en lugares de aprendizaje y desarrollo de personas.



Por consiguiente, la función de la gestión del conocimiento se denota de la integración de elementos como planificar, organizar y controlar las actividades relacionadas con el conocimiento, aunado a los programas requeridos para su administración efectiva, dando así un valor agregado desde la información intangible. En efecto, las competencias relacionadas con la gestión del conocimiento deben estar relacionadas con el uso apropiado de las aptitudes intelectivas, de las capacidades mentales, para comprender lo que se hace, con el manejo eficiente, eficaz y efectivo de métodos, técnicas, procesos, procedimientos, con habilidad, destreza, para saber hacer lo que se comprende, en tal caso es utilizarlo con pertinencia en la solución de los problemas complejos.

En ese sentido, se podría establecer que la gestión del conocimiento es un recurso existente en las personas, objetos físicos o no que emplean, pero también en las organizaciones a las que están adscritos, mediante los procesos de trabajos a cumplir como parte de sus roles laborales, los cuales generan un valor agregado a la gestión del negocio en su marco de acción productiva. En tanto vale acotar, que la gestión del conocimiento consiste en optimizar la utilización de este recurso mediante la creación de condiciones necesarias para que los flujos de conocimiento circulen mejor.

Sobre este particular, se infiere que las organizaciones con régimen disciplinarios, este caso instituciones bomberiles la información y el conocimiento, forman parte esencial de los sistema gerenciales al cumplir con los procesos de trabajo, donde ambos aspectos son ineludibles y elementales en el campo institucional, puesto contribuyen a forjar ideas creativas e innovadoras para dar respuesta a las necesidades del entorno pero también adaptabilidad a las nuevas perspectivas de gestionar el desempeño de su gente y con ello la productividad.

Por ello, en la referida institución el capital intelectual, capital humano y relacional se han desarrollado para mejorar la capacidad, eficiencia de respuesta ante la situaciones específicas insertos en actividades vinculantes a la naturaleza de trabajo, mediante el uso de tecnologías de puntas; además de los conocimientos y experiencias de quienes gerencian. Entonces es lógico que cualquier reflexión o acción realizada con o sobre el uso de tecnologías tenga influencia acerca de la calidad de trabajo gerencial y científico en general. Al respecto, aportan Molina y Serra (2007), que en la actualidad hay que optimizar el ciclo experiencia-aprendizaje siendo la clave para reaprovechar al máximo la experiencia acumulada y aprender a gran velocidad, pudiendo estar en condiciones de disponer de nuevas experiencias.

Bajo este enfoque, cabe resaltar que la incorporación de las nuevas tecnologías tanto de información como comunicación en contextos organizacionales sin excluir aquellas con régimen disciplinario, específicamente las instituciones bomberiles ha sido vista como la posibilidad de ampliar los recursos, estrategias didácticas y modalidades de comunicación que puedan ofrecer para el mejoramiento óptimo para el alcance de los objetivos como institución dispuesta al servicio de una sociedad, donde resulta primordial adaptarse a las exigencias del mundo globalizado, por cuanto con ello mejoraría la eficiencia y eficacia de sus procesos de trabajo aunado al aprendizaje organizacional.

En efecto, partiendo de los aspectos planteados en párrafos precedentes para Morín (2006), destaca que el conocimiento del mundo se ha convertido en una necesidad intelectual pero a su vez vital, ya que puede ser entendido en dos direcciones, la primera como un proceso que se manifiesta en el acto de conocer, es decir, la percepción de una realidad, mientras en segundo



un producto o resultado de dicho proceso, el cual se traduce en conceptos, imágenes y representaciones acerca de una realidad.

Según Sveiby (2000), el conocimiento es una capacidad de actuación de cada una de las personas que se va creando de forma continuada con el aprendizaje y que no se puede separar del contexto. Por su parte Drucker (2004), el recurso económico básico y el medio de producción, ya no es el capital, los recursos naturales ni el trabajo, es y será el conocimiento.

En ese sentido, el conocimiento visto como un proceso institucional con régimen, implica la aplicabilidad desde la relación entre dos elementos tanto sujeto como el objeto. Entendiendo el sujeto como la persona que busca, obtiene o posee el conocimiento; mientras el objeto representa el hecho, fenómeno, tema o materia que el sujeto estudia. Por consiguiente, el conocimiento corresponde a un proceso donde se muestra la relación entre el sujeto que conoce; además se percibe mediante sus sentidos, aunado al objeto conocido o percibido en un contexto determinado u explorado en su entorno.

Dentro de ese marco, se explica que la enseñanza en las organizaciones con régimen disciplinarios debe ser más pertinente en el contexto de los graves problemas sociales, económicos, ambientales y culturales del país, por lo que deben contar con gente capaz de ofrecer respuesta a las dificultades generales que enfrenta la humanidad, para ello es particularmente conveniente contar con equipos de trabajo especializados, que permitan subsanar las debilidades que se presentan a diario en los colaboradores, estos valoren a sí mismos, así como los gerentes de la institución.

Desde esa perspectiva, se le atribuye el uso del conocimiento en el campo empresarial sin excluir las instituciones de régimen disciplinario, en especial las instituciones bomberiles, en los cuales debe verse como un principio rector de éxitos, resultando vital gestar conocimientos actualizados desde quienes gerencian hacia sus subordinados, empleando la comunicación efectiva, bajo un proceso de enseñanza- aprendizaje constante dinámicos, interesante y especialmente acorde a las exigencias de los tiempos actuales.

Ahora bien al inferirse sobre el tema de capital intelectual no es un término novedoso, sino ha estado presente siempre en el campo de los negocios, siendo vinculado desde el momento que se inicia la relación con el cliente, a fin de proveer la excelencia en el servicio ofertado, en los cuales anteriormente se le atribuía diversas connotaciones entre ellas fondo de comercio.

Sin embargo, desde hace una década se ha visto como un factor gestor de beneficios en las actividades empresariales, donde el hombre sus ideas, comportamientos, habilidades, capacidades y competencias generan beneficios para permanecer competitivas y estables en el sector donde dispone sus bienes y servicios, entonces se puede esbozar que el capital intelectual, representa la combinación de activos inmateriales que facilita el funcionamiento del negocio, es decir un medio generador de valor. Arbonés y Aldazábal (2005), plantean que el capital intelectual surge de la interacción del capital humano y capital estructural constituido por diversos factores que se consideran intangibles.

Por su parte Medellín (2003) admite que los activos intangibles no tienen existencia material están incorporados en procesos, prácticas, saberes, competencias y destrezas de los individuos, en culturas organizacionales y filosofía de gestión, infraestructura y en elementos de



propiedad intelectual. Entonces se explica, que las instituciones con régimen disciplinario debe propiciar la muestra del capital intelectual mediante ambientes donde se fortalezcan las competencias de su gente, a fin de multiplicar el conocimiento capaz de mejorar la calidad de vida y con ello la calidad de los servicios de sus procesos de trabajo.

Sobre este particular , Edvinsson y Malone (2003),refieren por su parte que el capital intelectual puede ser analizada e interpretada empleado la siguiente metáfora: Una corporación es como un árbol de frutas, donde existe una parte visible, en este caso las frutas y una oculta que son las raíces. Por tanto, si solamente te preocupas por las frutas, el árbol puede morir, entonces a fin de que el árbol crezca y continúe dando frutos, resulta necesario que las raíces se encuentren sanas y nutridas.

En líneas generales, resulta válido para las instituciones con régimen disciplinarios, pues bien si solo se concentran en los frutos los resultados financieros e ignora los valores escondidos, la institución tiende a perder la calidad de su servicio el cual está dispuesto a la sociedad, generando con ello incertidumbre, falta de confianza y credibilidad en su gestión, conllevando a largo plazo a fracaso o bien disminuir la imagen de su servicios de calidad.

De acuerdo a Edvinsson y Malone (2003), el material intelectual, el conocimiento, la información, la propiedad intelectual y experiencia, que puede utilizarse para crear valor. Es fuerza cerebral colectiva, siendo difícil de identificar, aún más de distribuir eficazmente. Pero quien la encuentra y la desarrolla, triunfa. El mismo autor afirma que en la nueva era, la riqueza es producto del conocimiento, donde este conjuntamente con la información se ha convertido en las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes.

En resumen, el capital intelectual en organizaciones sin exclusión de aquellas cuya gestión de trabajo resulta de régimen disciplinaria, constituyen los activos intangibles de la gente los cuales generan un valor o tiene el potencial de generarlo en el futuro en los escenarios de trabajo. En tal sentido, los conocimientos de las personas claves de la institución, la satisfacción de los empleados y de los clientes, son activos que explican en buena parte la valoración, en los cuales el mercado concede a una organización, sin embargo, no se recogen en su valor contable.

En tanto, esta existe un capital que nadie se preocupa por medir e informa en la institución, pero que, sin lugar a dudas, tiene un valor real e identificar y medir el capital intelectual (activos intangibles) teniendo entre sus propósitos convertir en visible un activo que genera valor organizacional. Visto de otra forma, en organizaciones con régimen disciplinario, el capital intelectual, es un concepto poco notable, resultando su aplicación un campo de acción para agregar valor a los procesos de trabajos.

Cabe señalar, que el problema con estos modelos de información intangibles no pueden valorarse mediante unidades de medida uniformes y, por lo tanto no puede presentarse una contabilidad de intangibles propiamente dicha. De cualquier forma, la medición del capital del capital intelectual, permite crear una imagen aproximada del valor de los intangibles de una organización. Lo interesante es determinar si los intangibles de las organizaciones con régimen disciplinarios mejoran o no, si presenta una tendencia positiva.



Por ende, la exigencias en organizaciones con régimen disciplinarios están insertas en un mercado complejo sumido a un sistema globalizado lo cual imponen a las empresas cambiar sus esquemas de trabajo, para la cual deben redefinir su papel y adaptarse a través de la flexibilidad. Esto ha generado que los niveles de subsistema económicos de los países del mundo y específicamente países de América Latina contemplan la modificación de las relaciones laborales.

En referencia puede acotarse, que la globalización es una realidad presente en el mundo, derivándose de ella cambios significativos, en el orden económico, social, tecnológico por lo cual las empresas tienen que definir estrategias empresariales que permitan adecuarse a las exigencias e incertidumbres que día a día se originan en el mercado. en efecto el proceso globalizador conduce que en las empresas excitan cambios técnicos, organizativos, político, de conocimiento, tecnología, administrativos y laborales, dirigidos a alcanzar diferentes metas, tales como la productividad, la calidad del producto, la flexibilidad productiva, la flexibilidad de las relaciones laborales, calidad de servicio, entre otros.

Al respecto Nava y Guerra (2004) señalan que, la globalización ha cambiado la manera de actuar de las organizaciones, ha generado una acelerada búsqueda de prácticas que permita adecuar las operaciones a las nuevas exigencias del mercado, propiciando con ellos un incremento de la competitividad.

Por su parte, el conocimiento es todo lo que se tiene que contribuye a interpretar el entorno y, como consecuencia el actuar en él. Es importante entender el conocimiento no tan sólo como algo que te permite interpretar, o saber, sino tiende la posibilidad de actuar, y esto es lo que quieren las empresas cuando se dedican a la gestión del conocimiento, trascender desde la ideas y aportes generados desde la capacidad de su gente.

De esta realidad no se escapa Venezuela, donde actualmente las organizaciones están interactuando en un medio fluctuante debido a múltiples factores, entre los cuales se puede mencionar el desarrollo e innovación en la tecnología y la globalización, el crecimiento en la oferta y la demanda de los servicios, así como la denominada era del conocimiento, la cual ha transformado drásticamente los métodos en el trabajo; para hacer frente a estos cambios, las organizaciones han realizado ajustes de diversa magnitud en los procesos administrativos y gerenciales, lo que repercute en una mayor productividad, rentabilidad y competitividad, en algunos casos, en la calidad de vida de sus trabajadores.

Sobre este particular, las organizaciones con régimen disciplinarios en Venezuela, específicamente en los instituciones bomberiles el capital intelectual representa el punto de referencia del conocimiento intelectual de ellas, donde la información intangible, no es visible; no está recogida en ninguna parte que posee y puede producir valor. No obstante, se puede presumir, que en Venezuela estas organizaciones están atravesando por situaciones de absorción por parte de la administración de otros entes como consecuencia de la crisis económica, lo que ha conllevado a que para sobrevivir, se han olvidado en la inversión al personal, y con ello los modelos de gestión de conocimiento y capital intelectual.

Es decir que los modelos de aprendizaje organizacional , entre ellos la gestión del conocimiento y capital intelectual, no resulta una prioridad en las instituciones bomberiles, por tanto no estén dentro de sus planes anuales, y en casos por el contrario los realizan,



considerando los proyectos establecidos en la Ley Orgánica de Ciencia y Tecnología (LOCTI) 2012, aunado a los aspectos insertos en el plan de la Nación, donde las organizaciones privadas deben efectuar aportes que coadyuven al bienestar social, desde la gente adscritas a las instituciones públicas esto con el propósito posiblemente de no invertir en desarrollo del personal, sino solo por cumplir con un requisito.

En virtud de ello la sociedad moderna, en particular las organizaciones disciplinarias, viven y se desarrollan de una manera acelerada enfrentándose cada día a fuertes demandas impuestas por medios provenientes de la globalización, los cuales llevan a los individuos a cambiar su ritmo de vida, generando una serie de reacciones tensas y estresantes, las cuales impiden la realización de las tareas.

Como se sabe, el peso del capital intelectual sobre el valor de mercado de una organización con régimen disciplinario como sería la institución bomberil, se dice que es creciente y, por ello los esfuerzos se dirigen a su medición y gestión. El capital intelectual puede subdividirse en categorías. Para Edvinsson y Malone, (2003) comprende el capital humano, estructural, clientela, organizacional, innovación y procesos.

MODELO DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO Y CAPITAL INTELECTUAL

En este sentido, podrían establecer a las organizaciones con régimen disciplinario el modelo de gestión de conocimiento y capital intelectual propuesto por “q de Tobin”, que se podría implementar pues representa una técnica desarrollada por el autor con Premio Nobel James Tobin, este trata acerca de la medición del ratio entre el valor de mercado y el valor de reposición de sus activos físicos. En este particular, las empresas intensivas del conocimiento, como Microsoft, cuentan con valores de “q” superiores a aquellas empresas que están en industrias básicas.

Por lo tanto, otro modelo importante para medir el capital intelectual y gestionar el conocimiento en organizaciones con régimen disciplinarios como son las instituciones bomberiles, se suscribe al modelo Skandia, una compañía sueca de seguros y servicios financieros que la intención de diseñar técnicas y herramientas para medir el capital intelectual humano (CIH), comenzó a mediados de la década pasada a medir el capital humano con el llamado Skandia Navigator. Dicho sistema utilizaba, en principios, dos índices:

El primero de ellos era el Índice del Liderazgo, mientras el segundo hace referencia al índice de Motivación, estos dos indicadores conformaban un sistema de medidas: el Índice de FLINK, creado por esta empresa. El FLINK, se compone de aquellos elementos que cualquier organización considera que contribuyen más con los factores claves del éxito (FCE):

En primer lugar trabajadores y clientes Satisfechos, segundo personal motivado y competente; por ultimo Gerentes Calificados y Eficientes. Entonces en cada una de estas aéreas, se formulan metas y objetivos estratégicos y organizacionales, Skandia pudo establecer la calidad de la gerencia y el nivel motivación de los trabajadores en relación con las metas y los objetivos estratégicos formulados, el índice de trabajadores facultados. Para la implementación de este indicador Skandia contrato los servicios externos del Instituto sueco de Investigaciones de Opinión Pública que realizo la encuesta a los trabajadores.



Por lo tanto los factores de estudios fueron los siguientes: (a) Motivación, (b) Apoyo dentro de la Organización, (c) Responsabilidad, Autoridad para actuar y (d) Competencias. Y se incorporan entonces: Números de trabajadores, Números de Empleados, Números de Empleados con Alianzas, Rotación de Empleados, Promedio de años de Servicios en la Organización, Números de Gerentes, Número de Mujeres Gerentes, Gastos de Entrenamiento, Empleado, Promedio de Edad de los Empleados, Proporción de Empleados Menores de 40 años y Tiempo de Entrenamiento.

Hay que tomar en cuenta que existen otros modelos para medir el capital intelectual y general la gestión del conocimiento en organizaciones con régimen disciplinario tales como: el Canadian Imperial Bank, que estudia la relación entre el capital intelectual, su medición y aprendizajes organizacional, el Euroforum, que pretende ofrecer a los gestores y terceros información sobre el valor de la empresa, trata de acercar el valor explícito de la empresa a su valor mercado, así como de informar sobre la capacidad de la organización para generar resultados sostenibles, mejoras constantes y crecimientos a largo plazo; vincula el capital intelectual con la estrategia de la empresa.

En lo antes expuesto, se ha convertido en un reto para la gerencias de instituciones bomberiles en Venezuela, limitada a una buena creación de la gestión del conocimiento y el capital intelectual, donde las misma tal vez pudieran trabajar en una forma productiva, eficaz y proactiva, en pro de los proceso de gestión de las gerencias. De lo antes expuesto, los gerentes de este tipo de estas instituciones, deben posiblemente dirigir las empresas atendiendo a políticas que incremente la competitividad que permitan la autorrealización, generando tal vez la satisfacción, a través de la gestión del conocimiento y el capital intelectual, mejorando así la calidad del trabajo por medio de la gestión de las gerencia a nivel central y del Estado.

Por tal motivo, es importante entender teóricamente la gestión del conocimiento y el capital intelectual en organizaciones con régimen disciplinarios, se deben caracterizar por proporcionar un servicio público de alta eficiencia, a fin de buscar un crecimiento vertiginoso estructural, funcional y tecnológico para lograr ofrecer un excelente servicio a la sociedad en general.

Por otra parte, los activos intelectuales de las instituciones con régimen disciplinario como son el campo bomberil, representan en gran medida esa capacidad del personal obrero, administrativo y directivo para hacer frente a las nuevas realidades y desafíos. Pues bien en la medida que el personal no disponga de esa capacidad de reaccionar rápida y eficazmente a las nuevas circunstancias de la institución y su entorno pudiese generar problemas convirtiéndose en un campo de crisis.

El personal adscritos a la institución objeto de estudio para continuar siendo productivo y competitivo debe renovar de manera continua sus conocimientos y capacidades de respuesta de su gente, ello genera una nueva posibilidad de negocios en la gestión de los procesos de trabajo en materia educativa, capacitación y entrenamiento destinado a la reeducación continúa para la competitividad institucional.

METODOLOGÍA EMPLEADA

El tipo de investigación fue documental; recurriendo a la técnica bibliográfica, es decir examinando documentos impresos y electrónicos, empleando así como fuente de consulta e



interpretación de aspectos vinculantes a los efectos de la situación objeto de estudio. En este aparte se recurrió a la revisión de autores como: Hurtado (2006), Arias (2006), Méndez (2006); Hernández y Otros (2010) entre otros.

REFLEXIONES FINALES0

La gestión del conocimiento es un conjunto de procesos y sistemas que permiten que el capital intelectual de una organización se incremente significativamente, mediante la gestión de sus capacidades para solucionar problemas cuyo objeto es crear ventajas competitivas, por ello este elemento en las instituciones bomberil representa un punto de referencia al momento de alcanzar la excelencia deseada en los procesos de trabajo y con ello la calidad de servicio a la sociedad.

No obstante, el capital intelectual resulta un valor ineludible para la gestión del conocimiento, el cual se inicia con el reconocimiento de los activos intangibles que hacen que una organización sea eficiente y competitiva, partiendo en todo caso como un factor integrador desde el aprendizaje organizacional.

Por ello, es necesario crear una nueva cultura de Conocimiento dentro de las organizaciones con régimen disciplinarios en general, así como identificar sus fortalezas y debilidades, a objeto de gestionar el conocimiento en ellas y en su gente como parte del capital humano e intelectual con capacidades, competencias e ideas forjadoras de bienestar al servicio de una sociedad sustentable. En líneas generales, el conocimiento es un elemento intangible que nutre el éxito de los propósitos institucionales

Finalmente, se requiere que los líderes en conocimiento denoten que el capital intelectual tiene diferencias reales y que impactan significativamente en: la gestión del talento humano, comportamiento y pensar humano, Desarrollo e innovación en los procesos productivo, en el logro de los objetivos y, en las transacciones interinstitucionales.

Ahora bien se expresa que la gestión del conocimiento promueve cambios en organizaciones culturalmente; por ello para llevar a cabo las organizaciones con régimen disciplinario la gestión del conocimiento, deben adaptarse a los cambios y transformaciones del entorno , debe realizar cinco (5) tareas básicas, de forma integral e integradora: (a) El desarrollo integral de los colaboradores y comunidades, (b) La educación apoyada en procesos tecnológicos o escenarios virtuales (gestión del conocimiento), (c) La construcción del conocimiento, (d) La transformación socio-cultural de su entorno (comunidades), y (e) La innovación y gestión empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arbonés, A. L. y Aldazábal, J. (2005) **K-FACTS: identificación y evaluación de flujos de conocimiento en las organizaciones**. Arrasate, Gipuzkoa. España: Mik, S.Coop.

Arias, Fidas (2006). **El Proyecto de Investigación**. Venezuela. Editorial Episteme. Quinta Edición.

Brooking, Annie (1998) **El capital intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio**. España. Editorial Paidós.



- Conals, Agustín (2003) **La gestión del conocimiento**. Director de los estudios de ciencia de la información de las comunicaciones del (U.O.C).
- Drucker, P.F. (2004). **La sociedad postcapitalista**. Bogotá: Norma.
- Edvinsson, L y Malone. Ms (2003) **El capital intelectual. Como identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa**. Editorial Gestión, 2000.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista; María del Pilar (2010) **Metodología de la Investigación**. México. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A. Quinta Edición
- Hurtado, J (2007) **Metodología de la Investigación**. Venezuela. Fundación Sypal. Editorial Magisterio.
- Pombo, Yaneth, (2011), **Impacto de la gestión del conocimiento en las relaciones Universidad-Comunidad: Aportes desde una perspectiva humanista participativa**, Revista científica digital del centro de investigación y estudios gerenciales. Venezuela, Disponible: [http://www.grupocieg.org/archivos_revista/2-Esp.%20Junio%202011%20\(31-48\)%20JIEGA%20yaneth%20pombo_articulo_id37.pdf](http://www.grupocieg.org/archivos_revista/2-Esp.%20Junio%202011%20(31-48)%20JIEGA%20yaneth%20pombo_articulo_id37.pdf) (Consulta- fecha 13/09/2014).
- Medellín, E (2003) **Capital Intelectual: formación y medición de Valor**. En Asociación universitaria Iberoamericana de Postgrado Gestión del conocimiento: pautas y lineamientos generales. Colombia
- Méndez, Carlos (2006) **Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. Colombia. Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- Molina, José Luis y Montserrat Marsal Serra, (2006). **La gestión del conocimiento en las organizaciones**. España
- Morín, Edgar (2006) **Introducción al pensamiento complejo**. Madrid. Editorial Gedisa.
- Navas López, José Emilio; Guerras Martín, Luis Ángel. (2004) **La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones**. Madrid. Cívitas.
- Sveiby, K. E. (2000). **Capital intelectual: la nueva riqueza de las empresas**. París: Máxima Laurent du Mesnil.
- Trejo, R. (2001): **Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital**. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. N^o 1/ Septiembre- diciembre 2001. Disponible: <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm> (Consulta Feb. 2011)



CULTURA DE INNOVACIÓN COMO PLATAFORMA DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Julettvi Paz

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
japaz2@urbe.edu.ve

Juliana Paz

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
vjuliana_987@hotmail.com

Omar El Kadi

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE
omar@ou.edu

RESUMEN

La presente ponencia tiene como objetivo analizar la cultura de innovación como plataforma de desarrollo organizacional, sustentándose en los postulados teóricos de Bueno (2006), Morcillo (2007), Carballo (2007), Turriago (2002), Koulopoulos y Frappaolo (2000) y Jones (2012), entre otros autores, conforme a un enfoque hermenéutico, con una metodología documental, analítica descriptiva aplicando la interpretación además presenta las perspectivas de los investigadores para darle un enfoque holístico a la temática estudiada. Las conclusiones se orientan a resaltar la necesidad de implementar efectivamente la cultura de innovación, para ello es preciso que las organizaciones se constituyan en estructuras inteligentes que potencien las competencias del talento humano mediante la creatividad e innovación, a través del aprovechamiento del capital intelectual, las tecnologías de la información y comunicación así como las herramientas que contribuyan al desarrollo organizacional resaltando lo humano. Por lo que se debe alinear la referida cultura con la filosofía de gestión empresarial para que los valores, actitudes además de comportamientos sean congruentes con su accionar fomentando la participación, además de la corresponsabilidad para alcanzar el éxito además de convertirse en organizaciones creadoras de valor que permitan la gestión del conocimiento proporcionando ventajas competitivas para fomentar la proactividad, mejora continua, calidad para lograr el aprendizaje organizacional, destacando que la cultura de la innovación es una alternativa efectiva para gestionar el cambio fomentando el pensamiento innovador, por lo que se propone la implementación de un modelo para incorporar una cultura de innovación creando ventajas competitivas mediante el desarrollo de las capacidades del talento humano.

Palabras clave: Cultura de Innovación- Desarrollo Organizacional- Conocimiento.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las organizaciones se ven inmersas en cambios en todos los ámbitos en lo político, económico, cultural, social, medioambiental entre otros, es por ello que se requiere contar con la información pertinente que permita mitigar los riesgos, tomar decisiones oportunas y asertivas, considerando que los referidos cambios son constantes, en función de ello, las empresas deben desarrollar la capacidad de resiliencia, flexibilidad y adaptabilidad que les



permita ver una crisis como fuente de oportunidades para salir de su zona de confort, presentando ideas innovadoras mejorando continuamente atreviéndose a ser diferentes.

En este sentido, se requiere de una cultura innovadora que promueva en el talento humano el pensamiento estratégico, innovador para ello también se hace necesario gestionar el conocimiento para identificar las habilidades, competencias y experiencias del personal con la finalidad de incrementarlos así como potenciarlos.

Se desarrollará las definiciones de la cultura de innovación para introducir cambios en las organizaciones, la creatividad como elemento potenciador de las ideas innovadoras, los elementos esenciales, la alineación de la cultura de innovación con la filosofía de gestión organizacional, el pensamiento innovador como estrategia de creación de valor agregado para producir novedades y conocimientos, construir una mentalidad innovadora, además de la propuesta del modelo para implementar una cultura de innovación creando ventajas competitivas mediante el desarrollo de las capacidades del talento humano.

CULTURA DE INNOVACIÓN

Según Bueno (2006), una cultura de innovación se configura como un conjunto de cualidades en las que resaltan los aspectos relacionados con la toma de decisiones asertivas, seguridad, apertura al cambio, gestión de riesgos, resiliencia, pensamiento creativo, liderazgo, trabajo en equipo, responder a las necesidades de clientes o usuarios y comunicaciones en red que permitan el intercambio de ideas, conocimientos, además de potenciar las habilidades así como las competencias del talento humano, es por ello que su implementación en las organizaciones implica un reto en virtud de que deben propiciarse las condiciones para su desarrollo.

Por su parte Morcillo (2007), señala que la cultura de innovación se refiere a la manera de pensar y actuar diferente a lo convencional, implica comportamientos flexibles para asumir cambios que generan el mejoramiento en el funcionamiento de la empresa, optimización de procesos; de igual manera es preciso destacar la función de la creatividad como instrumento para estimular la innovación, lo que implica cambiar paradigmas tradicionales.

En virtud de estos planteamientos para los autores, la cultura de innovación involucra un cambio en el pensamiento del talento humano de las organizaciones debido a que la filosofía empresarial requiere de un direccionamiento estratégico dirigido a la nueva concepción de establecer una alineación entre la misión, visión, valores, políticas, objetivos y estrategias con los nuevos procesos, proyectos que se asuman para gestionar la innovación para mantenerse a la vanguardia fomentar la originalidad, la participación, la calidad que se traducen en incremento de la productividad, rentabilidad así como la proyección de una imagen y reputación corporativa positiva.

En este sentido, el personal debe de tener una actitud proactiva para aceptar los cambios e impulsarlos de manera consciente e inconsciente, considerando que las organizaciones se encuentran inmersas en cambios constantes relacionados a factores económicos, sociales, culturales, políticos, ecológicos, por lo que la cultura de innovación debe contemplar tanto las necesidades del mercado como las expectativas de los usuarios, clientes y consumidores para generar nuevos productos, servicios y procesos que beneficien a la colectividad.



Es por ello, que se debe comprender que en las organizaciones en la actualidad se requiere implementar una cultura de innovación, para tratar de superar las barreras y limitaciones mentales relacionadas a la resistencia al cambio en la gestión empresarial, a través de un sistema de información y comunicación que conduzca a la interconexión entre departamentos manteniendo una retroalimentación permanente, a través de un clima organizacional armónico con la finalidad que la innovación esté vinculada a la plataforma axiológica de la empresa y se vea reflejada en los valores, prácticas, comportamiento además del compromiso del talento humano para alcanzar los objetivos planteados mediante la gestión de una innovación eficiente, eficaz y efectiva.

A su vez, se debe destacar que la cultura de innovación involucra identificar escenarios y oportunidades de negocio que contribuyan al crecimiento, desarrollo organizacional, fomentando en el talento humano la iniciativa emprendedora, la creatividad, la investigación y desarrollo, para que las empresas se conviertan en líderes, pioneras en el mercado mediante la gestión del conocimiento al aumentar el capital intelectual de los trabajadores, adquiriendo nuevas habilidades, experiencia, saberes que conlleven a la aplicación y transferencia de conocimientos así como al aprendizaje organizacional.

Dentro de este análisis, es necesario destacar que la gestión del conocimiento se constituye en la base fundamental para desarrollar una cultura de innovación, por lo que se requiere de un liderazgo estratégico que promueva la socialización de conocimientos entre el personal, creando condiciones y espacios favorecedores para el intercambio de experiencias exitosas, que permitan que el talento humano potencie sus competencias las cuales facilitarán el desempeño laboral enmarcándose en una gestión competitiva. La gestión de la innovación permitirá que el personal asuma una actitud prospectiva ejecutando acciones desde el presente para alcanzar la visión planteada, a través del trabajo de equipos multidisciplinarios y de alto desempeño.

Estos criterios coinciden con lo planteados por Turriago (2002), quien afirma que una gerencia identificada con la innovación, garantiza la sostenibilidad de las empresas, pues permite altos beneficios, participación progresiva en los mercados y la actualización tecnológica, tanto de los equipos de producción como de las actividades administrativas y gerenciales.

Es necesario señalar los postulados teóricos de Mayorca (2007), citando a Watkins y Marsick quien refiere que la función del aprendizaje organizacional consiste en analizar el proceso desde tres enfoques, el talento humano, la estructura organizativa y la cultura organizacional como factor para promover la cooperación y la conformación de equipos de alto desempeño formando parte de un sistema interconectado que se retroalimenta constantemente, por lo que el autor hace énfasis en los niveles que comprenden el enfoque individual, representado por el aprendizaje continuo y la investigación; el equipo, reflejado en la colaboración de sus miembros; el enfoque organizacional, visto como un sistema integrado y conectado, caracterizado por el empowerment, la dirección estratégica, los cuales permiten llevar una sistematización y productividad en sus actividades de trabajo.

Para los investigadores en las organizaciones modernas e inteligentes, se debe promover una cultura innovadora orientada a incorporar el pensamiento creativo con el propósito de fomentar la gestión del conocimiento, en virtud de ello es indispensable un liderazgo que



establezca acciones, políticas para el intercambio de conocimiento, además de introducir cambios en la gestión tanto en procesos como en servicios.

Con la finalidad de impulsar la cooperación, el trabajo en equipo para garantizar que exista una visión compartida en la consecución de los objetivos organizacionales, por lo que es necesario que el direccionamiento estratégico este fundamentado en desarrollar el aprendizaje del talento humano que va a generar el valor agregado mejorando la atención al cliente, los servicios y elaboración de productos que satisfagan las necesidades y expectativas del públicos meta.

Gráfico 1



Fuente: Paz, Paz y El Kadi (2014)

CULTURA DE INNOVACIÓN COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA INTRODUCIR CAMBIOS EN LAS ORGANIZACIONES

La innovación debe ser considerada como un proceso cognitivo, reflexivo, cambiante, a través de la transformación o mejoramiento de productos o servicios, es por ello que las autoras enfatizan que una cultura innovadora y el cambio se convierten en estrategias para alcanzar ventajas competitivas en el mercado que actualmente se está inmerso en la incertidumbre, sin embargo mediante la implementación de estos elementos potenciadores del talento humano las organizaciones pueden alcanzar el éxito, competitividad, posicionamiento y la fidelización de los clientes.

Para ello es preciso el liderazgo el cual debe estar fundamentado en el plan de negocios con el apoyo de una infraestructura y plataforma tecnológica que permita aumentar la productividad, fomentar la proactividad mediante la alineación de la cultura con los objetivos organizacionales que favorezcan que los valores, actitudes, comportamientos, prácticas, hábitos, tradiciones, puedan adaptarse a la nueva filosofía empresarial promoviendo que el



talento humano conozca, acepte, practique y comprenda la necesidad de implementar cambios y los beneficios que se obtendrán a través de ellos, relacionados al mejoramiento continuo, cursos de formación, políticas orientadas a la gestión del talento humano.

Desarrollando una gestión humana, para alcanzar la satisfacción y bienestar laboral, en donde el personal se sienta valorado, comprometido, con sentido de pertenencia hacia la organización, para ello es necesario una mentalidad, visión innovadora del talento humano, contar con una estrategia bien definida, para identificar, anticipar los cambios en las tendencias del mercado, analizando las preferencias de los consumidores mediante la observación y la experiencia, con investigaciones de mercado para saber que hacen las personas, por qué lo hacen, que les gusta, que problemas encuentran, recolectando además sistematizando información clave para implementar una planificación estratégica para gestionar la innovación.

Por lo tanto el clima organizacional debe propiciar que habilidades, conocimientos, saberes del talento humano puedan convertirse en competencias estratégicas funcionales, para obtener mejoras en los procesos, productos y servicios, al adoptar ideas creativas, incorporándolas en la gestión empresarial, los autores proponen que el sistema de comunicación debe estar caracterizado por un estilo comunicacional asertivo, con información transparente, de fácil acceso así como comprensión para analizar resultados, cifras, que permita la retroalimentación a través de un sistema holístico y complementario, para asumir nuevos paradigmas y lograr convertirse en organizaciones inteligentes.

La cultura de innovación como herramienta estratégica, debe introducir cambios en las organizaciones los cuales requieren ser enfocados, alcanzables, flexibles, comunicables, con objetivos viables y reales, para ello el talento humano debe tener conciencia plena que los referidos cambios involucran vislumbrar oportunidades, tener respuestas rápidas, gestionar el conocimiento, ir más allá de la innovación tecnológica, sistematizando actividades, procesos, buscar nuevas formas de negocio.

De acuerdo a los planteamientos expuestos anteriormente le permitirá a las organizaciones así como al talento humano ir evolucionando con la tecnología mantenerse en una posición privilegiada en el mercado, con una cultura abierta, participativa, proactiva dinámica y flexible, por lo que es un proceso transcomplejo que envuelve a toda la organización y los diferentes grupos de interés para verdaderamente gestionar la innovación y alcanzar el desarrollo organizacional.

En este orden de ideas los argumentos analizados coinciden con el criterio de Ramos (2006), la cultura innovativa promueve la mejora continua así como permite llevar a la praxis las ideas innovadoras generando valor agregado para la organización, en función de estos elementos es necesario fomentar la investigación y desarrollo, que el talento humano desarrolle pensamiento innovador que sirva para crear, construir y producir novedades.

Por su parte Ramírez (2007), señala que los objetivos organizacionales deben lograrse en la forma propuesta y en el tiempo establecido, lo que requiere de una actitud mental abierta que permita adaptarse a los cambios sin ser reactivos sino proactivos de forma que no se produzca resistencia sino que se desarrolle la resiliencia para enfrentarlas situaciones adversas y convertirlas en oportunidades; es por ello que el cambio debe verse como una forma de crear, mejorar y responder con efectividad lo que permitirá ampliar el panorama e identificar mayores



alternativas para resolver problemas. El reto que tienen los gerentes es aplicar estrategias que hagan el cambio como una fortaleza en la organización que el talento humano lo vea como parte del proceso para alcanzar resultados exitosos.

Para gestionar el cambio incluyéndolo como un instrumento de mejora continua es preciso considerar estos ejes fundamentales que deben trabajarse coordinadamente, primero los líderes o la alta dirección deben estar preparados, capacitados y tener experiencia en el manejo de los cambios lo que les permitirá que su direccionamiento sirva para orientar el proceso de introducir nuevos elementos o transformar algunas cosas dentro de la organización debido a que si no se tienen las competencias para gerenciar los cambios no se producirán los efectos que se pretenden, se pueden generar desvíos, retardo, confusiones que lo que proporcionan son desventajas.

También es pertinente determinar si una vez introducido el cambio cumplió con las expectativas, por lo que se requiere mantener un seguimiento y establecer acciones correctivas en caso de que no sean los resultados planificados, lo que implica que el talento humano se familiarice con los cambios que se pretenden implementar, aporten sus ideas y se sientan comprometidos a brindar sus conocimientos, habilidades y experiencias para que el impacto sea positivo.

CREATIVIDAD COMO ELEMENTO POTENCIADOR DE IDEAS INNOVADORAS

Según la perspectiva de Morcillo (2007), resalta que el reto para las organizaciones implica para del proceso creativo a producir innovaciones, destaca que la falta de compromiso así como la desmotivación pudieran ser factores que afecten la capacidad para proponer nuevas ideas, además de la resistencia al cambio por parte de las autoridades que representan una barrera a superar para desarrollar y potenciar el pensamiento creativo e innovador en el talento humano. Este criterio coincide con Fernández (2006), que refiere una cultura innovadora puede no sólo predecir la capacidad de adoptar innovaciones, sino funcionar también como factor crítico en la articulación de la creatividad que todo proceso de innovación requiere, una nueva idea puede constituirse en el punto de partida para una innovación.

Los autores destacan, que la creatividad en las organizaciones implica que el clima organizacional debe ser propicio para fomentar el ingenio del talento humano a través de novedosos conocimientos, para convertir a las personas como agentes de cambios, para ello es necesario líderes innovadores, que inspiren una gestión transformacional, a través del ejemplo el cual debe modelar e impulsar el mejoramiento continuo.

Por su parte Ramírez (2007), destaca que la creatividad en la empresa implica que se proporcionen las condiciones y se fomenten estrategias que permitan su desarrollo para lograr que las ideas innovadoras surjan constantemente, por lo que se requieren cambios en la estructura organizativa y en el direccionamiento estratégico para que se pueda producir un crecimiento sostenible dentro de la organización pero que a su vez represente beneficios para el talento humano, de acuerdo a estos planteamientos es preciso destacar que la innovación tecnológica se convierte en el instrumento para mantenerse a la vanguardia y responder a las necesidades de la sociedad; teniendo una buena plataforma se puede llegar a mayor público, además de que influye en la proyección de la organización, como es percibida y si la gente se identifica con su cultura esto implica una conexión que fideliza al cliente .



En función de estos elementos también se requiere fomentar el espíritu de equipo colaborativo para alcanzar el éxito compartido, pero se debe enfatizar que para lograr integración de todos estos elementos fundamentales y alcanzar una cultura de innovación es necesario un pensamiento estratégico el cual involucra analizar la información para formular ideas, estrategias, planificando las acciones a seguir, lo que implica adoptar una actitud mental consiente evaluando el entorno además de la organización donde prevalezca la congruencia entre el pensar, decir y hacer.

Los aspectos esenciales para desarrollar una cultura de innovación están relacionados a plataforma filosófica, talento humano, conocimiento, flexibilidad, resiliencia, liderazgo, creatividad, autonomía, trabajo en equipo, ideas novedosas, mejora continua, aprendizaje, crear oportunidades, visión común, toma de decisiones, participación, delegación, proactividad, tecnología, infraestructura, clima organizacional, emprendimiento, ser agentes de cambio, curiosidad, investigación y desarrollo, observación, comunicación, planificación estratégica, pero la gestión de innovación deberá estar fundamentada en la ética por parte del talento humano.

Considerando que en algunas organizaciones pudiera ocurrir, que manifiestan que si promueven la creatividad del talento humano pero a la durante la presentación de propuestas, proyectos e iniciativas emprendedoras, algunas veces los líderes las rechazan lo que podría generar el personal insatisfacción laboral, la falta de compromiso y el sentido de pertenencia así como que se trabaje de manera aislada, en virtud de ello las organizaciones inteligentes deben superar estos desafíos para hacerle frente a los objetivos planteados, por lo que la gestión del conocimiento a través de la creatividad representa una herramienta estratégica conducente para desarrollar la cultura de innovación, que permita minimizar la resistencia al cambio en los trabajadores y el personal directivo.

ALINEACIÓN DE LA CULTURA DE INNOVACIÓN CON LA FILOSOFÍA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL

De acuerdo a Shein, Schuler y Amabile (2005), la cultura innovativa en las organizaciones, busca trabajar en función de los cambios que se generan en el entorno para pronosticar y prever las tendencias futuras, de lo que se puede inferir que para mantenerse a la vanguardia además de competitivas las organizaciones deben aplicar estrategias que le permitan la generación de valor del aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento del talento humano que facilite la eficacia, eficiencia así como calidad en productos y servicios mediante la innovación.

En este sentido, se requiere un liderazgo estratégico que sirva de guía para implementar la cultura de innovación, según Comejo (2010), se orienta a que la gestión de esta cultura se operacionaliza mediante el conjunto de conocimientos, prácticas, valores tanto individuales como colectivos que determinan disposiciones y formas de hacer las cosas promoviendo en la sociedad la generación de nuevos conocimientos además de la creación de innovaciones.

El criterio de los autores se orienta, a resaltar que en el contexto empresarial moderno es una necesidad introducir una cultura de innovación para competir en un mercado cada vez más exigente, sin embargo no sólo se debe implementar sino que para hacerlo efectivamente, debe existir congruencia, cohesión, adecuación con la plataforma filosófica de gestión de la organización, en virtud de que no ajustar así como vincularlas se producirían inconsistencias



que se reflejarían en los resultados, por lo que es indispensable amalgamar la cultura innovativa y filosofía de gestión para que los objetivos individuales al igual que las metas empresariales se trabajen conjuntamente alcanzando el éxito.

Los autores destacan, que es necesario trabajar en los cimientos así como la estructura de la cultura de innovación y la filosofía de gestión organizacional para que su talento humano internalice y practique diariamente el pensamiento innovador y creativo, donde el personal está motivado, prestándoles las condiciones e infraestructura para el proceso innovador, brindándoles libertad a todos para proponer cualquier idea, estimulando el pensamiento así como mentalidad innovadora, en consecuencia ser pioneros en revolucionar así como evolucionar continuamente, diversificándose, ampliando su nicho de mercado, expandiendo sus negocios, donde la gestión del conocimiento y el aprendizaje son clave para el desarrollo organizacional, además se ve el cambio como una oportunidad de crecimiento.

Todos, es el número de involucrados que se requiere para que la cultura innovativa se aplique efectivamente se debe integrar al talento humano mediante un esfuerzo coordinado en donde se obtienen resultados extraordinarios, haciendo que la organización pueda innovar pues lo trabaja en su ADN organizacional, reflejando que los trabajadores se identifican con la organización demostrando su compromiso y sentido de pertenencia.

EL PENSAMIENTO INNOVADOR COMO ESTRATEGIA DE CREACIÓN DE VALOR AGREGADO PARA PRODUCIR NOVEDADES Y CONOCIMIENTOS

Considerando el planteamiento de Carballo (2007), el cual refiere que la innovación no es un proceso lineal, sino una espiral, donde se realiza una revisión mental de todos los aspectos desde diferentes perspectivas. El aporte de los autores resalta que para innovar, en las organizaciones se requieren acciones gerenciales que garanticen las condiciones necesarias para desarrollar una cultura innovativa, es por ello que, es indispensable tenerla mente abierta, un pensamiento sistémico y favorecer la gestión del conocimiento mediante la generación de ideas novedosas que se traduzcan en innovaciones de productos, procesos o servicios.

La cultura de la innovación requiere que se involucren estos aspectos, que son complementarios y forman parte del proceso para innovar, todos los elementos que intervienen resultan un componente importante en las estrategias gerenciales dirigidas a fomentar el pensamiento innovador y creativo en el talento humano en la búsqueda de lograr la excelencia, por lo que resulta complejo su aplicación sin embargo esta visión holística de la gestión de la innovación permite que a través del direccionamiento estratégico se impulse comportamientos que favorezcan cambios en las organizaciones, permitiendo lograr ventajas competitivas a través del uso del conocimiento.

IMPLEMENTACIÓN DE UNA CULTURA DE INNOVACIÓN, CREANDO VENTAJAS COMPETITIVAS MEDIANTE EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES DEL TALENTO HUMANO

Cabe resaltar los postulados teóricos de Cano-Arribi (2006), que refiere que la cultura de innovación proporciona a la organización el entorno, los medios necesarios para obtener una capacidad innovadora perdurable y hacer de ella una fuente sostenible de ventaja competitiva, en este sentido, se puede evidenciar que la finalidad de la implementación de la referida cultura



se traduce en una visión holística que le permite al talento humano desarrollar la creatividad, ser innovadores, agregar valor a la organización proporcionando nuevas oportunidades de negocio, potenciando sus competencias para gestionar sus conocimientos y saberes.

De acuerdo a lo planteado por Koulopoulos y Frappaolo (2000), para que la información lograda en una organización pueda considerarse como conocimiento, debe cumplir tres criterios fundamentales, los cuales se orientan de la siguiente forma :promover aprendizajes colectivos, atender a los cambios del entorno incentivando la praxis, por lo que se debe enfocar la gestión hacia una toma de decisiones que permitan desarrollar estrategias creativas e innovadoras que mejoren el desempeño laboral del talento humano.

Por lo que el enfoque de la organización inteligente requiere según Jones (2012), desarrollar e implementar una cultura basada en el intercambio de conocimiento, potenciar el capital intelectual, propiciar el trabajo en equipo, la motivación en el talento humano para que se logre el crecimiento organizacional y personal del talento humano mediante una visión compartida del logro de objetivos.

Por su parte Becerra y Sánchez (2011), manifiestan que el reto gerencial en una organización inteligente es centrar su atención en la dinámica del conocimiento con sus colaboradores, impulsándolos a desarrollar sus capacidades, fomentar en ellos la autorrealización y la capacidad de formarse en conjunto.

En virtud de lo planteado, los autores enfatizan que para implementar una cultura de innovación en las organizaciones se requiere generar un clima o ambiente propicio que estimule la creatividad, intercambio de conocimientos, experiencias así como el desarrollo de competencias así como habilidades del talento humano lo que implica que se garanticen las condiciones, para la infraestructura y la plataforma tecnológica son factores determinantes del éxito, de igual manera se requiere que se ejecuten estrategias que promuevan la mejora continua, ser proactivos, fomentar la investigación + desarrollo para plantearse cambios además de proponer soluciones generando innovaciones que beneficien a la colectividad.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), el diseño de esta ponencia se constituye no experimental, debido a que no tiene como finalidad manipular las variables en estudio, los fenómenos se observan en su contexto natural para luego analizarlos.

REFLEXIONES FINALES

Es necesario implementar efectivamente la cultura de innovación, en virtud de ello es preciso que las organizaciones se constituyan en estructuras inteligentes que potencien las competencias del talento humano mediante la creatividad e innovación, a través del aprovechamiento del capital intelectual, las tecnologías de la información y comunicación así como las herramientas o estrategias que contribuyan al desarrollo organizacional resaltando lo humano, por lo que se debe alinear la referida cultura con la filosofía de gestión empresarial para que los valores, actitudes y comportamientos sean congruentes con su accionar fomentando la participación, además de la corresponsabilidad para alcanzar el éxito.



Lo que permitirá convertirse en organizaciones creadoras de valor que permitan la gestión del conocimientos proporcionando ventajas competitivas para fomentar la proactividad, mejora continua, calidad para lograr el aprendizaje organizacional, destacando que la cultura de la innovación es una alternativa efectiva para gestionar el cambio fomentando el pensamiento innovador, por lo que se propone la implementación de un modelo para incorporar una cultura de innovación creando ventajas competitivas mediante el desarrollo de las capacidades del talento humano.

Para ello es preciso que se diseñen y ejecuten estrategias, políticas así como programas que estimulen la cultura innovativa en función de potenciar el desarrollo organizacional fomentando el aprendizaje, gestión y gerencia del conocimiento, propiciando cambios que incentiven en el talento humano el pensamiento innovador, de manera que se puedan proponer soluciones que beneficien a la colectividad, traducéndose esta cultura en innovaciones en procesos, productos o servicios como elemento diferenciador en el mercado competitivo.

En este sentido, se requiere de un liderazgo y direccionamiento estratégico que fomente el empoderamiento en el talento humano generando una comunicación asertiva, que propicie la conformación, trabajo en equipo de alto desempeño, para repensar y replantear la gestión de la innovación a través de la gestión del conocimiento, mediante cursos de formación continua, comunidades y redes conocimiento que favorezcan el crecimiento personal y profesional de los miembros de la organización con la expansión así como diversificación institucional así como la especialización del personal.

De acuerdo a estos planteamientos, es preciso resaltar que lo complejo de implementar la cultura de innovación en función de todos los aspectos que involucran su aplicación efectiva para que verdaderamente se produzca la gestión de la innovación, por lo que representa un desafío de las organizaciones modernas convertirse en organizaciones inteligentes y con rostro humano, donde los trabajadores participen en el proceso, considerando que la gestión del conocimiento implica el pensar y la innovación el hacer.

Aunado a ello, es fundamental considerar que la pasión creativa como fuente inspiradora para crear, producir y generar ideas permite impulsar la creatividad del talento humano, en función de alcanzar la innovación en los procesos, lo que significaría el desarrollo del talento creativo basado en la aplicación de inteligencias múltiples con la finalidad de lograr la excelencia en el desempeño laboral.

Alcanzar la gestión del conocimiento con pensamiento humanista y holístico va a depender de una toma de decisiones orientada a desarrollar competencias estratégicas a través del aprendizaje colaborativo del talento humano en las organizaciones inteligentes para que promuevan la cultura de innovación para crear ventajas competitivas, valor agregado y lograr la mejora continua así como la calidad en productos y servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Becerra, M., & Sánchez, L. (2011). **El liderazgo en las organizaciones inteligentes. Revista científica digital del centro de investigación y estudios gerenciales**, 1(4) 61-71.

Bueno, E. (2006). *Cultura e Innovación, la conexión perfecta*. Madrid.



- Cano-Arribi, J. (2006). **Como crear una cultura de Innovación en las organizaciones**. Editorial Mc Graw Hill. España.
- Carballo, R. (2007). **Un modelo para Innovar**. Revista Madrid. Volumen 40.
- Comejo, M. (2010). **La importancia de la percepción social de la Innovación**. Octavo congreso Iberoamericano de Indicadores de ciencia y tecnología en Madrid.
- Hernández, R., Fernández C. y Baptista P. (2010) **Metodología de la investigación**. BestSeller (5ta Edición). México. Editorial McGraw Hill.
- Jones, S. (2012). **Employee rights, employee responsibilities and knowledge sharing in intelligent organization**. Employee Responsibilities and Rights Journal. 14(2/3), 69-79.
- Koulopoulos, T. y Frappaolo, k. (2000). **Gerencia del Conocimiento**. Primera Edición. Colombia. Editorial McGraw-Hill. Interamericana.
- Mayorca, R., Ramírez, J., Vilorio, O., & Campos, J. (2007). Evaluación de un cuestionario sobre organizaciones que aprenden: adaptación, validez y confiabilidad. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura. 13(2), 149-164.
- Morcillo, P. (2007). **Cultura e Innovación empresarial**. Thompson Editores. Madrid, España.
- Ramírez, C. (2007). **Creatividad, tecnología y cambio en la gestión administrativa**. Editorial Limusa. México.
- Ramos, C. (2006). **Cultura Innovativa en Universidades Públicas y su vinculación en el entorno socio-productivo**.
- Sabino, C. (2002). **Metodología de la investigación**. Venezuela. Editorial Panapo.
- Shein, Schuler y Amabile (2005). **Psicología en las organizaciones**. Editorial Prentice Hall. México.
- Turriago, A. (2002). **“Gerencia de la innovación tecnológica”**. Guías Empresariales. Alfaomega Colombiana S.A.



FACTIBILIDAD DE LA ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS EMPRESAS PRIVADAS DE CONSUMO MASIVO

Miguel Ángel Robles

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
miguel.robles@urbe.edu

Cira de Pelekais

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
cirapelekais@urbe.edu

Rene Aguirre

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
rene@urbe.edu

RESUMEN

La presente investigación, tuvo por objetivo determinar la factibilidad de la estrategia financiera en las empresas privadas de consumo masivo del municipio Maracaibo. Entre los autores que sirvieron de apoyo a la elaboración del trabajo de investigación, se encuentran Díez y López (2007), Certo (2002), Robbins y Coulter (2005), David (2008), Gitman (2003), entre otros. El tipo de investigación empleado fue aplicado y descriptivo, a través de un diseño no experimental, de campo y transeccional. La población fue finita y accesible, siendo abordada por el censo y estuvo conformada por tres (3) empresas privadas de consumo masivo. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, mediante un cuestionario que contuvo 6 ítems, entre los que se encontraban alternativas de respuestas tipo Likert, el cual fue validado por 5 expertos, con una confiabilidad de 0,56. Los datos fueron analizados utilizando frecuencia absoluta y relativa. En conclusión, se determinó que las empresas de consumo masivo tienen alto cumplimiento en el empleo de estrategias financieras, evaluando la relación riesgo-rendimiento de sus actividades.

Palabras clave: Estrategia, Financiera, Riesgo y Rendimiento.

A manera de Introducción

El mercado económico mundial ha desarrollado una dinámica muy acelerada en los últimos años, en la cual, los constantes cambios y las crecientes exigencias de los clientes ha obligado a las empresas a implementar estrategias empresariales, con el objeto de incrementar sus capacidades financieras, tecnológicas y productivas, para poder responder competitivamente a las demandas globales. De igual manera, el planteamiento de estrategias es hoy en día utilizado por las organizaciones para fortalecerse económicamente.

En tal sentido, la utilización de estrategias financieras, direccionadas a las empresas de consumo masivo se ha expandido rápidamente en los últimos años, debido a que ha sido utilizada como medio para penetrar otros mercados así como para incrementar la capacidad financiera y de inversión, a través de la captación de fondos y recursos. La búsqueda financiera tanto de los fondos como de los recursos es uno de los trabajos más delicados e importantes en una organización. En el caso de empresas de consumo masivo requieren de personal,



proveedores de servicio, insumos, mercancías, soluciones de financiamiento y de tesorería, entre otras cosas.

En el marco de la observación antes descrita, según el criterio de Diez y López (2007) aplicar una estrategia financiera forma parte de las estrategias del tercer nivel o funcionales y se define como la elección de los caminos a seguir para el logro de los objetivos financieros. Bajo esta perspectiva, la estrategia financiera debe estar en consonancia con la estrategia general al igual que con las otras áreas funcionales. Lo antes expuesto, no solo conlleva a centrarse en aspectos financieros sino, también a estar ligada al interés de los accionistas, a los mercados y en la medida de su poder sobre la empresa también debe tener en cuenta tanto a los participantes internos como a los externos.

En referencia a lo antes planteado, se evidencia como las empresas de consumo masivo, buscan emplear estas estrategias para la consecución de sus actividades, a lo cual tratan de determinar la factibilidad de las mismas, así como el grado de pertinencias que pueden presentar ante las situaciones que se pudiesen presentar en el futuro.

A lo cual, estas empresas deben verificar dos elementos importantes para la validación de las estrategias, el primero es rendimiento, para determinar la velocidad de retorno positivo que tiene el emplear estas maniobras, por otro lado el riesgo, con el fin de evidenciar cuáles son las situaciones de peligro o pérdida que se pueden presentar en la puesta en marcha de dichas tácticas.

Razón por lo cual se desprenden, las realizaciones de artículos investigativos que plantean analizar la factibilidad de las estrategias financieras en las empresas de consumo masivo, con la finalidad de llevar a cabo un análisis exhaustivo de las actividades que las componen, tomando en consideración las actividades que se toman para ofrecer a la gerencia información relacionada con las causas de los efectos expuestos a fin de que les permita tomar decisiones cada vez más acertadas.

Desarrollo

Los argumentos teóricos que se presentan en relación con la variable de estudio, la estrategia financiera sirva para una mejor comprensión al objeto de estudio, siendo un soporte fundamental en la investigación, con la finalidad de permitir una mejor comprensión de la problemática presentada.

Estrategia financiera

Según Diez y López (2007), la estrategia financiera es aquella que forma parte de las estrategias de tercer nivel, o funcionales, y se define como la elección de los caminos a seguir para el logro de los objetivos financieros. Por otro lado, Reyes (2008) define las estrategias financieras como aquellas que deberán estar en correspondencia con la estrategia maestra que se haya decidido a partir del proceso de planeación estratégica de la organización. Desde el punto de vista de Certo (2002) los especialistas en finanzas contribuyen a la formulación de una estrategia al valorar el impacto potencial sobre el beneficio de diversas estrategias alternativas, tales como el análisis del valor actual y al evaluar la situación financiera del negocio, lo que conduce a dar respuestas a preguntas fundamentales que impulsan a la elaboración de la mencionada estrategia en una empresa.



Complementa lo expuesto Martínez et al (2012) señalando que el principal propósito de la estrategia financiera es proporcionar a la organización la estructura de capital y fondos adecuados para implantar las estrategias de crecimiento de manera competitiva. Para ello cada área funcional es una pieza de un sistema más amplio, y la coordinación entre las mismas resulta esencial para ejecutar con éxito la estrategia.

Dicho autor establece que la estrategia financiera como elemento del proceso de planificación y gestión estratégica de una empresa, se relaciona en forma directa con la obtención de los recursos necesarios para financiar las actividades del negocio y su utilización en opciones de inversión que contribuyan al cumplimiento de los objetivos expresados en el plan, definición acorde y alineada con la realidad que se percibe en el entorno organizacional.

Factibilidad de las estrategias financieras

Según el criterio de Gitman y Joehnk (2005), la estrategia debe reunir una serie de condiciones para poder responder a las pretensiones de la empresa, debiendo satisfacer con ello, sus expectativas de rendimiento y riesgo. En cierto modo, la factibilidad de la misma, lleva a poner de manifiesto la importancia del destino de los fondos con la esperanza que generaran rentas positivas y su valor se mantendrá o aumentará. Dicho de esta manera, la estrategia financiera deberá combinarse con las otras estrategias de la empresa, tratando de conseguir que la suma de rendimientos-riesgo de todas las partes satisfaga al objetivo de creación de valor.

Establece Francés (2006) además, que cuando un inversionista (ya sea accionista o acreedor) aporta un capital para financiar las operaciones de una empresa, espera obtener como contrapartida un rendimiento lo suficientemente atractivo para compensar el riesgo asumido en ese negocio.

Los recursos financieros en oportunidades pueden ser insuficientes, si estos se equiparan con las opciones de inversión que pudieran necesitarse presentes en el mercado, ante esta problemática, lo inversionistas tiene la posibilidad de elegir entre una variedad las alternativas de negocios, antes de determinar hacia donde enfocarían sus fondos. Dos variables son determinantes al momento de tomar ese tipo de decisiones: el rendimiento esperado en cada negocio, y el riesgo implícito en sus operaciones.

Añade Van Horne (2001), que se debe tener en cuenta cómo evoluciona el rendimiento-riesgo de la actividad de la empresa y sus distintas partes. Es por ello, que la estrategia financiera debe tratar de compensar los desequilibrios que se producen en la actividad no financiera, por ello, debe seguir una evolución contraria, al principio de generar riesgo, realizar financiamiento con capitales propios y a medida que transcurre el ciclo de vida de la actividad, puede abordar estrategias financieras de mayor riesgo, como por ejemplo, endeudándose.

En síntesis, una vez analizadas las definiciones anteriores y con el fin de establecer de forma clara y precisa la determinación de la factibilidad de la estrategia financiera, para el desarrollo particular de esta investigación se considera el planteamiento de Francés (2006) como el más adecuado, puesto que el mismo señala de manera más explícita los aspectos tomados en consideración al momento de definir la factibilidad o no de la estrategia.



Rendimiento

Según Van Horne (2001), el concepto de rendimiento se refiere a los ingresos que se reciben por una inversión, sumados a las variaciones en el precio de mercado. Establece además Gitman y Joehnk (2005), que el rendimiento tiene que ver con la recompensa de las inversiones, recibida como una renta y/o aumento de valor.

Para Moyer, Macguigan y otros (2005), el rendimiento se relaciona con uno de los conceptos más importantes de las finanzas empresariales y se refiere a lo que se espera obtener por encima de lo que se está invirtiendo en el mercado durante un periodo de tiempo estipulado. De este modo, se puede decir, que es un medio adecuado de expresar el desempeño financiero de una inversión.

Sobre la base de estas afirmaciones, la definición de rendimiento hace énfasis en que el proyecto de inversión de una empresa genere suficientes ganancias para recuperar el dinero invertido más unos recursos adicionales para el inversionista, luego de haber incurrido en un periodo de incertidumbre durante la duración del negocio.

Riesgo

Para Gitman y otros (2005), el riesgo es la posibilidad de que la rentabilidad de las inversiones actuales difiera de la esperada. Cuanto mayor sea el rango de los posibles valores o rendimientos asociados a una inversión, mayor es su riesgo. Añade Van Horne (2001), que éste, se define como la variabilidad de los rendimientos en relación con lo que se espera recibir, derivándose con ello, que es más arriesgado aquello que ofrece resultados más variables, sean positivos o negativos.

Por su parte, Moyer y otros (2005), indican que una inversión está libre de riesgos si se conocen con certeza los rendimientos de la inversión inicial. Por lo tanto el mencionado concepto, supone la posibilidad de que ocurra algún suceso desfavorable y se evidencie la variabilidad de los rendimientos esperados.

Finalmente, cabe destacar que el riesgo es sinónimo de incertidumbre, que es la dificultad de poder predecir lo que ocurrirá en el futuro. Sobre la base de esta idea, en esta investigación se toma el planteamiento de Gitman y otros (2005), pues los mismos, explican de forma precisa que las decisiones se toman con una expectativa de ganancias que a posterior se pueden realizar o no.

Metodología

Con el propósito de asignar los lineamientos metodológicos que genera la investigación, a continuación se presentan los medios utilizados como referencia para obtener los datos necesarios y dar respuesta a los objetivos del análisis, los cuales consisten en un conjunto de procesos, técnicas e interrogantes para medir las variables que intervienen en el estudio.

Asimismo, atendiendo a la investigación se tiene un diseño no experimental, transeccional descriptivo, de campo, debido a que la variable, sus dimensiones e indicadores, fueron analizados en su estado natural, sin ser manipulados por los investigadores, son medidos una sola vez, en un momento específico y la información se obtuvo directamente en el lugar donde



ocurrió el fenómeno.

La población estuvo constituida por tres (3) empresas privadas de consumo masivo dentro de la escala de supermercados, Víveres de Cándido, Comercial Reyes y Enne, adscritas a la Asociación Nacional de Supermercados y Autoservicios (ANSA 2011), ubicadas en el municipio Maracaibo del estado Zulia y las unidades informantes fueron 4 personas compuesta por los Gerentes de Tesorería, Contabilidad RRHH y Auditoría, Utilizando como criterio de selección de la población el censo poblacional.

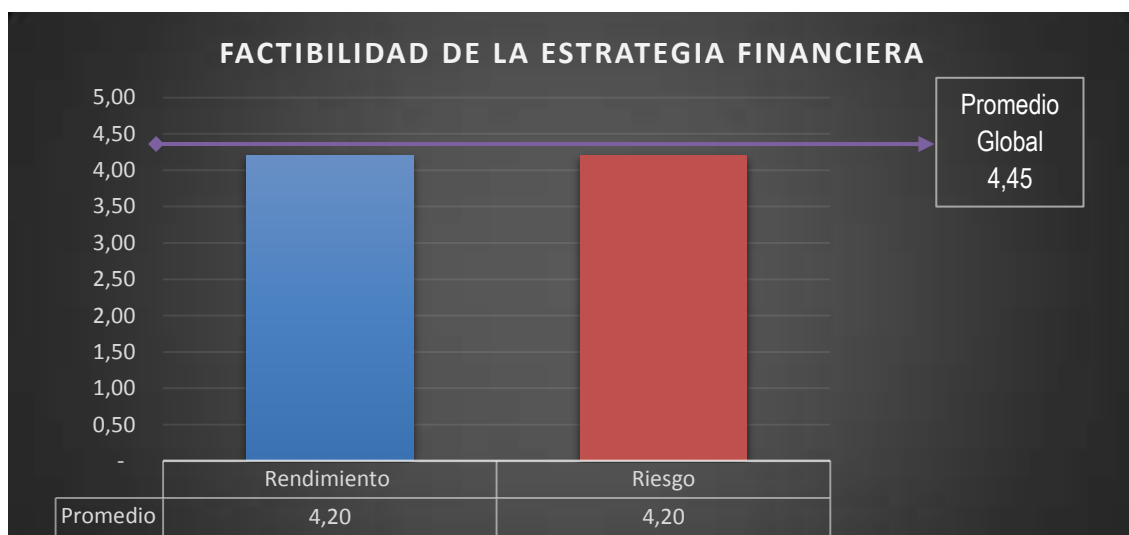
En cuanto, a la recolección de información se diseñó un cuestionario de escala tipo Likert, tipo frecuencia constituido por 6 ítems con cinco alternativas de respuesta: (5) Siempre, (4) Casi Siempre, (3) Algunas Veces, (2) Casi nunca y (1) Nunca. La confiabilidad se determinó mediante el coeficiente Alpha de Cronbach, arrojando como resultado 0,564.

Los datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario se analizaron a través del cálculo de distribución de frecuencia y medidas de tendencia central como la media aritmética. De igual modo, para la interpretación de los valores promedios de la variable, sus dimensiones, indicadores y sus ítems, se utilizó el siguiente baremo para el instrumento de 1 a 2,33 bajo cumplimiento, de rango 2,34 a 3,67 mediano cumplimiento y 3,68 a 5 alto cumplimiento.

Resultados y Discusión

A continuación se exponen y analizan los resultados obtenidos en la presente investigación, analizando e interpretando la información recopilada mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos, contribuyendo de esta forma a la interpretación de la factibilidad de las estrategias financieras según la opinión de las unidades informantes del sector objeto de estudio. Es preciso destacar que para efectos de interpretación se utilizó un promedio de la ponderación, conjuntamente con el baremo.

Gráfico 1



Fuente: elaboración propia



En función de los resultados obtenidos en el gráfico 1, se observa que el rendimiento obtuvo el promedio de 4,20, por parte de los encuestados, donde se evidencia que casi siempre los inversionistas elijen entre diferentes tipos de negocios antes de decidir a donde dirigirán sus fondos, del mismo modo, casi siempre se utiliza el rendimiento como medio de expresar el desempeño financiero de una inversión y se analiza su concepto sumando las variaciones en el precio de mercado, de manera que se defina la factibilidad o no de la estrategia. Por tanto, Gitman y otros (2005), indica que el rendimiento tiene que ver con la recompensa de las inversiones, lo que respalda los mencionados resultados.

En lo que concierne al riesgo, un promedio de 4,20 por parte de los encuestados indicaron que la empresa siempre maneja rangos de los posibles rendimientos asociados a una inversión, lo que conlleva continuamente a medir la variabilidad de esos rendimientos en relación a lo que se desea percibir, tomando también en consideración la evolución del riesgo-rendimiento de sus actividades. Sobre la base de tal afirmación, se está de acuerdo con Gitman y otros (2005), quien señala que el riesgo es la posibilidad de que la rentabilidad de las inversiones actuales difiera de la esperada. Cuanto mayor sea el rango de los posibles valores o rendimientos asociados a una inversión, mayor es su riesgo.

Ahora bien, de los resultados arrojados en la tabla, se puede evidenciar que la factibilidad de la estrategia financiera obtuvo un promedio de 4,45 lo que pone de manifiesto que existe alto cumplimiento de la aplicación de la misma en las empresas privadas de consumo masivo. Por esta razón, Gitman y otros (2005), establece de forma asertiva que la estrategia debe reunir una serie de condiciones para poder responder a las pretensiones de la empresa, debiendo satisfacer con ello, sus expectativas de rendimiento y riesgo.

Conclusión

Luego de analizar y discutir los datos obtenidos a lo largo de la presente investigación, es de hacer notar que en todas las oportunidades, las empresas antes descritas, evalúan la relación riesgo-rendimiento de sus actividades, de manera que se demuestra la medición de la variabilidad de los rendimientos que desean percibir, estando atentos a fluctuaciones del entorno en el que se desenvuelven.

En términos generales, la variable estrategia financiera en las empresas privadas de consumo masivo, está en consonancia con la estrategia global, pues la adopción de la misma está ligada al interés de los accionistas, de los mercados financieros y de las personas involucradas en su desarrollo. Dicho de esta manera, la estrategia financiera abarca un conjunto de áreas claves que resulta del análisis estratégico que se haya realizado, y permite dar respuestas a interrogantes que impulsan el desarrollo de los objetivos planteados.

Referencias Bibliográficas

Certo S.; (2002). **Dirección Estratégica**. Tercera Edición. McGraw-Hill. Madrid- España.

David F.; (2008). **Conceptos de Administración Estratégica**. Décima Primera Edición. Pearson Educación. México.

Diez L. y López J.; (2007). **Dirección Financiera**. Segunda Edición. España.



- Francés A.; (2006). **Estrategia para la empresa en América Latina**. Séptima Edición. Ediciones IESA. Caracas Venezuela.
- Gitman L.; y Joehnk M.; (2005). **Fundamentos de Inversiones**. Pearson Educación. Madrid España.
- Martínez, D; Gutiérrez, A. (2012). **La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral**. Ediciones Díaz De Santos S.A. Madrid. España
- Moyer R.; Macguigan J.; y Kretlow W.; (2005). **Administración financiera contemporánea**. Novena edición. Thomson Editores. México.
- Reyes M.; (2008). **Las estrategias financieras de la empresa**. Primera Edición. La Habana Cuba.
- Robbins S.; y Coulter M. (2005). **Administración**. Octava Edición. Pearson Educación. México.
- Van Horne J.; (2001). **Fundamentos de Administración Financiera**. Décima Primera Edición. Prentice Hall. México.



DOCUMENTOS FORMALES CONTENTIVOS EN LA PLATAFORMA ÉTICA DE LAS EMPRESAS: UNA TRAMA DE VALORES COMPARTIDOS

Jesualdo Hernández
Universidad Popular del Cesar. Colombia
jesu2364@hotmail.com

Cristina Seijo
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
cristinasejoa@hotmail.com

Wilfrido Godoy
Universidad Popular del Cesar. Colombia
Wgodoy60@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo general del presente estudio consistió en analizar los documentos formales contentivos en la plataforma ética de las empresas: una trama de valores compartidos. Nos encontramos en una situación de transformaciones radicales y el proceso tecnocientífico es irrefrenable. Las prohibiciones sólo tienen poder moratorio. Luego no cabe más que una respuesta razonable y éticamente válida: asumir el cambio histórico y hacernos dueños del proceso, dotarlo de sentido ético, humanizarlo, racionalizarlo. Surge de tal situación, el presente artículo, sustentado doctrinariamente en Seijo (2014), López (2002), Robbins (1999), Llano (2001), entre otros. Asimismo, la investigación es de tipo documental, bajo un enfoque no experimental, donde existen amplios basamentos que contribuirán a establecer una combinación de filosofía de gestión fundamentada en la misión, visión y valores de la organización.

Palabras clave: documentos formales, valores compartidos, proceso tecnocientífico.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial existe una creciente necesidad de mejorar la imagen y reputación de las empresas ante el cliente al que se le ofrecen productos y servicios. Dicha necesidad se había limitado a dar una imagen de empresas comprometidas con la sociedad, por sus aportaciones económicas, cuidado del medio ambiente, y respeto por los trabajadores, sin embargo, no se ha dado una verdadera importancia a la ética de las empresas y a los valores que se aplican en las mismas, pues ser solidariamente responsable va más allá.

Las empresas juegan un papel sumamente importante en esta transformación en virtud que son un motor de desarrollo económico y tutores de un gran número de personas, sus colaboradores, por lo que deben ser punta de lanza en la promoción de valores éticos en la sociedad. Una empresa comprometida con la vida, los valores, la salud y el ambiente, se puede considerar como una empresa solidariamente responsable. Las empresas que viven los valores y la ética en su diario actuar pueden transformar el mundo en que coexistimos e interactuamos.



CULTURA Y VALORES DE LA EMPRESA: ELEMENTOS QUE CONFORMAN UNA TRAMA DE VALORES COMPARTIDOS

El término cultura es definido por López (2002), como un conjunto de valores, formas materiales y espirituales compartidas por todos los miembros de la organización y que se transmiten de generación en generación. Esta definición la complementa Robbins (1999) al conceptualizarla como un conjunto de significados compartidos dentro de la organización, donde los valores le dan a la vida humana, sentido y finalidad.

Otra de las definiciones de cultura la propone Milocco (1998), para quien la misma desarrolla una serie de códigos que alimentan o suprimen ciertos tipos de comportamiento, ofrecen a los empleados estabilidad y familiaridad (sentido de pertenencia), además, establecen un telón de fondo que da significado a todas las acciones versus decisiones tomadas por los integrantes de la empresa.

Según Seijo (2014), los conocimientos fundamentados en valores integrantes de esa cultura corporativa se comparten, estimulan y gestionan dentro de la organización para que sea una auténtica comunidad de aprendizaje en forma participativa, no sólo porque se organizan equipos con objetivos comunes desde el principio de su acción, sino porque los resultados corresponden a un liderazgo distribuido, en el que participan todos los niveles de la organización.

En este orden de ideas, al señalar la cultura y su elemento “valores” como variables fundamentales para el desarrollo de las organizaciones, es pertinente traer a colación la variable identidad organizacional, por cuanto es a partir de su identificación que se llega a conocer realmente la cultura de las organizaciones.

La identidad organizacional puede expresarse, según Guédez (2001), con una ecuación muy simple: es el propio ser o ente (lo que existe o puede existir), más su entidad (esencia, forma y valores); en otras palabras, es el conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ente de todos los demás.

Tal como lo señala Llano (2001), la identidad es la que aporta los componentes de la espina dorsal de la personalidad de la organización. En términos formales, en las empresas el elemento identidad debe estar plasmado en la visión, misión, valores y filosofía de acción de las mismas.

En este sentido, estos no son elementos paralelos a las estrategias de la organización, forman parte de un todo, un pensamiento sistémico que tiene un origen y una esencia que la identifica, caracteriza y le establece un comportamiento particular. Son elementos obligatoriamente compartidos por todos, pues, sin su presencia compartida, se desdibuja la unidad de pensamiento y de acción de la organización.

Siguiendo los planteamientos de Etkin (1998), lo que le da coherencia a una empresa es la claridad y consenso de sus metas (fines) y de sus principios (valores), de modo tal que toda organización culturalmente estructurada ha de tener explícitamente definidos dos grandes grupos de valores. En primer lugar, los valores finales, a través de los cuales se determina su visión, es decir, hacia dónde va y su misión vista como su razón de ser; y, en segundo lugar, los valores instrumentales, asociados a la forma de pensar y hacer las cosas, con los cuales



pretende afrontar las demandas de su entorno e integrar sus tensiones internas para alcanzar su visión y cumplir con su misión.

De acuerdo a lo anteriormente establecido, los valores deben estar alineados dentro de la empresa; tienen un sentido muy preciso en cada cultura organizacional y han de arraigarse en la vivencia personal (virtudes) y en prácticas administrativas y gerenciales que buscan resultados objetivos, (rentabilidad, servicio, competitividad, progreso, unidad y consistencia en la proyección de la empresa).

De ahí que, cuando realmente los valores están incorporados a la práctica en una organización, son ellos quienes la dirigen porque se les someten todos en la empresa, empezando por sus directivos. Son el máximo punto de referencia a la hora de la actuación. No son directamente observables en sí mismos porque están involucrados en la acción concreta, debe estar primero, tienen que ser vividos por las personas y luego podrán detectarse en la organización.

No obstante, la ética se ocupa de esos principios y valores de lo considerado deseable, como guía y para la orientación de los comportamientos en una comunidad moral. Se sitúa en la perspectiva del deber ser, en la visión de la función social de las misiones y de los roles de la organización. Es un deber de virtud que está fuera de toda condición o interés externo, porque vale por sí mismo.

En este sentido se puede decir, entonces, que lo importante en la ética no es el hablar de los valores definidos en la plataforma ética de las empresas como predominantes, sino que dichos valores sean operativos; es decir, que se expresen en el trabajo y en los resultados en la persona (vividos consciente y libremente); en la familia (fuente primaria de formación); y, en la empresa (mediante prácticas y hábitos corporativos).

Es así como la ética abarca todos los aspectos del comportamiento humano: es principio que guía una acción y la convierte en social e individualmente benéfica. Tiene su aplicación no sólo en el ámbito individual, sino también en el ámbito colectivo.

El comportamiento ético de los trabajadores, entendido éste como la actuación conforme a los valores definidos en la cultura organizacional, influye en el contenido y la fortaleza de la empresa; por tanto, ello también constituye un campo de aplicación de valores y principios éticos.

MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA: EVOLUCIÓN Y PERFILES FUTUROS DE LA ORGANIZACIÓN ACERCA DE QUIÉNES SON, QUÉ HACEN Y HACIA DÓNDE SE DIRIGEN

Según Thompson y Strickland (1999), para que la directiva de cualquier empresa pueda determinar cuál es su negocio, así como la manera de llegar a él, debe comenzar con el proceso de establecer una dirección significativa que debe ser seguida por la organización y establecer una fuerte identidad organizativa.

Es en este sentido que los autores anteriormente mencionados, definen como visión, la idea que tiene la dirección en cuanto a qué es lo que trata de hacer y en qué se quiere convertir. Según ellos, la declaración de la visión determina la evolución y los perfiles futuros de la



organización acerca de quiénes son, qué hacen y hacia dónde se dirigen.

Por su parte, en la misión, y de acuerdo a los planteamientos de los autores anteriormente mencionados, se exponen las intenciones que tiene la organización de delimitar una posición empresarial determinada. Las declaraciones referidas a la misión de la empresa diferencian a una organización de otra, proporcionándole una identidad propia, carácter y medios para su desarrollo.

Siguiendo el mismo orden de ideas, Toro (2000), refiere que la visión es el escrito donde se plasma la imagen de lo que los miembros de la organización quieren que ésta sea o llegue a ser. Plantea asimismo, el mencionado autor, que la visión es un enunciado a través del cual se expresa hacia donde deben enfilarse sus esfuerzos todas las personas integrantes de la organización. El principal beneficio que produce el señalamiento de la visión empresarial es el impulsar a los individuos que la componen a luchar por un propósito común.

En consecuencia, la misión, visión y valores son los principios rectores de toda organización y tienen como objetivo definir el norte de la organización, lo cual se logra mediante un cuidadoso pensamiento creativo, lógico, singular y único de cada empresa.

LA CREACIÓN DE VALOR EN LOS TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS: UN ALCANCE DE TODOS LOS VALORES QUE LE CONDUCEN AL CRECIMIENTO Y DESARROLLO PERMANENTE

Desde años recientes, los valores éticos han empezado a impregnarse en el acontecer empresarial y se ha experimentado desde entonces un retorno a la espiritualidad, mediante la atención a valores morales que reflejan un comportamiento más integral. Pero este regreso hacia una posición particular no obedece a un signo de carácter religioso puro, sino a un signo exclusivamente empresarial relacionado con el fin último de toda empresa, el cual es el de servir a la sociedad donde se inserta.

En suma, el actuar éticamente no obedece a un puritanismo de los nuevos dirigentes, sino a una necesidad de obtención de mayor valor para sus empresas.

Pero, para Guédez (2001), la consecución del valor económico es uno de los tres valores que buscan alcanzar trabajadores de las empresas, los otros se denominan “valor psicológico” y “valor ético”. Con el valor económico, todos los que hicieron aportes a la actividad productiva reciben su compensación, lo cual les permitirá satisfacer sus necesidades, no obstante, el valor psicológico, quienes participan del proceso productivo logran asimilar el aprendizaje para la toma adecuada de decisiones que afectan a otros, o a ellos mismos, de forma directa o indirecta y, finalmente, el valor ético, se aduce al cambio producido en el interior de las personas, en virtud de los dos valores anteriores.

Estos dos últimos valores son subjetivos, pero su influencia es decisiva para la generación del valor económico. Suponen un costo de oportunidad porque, probablemente, a través de ellos se renuncia a ciertos beneficios en el corto plazo.

En este sentido, cabe destacar que la transparencia se ha constituido en un valor imprescindible para garantizar un desempeño libre de zonas grises y eliminar la opacidad



de las empresas, para tal efecto, se requiere una plataforma ética, la cual sirva para respaldar la actuación socialmente responsable de la misma, pese a los vacíos legales.

De ahí que a partir de años recientes se haya tomado conciencia en que el actuar éticamente sea una necesidad, no porque se prescriba en textos místicos, sino porque con ello se está preparando a la empresa para alcanzar todos los valores que le conducen al crecimiento y desarrollo permanente.

Según lo expresa Rosales (2002), uno de los elementos que establece diferencias entre la gerencia de una gran empresa y la de una empresa más grande es la capacidad para manejar la incertidumbre. Cuanto más se intensifica la globalización de la economía, la incertidumbre sobre los tipos de productos necesarios, sus volúmenes de producción y los ciclos de vida de los mismos, aumenta casi exponencialmente, afectando ello por igual a empresas grandes, medianas o pequeñas.

Por ello, la sencillez del modelo organizativo de las grandes empresas le puede facilitar el desarrollo de ventajas competitivas, pues le permite la formulación de estrategias adecuadas para manejarse en ambientes de alta incertidumbre.

Es por lo anteriormente señalado, que algunos académicos ratifican que el objetivo final de toda empresa debe consistir en prestar servicio a la sociedad (el propio de cada empresa), y en generar rentas suficientes para la satisfacción de todos sus trabajadores, mediante actuaciones que en todo momento y circunstancias sean congruentes con la dignidad de las personas que integran la empresa o están en contacto con ella desde el exterior. Esta es la verdadera razón de la creación de valor en los trabajadores de las empresas.

CONSIDERACIONES FINALES

El hecho que una organización empresarial sea exitosa y competitiva se fundamenta en la calificación dada por su entorno, en virtud de la calidad de los productos y servicios ofrecidos, la satisfacción de las necesidades de sus clientes, capacidad de innovación, generación de credibilidad y confianza, corresponsabilidad con su ámbito interno y externo, entre otros aspectos. Sin embargo, todo esto debe ir unido al uso eficiente del capital y la tecnología de las empresas para garantizar su rentabilidad, productividad, vivencia, convivencia y en última instancia su sobrevivencia en el mercado.

Esta situación según Cortina y Conill (1998), implica grandes retos para las empresas, debido a que ahora no sólo se hace necesario poseer competencias esenciales para posicionarse de manera ventajosa en el mercado, sino que se debe ir más allá, buscando incorporar el elemento ético como instrumento de innovación e imaginación dentro del mundo empresarial, para no sólo generar ventajas competitivas sino además fomentar la apertura de mercados con un poco de imaginación y racionalidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cortina, A y Conill, J (1998). **Democracia Participativa y Sociedad Civil: una ética empresarial**. Colombia: Siglo del Hombre Editores.



- Etkin, J. (1998). **La doble moral de las Organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada.** Editorial Mc Graw Hill. Madrid- España.
- Guédez, V. (2001). **La ética gerencial.** Editorial Planeta Venezolana S.A. PDVSA - CIED Caracas, Venezuela.
- Guédez, V. (2001). **La Ética Gerencial. Instrumentos Estratégicos que facilitan decisiones correctas.** Editorial Planeta Venezolana, S.A. Caracas, Venezuela.
- López, C. (2002). **Los Valores Organizacionales sí Inciden en el Desempeño Corporativo.** Documento en línea. Disponible: www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/25/mbt.htm. Consulta del 20 de mayo de 2014.
- Llano, C. (2001). **El Rescate Ético de la Empresa y el Mercado.** Editorial Trillas. México.
- Milocco, G (1998). **Una Aproximación al Rol Social de la Empresa.** www.monografias.com/trabajos10/roso.shtml. Consulta en línea del 10 de mayo de 2014.
- Robbins, S. (1999). **Comportamiento Organizacional. Teoría y Práctica.** 7ª. Edición. Editorial Prentice Hall.
- Rosales, R (2002). **Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa.** Venezuela: Ediciones IESA, C.A.
- Seijo, C (2014). **Reflexiones de la Bioética en el marco de la corresponsabilidad.** Ediciones Astro Data. Maracaibo, Estado Zulia. Venezuela.
- Thompson, A. y Strickland, A. (1999). **Administración estratégica.** Editorial Mc. Graw Hill. México.
- Toro, C. (2000). **Valores y Cultura Organizacional.** Editorial Mc Graw Hill. México.



LA MECATRÓNICA: PROSPECTIVA ESTRATÉGICA DEL DESARROLLO NECESARIO EN EL ÁMBITO ACADÉMICO.

Álvaro Castellano

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
alvarocastellano67@yahoo.es

RESUMEN

La Mecatrónica, ha surgido durante los últimos años como una de las nuevas especialidades de la Ingeniería, actualmente es definida como una metodología de diseño, para otros es una filosofía, lo cierto, es que la Mecatrónica reviste orígenes en la década de los sesenta siendo tratada como tal por Yaskawa Eléctric company / Takashi Yamaguchi. El mencionado binomio establece que el uso de los criterios Mecatrónicos permite diseñar productos con respuesta más rápida y efectiva, esto, contribuye la llamada robustness del equipo siempre y cuando, se tomen en cuenta otras especialidades como: El Servo Control, La Electrónica, Mecánica, Robótica, Los Sensores, Electricidad, y el Software. En el presente artículo, se realiza un desarrollo sobre la Especialidad de la Mecatrónica y su influencia actual y próspectiva en las Universidades a nivel mundial aspecto, altamente contrastante con la realidad en nuestro país y su necesaria e inevitable adaptación en sectores como el tecnológico, gerencial e industrial en los cuales, el sector académico posee una alta influencia en sus procesos productivos. La metodología utilizada se basó en una investigación documental la cual fue sustentada por una revisión de las teorías planteadas por Ribbens (2008), Bolton (2001), Reyes (2011), Thomson y Strickland (2004), Kayser (1990), Senge (1995), Rodríguez (1994). Se tomó como relevante en esta investigación, las consideraciones sobre el retraso tecnológico en el proceso educativo a nivel superior el cual, debe ser influenciado por las diferentes megatendencias con la responsabilidad de mantener, actualizada a la universidad en cuanto a los cambios tecnológicos del entorno, logrando con ello toma de decisiones, mejoramiento y calidad, en los procesos educativos.

Palabras clave: Mecatrónica, Desarrollo Necesario, Educación.

INTRODUCCIÓN

Las predicciones sobre la utilización de alguna tecnología nos permiten adelantarnos a los acontecimientos que seguramente, tendrán influencia en los sectores económicos, productivos y en general de influencia en el desarrollo de un país, por lo tanto, las organizaciones en todos sus niveles deben estar atentas a las nuevas Megatendencias, para que puedan adaptarse y mantener sus objetivos actualizados en cuanto a un entorno cada vez más cambiante.

Resulta indiscutible que el surgimiento de una tendencia tecnológica marca una pauta en la manera en cómo se comportará un entorno en particular y en tal sentido irrefutablemente, también marca la pauta en los nuevos cambios que deben realizarse en las instituciones para que se mantengan actualizadas, cuando esto no ocurre, entra en vigor el predominio de la obsolescencia y como consecuencia la pérdida referencial de la realidad que los rodea. Toda organización debe asimilar de su entorno para entrar en contacto con las nuevas realidades, esto le permite compararse y por ende establecer estrategias innovadores para lograr eficiencia, competitividad y productividad.



Las Organizaciones Educativas y sus Gerentes deben estar conscientes de su responsabilidad, en el mantenimiento actualizado y necesario de sus ofertas educativas, ya que es allí, donde parten los pilares del desarrollo de un país y por ende es allí, donde deben realizarse las transformaciones de base para propiciar y adecuar dichas transformaciones en los demás sectores con influencia en el desarrollo de una nación. Si bien, una tendencia tecnológica debe obedecer a una predicción sobre una serie de factores tales como: consumo, uso, tiempo, y por sobre todo la necesidad, el autor del presente artículo considera que, la visión académica de la Mecatrónica en Venezuela, no obedece a lo antes expresado, para ilustrar esto, se debe tener en cuenta el bajo desarrollo tecnológico en nuestro país, el cual, no tiene comparación con diferentes países desarrollados ó en vías de desarrollo en el mundo, esto tiene influencia sobre diferentes sectores en el acontecer de la nación, de la misma manera la apatía en el desarrollo tecnológico nacional ocasiona descuido e inactividad sobre el tema de la Mecatrónica y por ende, también tiene réplica en el ambiente educativo venezolano, la razón es, que el mismo no se ve influenciado en términos de los factores claves que marcan las tendencias que ya mencionados: como son: consumo, uso, tiempo y necesidad.

En consecuencia, el propósito del presente artículo es identificar prospectivamente los cambios que pueden realizarse en la estructura de la Organización educativa venezolana, en base a la especialidad de la Mecatrónica su planteamiento y sus bondades así como, una visión estratégica del mejoramiento de la educación superior dentro de un marco globalizado de negocios, que permita ayudar e incentivar las soluciones a la problemática de la innovación tecnológica en los sectores productivos y económicos.

LA MECATRÓNICA EN EL CONTEXTO ACADÉMICO

Para empezar son varias las teorías de algunos autores sobre las que se puede soportar y justificar la inclusión de la especialidad mecatrónica en el ambiente académico sin embargo, en este artículo se tomarán en cuenta las más relevantes que a juicio del autor aportan más sustentación a los planteamientos de la presente investigación. Seguidamente, es imperioso establecer los orígenes de la Mecatrónica y los mismos se remontan hacia los años sesenta en Japón y desde entonces el uso de la mencionada terminología se ha incrementado enormemente conjuntamente con los cambios que produce su implementación mayormente, en los países desarrollados.

Los mencionados cambios en el ambiente científico y de tecnología han ocasionado que el concepto de mecatrónica originado en Japón se encuentre transformado en la actualidad en una nueva rama de la ingeniería. Para Ribbens (2008) “las regulaciones ambientales y la necesidad creciente de mayores ahorros en la productividad han dado por resultado la inclusión de la electrónica” en otras áreas, tal es el caso del sector automotriz pionero indiscutible en el uso de la mencionada especialidad.

En general según Reyes (2011) la Mecatrónica consiste en la integración de dos especialidades la Mecánica y la Electrónica pero más específicamente, la definición va mucho más lejos, y la mayoría de los autores coinciden en que la Mecatrónica es la unificación de varias especialidades de la ingeniería tales como: La Ingeniería Mecánica, Electrónica, Eléctrica, el control inteligente basado en software de computadoras ó automatización, Robótica entre otras.



En lo que se refiere a la Mecatrónica en el contexto académico, de acuerdo a diferentes ranking mundiales, la Ingeniería Mecatrónica es una de las 10 profesiones más futuristas del mundo y mejor pagadas sin embargo, es conveniente afirmar que existe una cierta resistencia a incorporar dicha especialidad formalmente como una nueva área de la ingeniería, así, Bolton (2001) lo refleja afirmando que mientras la nueva especialidad se desarrolla y su uso es extendido en la industria, lo contrario sucede a nivel educativo, donde la mecatrónica sigue identificándose como una integración de fundamentos y criterios de otras ingenierías.

Por otro lado, los profesionales con competencias para la Mecatrónica, tal es el caso del autor, logran la integración del conocimiento con la culminación de varias carreras de ingeniería y la experticia que brinda el campo de trabajo en esas áreas durante muchos años. Como puede apreciarse, la educación superior a través de las universidades debe realizar cambios que van desde la creación de nuevas carreras, Nueva Gerencia, nuevos profesores con desempeño comprobado y experticia además, de la infraestructura necesaria entre otros.

En atención a todo lo expuesto, resulta preocupante la situación en cuanto al desarrollo tecnológico y académico en el país, son pocas las instituciones educativas en Venezuela que ya, con atraso, ofrecen en sus planes de estudio la Ing. Mecatrónica entre ellas se encuentran La Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre, a nivel de pregrado y en postgrado La Universidad Arturo Michelena además, de la Universidad Simón Bolívar todas ellas localizadas fuera del estado Zulia.

Son muchas las características, condiciones y elementos que se plantean para producir un cambio en una organización, en tal sentido una pequeña modificación de una parte de la misma puede ser el comienzo, es por ello que Kayser (1990) asume que los cambios, pueden ser representados por una pequeña modificación en las actividades que día a día, realizan los integrantes de una organización.

En consecuencia los gerentes de las organizaciones educativas, deben estar atentos a los cambios en el entorno, para poder tomar decisiones que los alejen de lo que ya resulte obsoleto o improductivo, en este sentido, Peter Senge (1995) en su libro La Quinta Disciplina, plantea que la universidad como organización educativa, necesita realizar cambios que le permitan dejar de ser una organización acumuladora de conocimiento por demás y al mismo tiempo repartidora de los mismos.

Por lo anterior, la Mecatrónica en el contexto académico, debe formar parte de las actualizaciones en los diseños de los currículos y las actividades de extensión para ello, los profesores tienen una gran importancia, ya que a través de los mismos, pueden darse los primeros pequeños cambios o modificaciones que redunden en una suerte de atajo ante el tiempo ya perdido en lo que respecta al avance tecnológico del país. Con base en lo anterior, según Bolton (2001) es necesaria la presencia de un ingeniero con características y dominio de tecnología en un área específica para poder lograr efectividad en la formación tecnológica.

Con respecto a la situación de las carreras de tipo emergente que es el caso que se ocupa, la mayoría de las personas con experticia en el área en cuestión no se desempeña en su campo laboral, esto es debido a que el sector productivo público así como el privado no tienen la madurez tecnológica necesaria para la captación de dichos profesionales, esto constituye, otra barrera a vencer especialmente en Venezuela donde la Mecatrónica no tiene ninguna



demanda por algún sector. En las mismas condiciones se encuentra el sector académico, en donde no se presentan estrategias para hacer promoción de la necesidad y bondades de dicha especialidad.

Insiste el autor, en la necesidad de realizar esfuerzos para que conjuntamente con la inclusión del perfil en el área académica del Ingeniero en Mecatrónica, se flexibilice la gerencia educativa incorporando en la toma de decisiones al personal docente y de investigación, esto sería un buen comienzo para los primeros cambios a realizar.

VISIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO

En cuanto a la visión estratégica, Thompson y Strickland (2004) establecen que es la tarea principal que debe llevar a cabo una Gerencia estratégica, así mismo, indican que es muy importante conocer las diferencias entre las definiciones de visión estratégica y de misión enfatizando, que la primera se constituye con una ruta o mapa del futuro de la organización mientras que la segunda, está enfocada en la actualidad a través los servicios y productos que ofrece.

Cuando se desarrolla una estrategia su principal basamento está en conseguir los objetivos sin olvidar tomar en cuenta lo actual y lo prospectivo, realizando adaptaciones en la marcha ya que existen condiciones que pueden cambiar en cada sector: la industria, la tecnología, las necesidades del cliente, entre otras. De manera semejante, la visión estratégica del desarrollo de la Mecatrónica pasa por lo expresado anteriormente, y en comparación con otros países esta disciplina considera el autor se ha retrasado demasiado para darse a conocer.

Para ejemplificar tales condiciones, como lo refleja Bolton (2001) usamos constantemente a diario aplicaciones de esta disciplina en equipos tales como: teléfonos, sensores de seguridad, lavadoras, neveras, automóviles también a nivel industrial con aplicaciones a nivel de control automatizado y el uso de robots pero, a nivel educativo es otra cosa, no sucede lo mismo, esto constituye una contrariedad y la misma, es producto de la rigidez de la Gerencia Educativa y de la poca interactividad con el entorno globalizado, lo cual, no permite realizar el ejercicio de la visión estratégica tan necesario en las todas las organizaciones.

En base a lo anterior, Rodríguez (1994), aborda los factores técnicos que podrían también sumarse a las condiciones a tomar en cuenta, sugiriendo, que son los responsables de la información necesaria para el alcance de los objetivos en las organizaciones educativas, incluye los programas y aplicaciones que faciliten el procesamiento de la información, asimismo, computadoras con simuladores refiriéndose al CAD, CAE, CAM, interconexión de redes, entre otros.

Por su parte, los factores ecológicos también los relaciona el autor, no solo a la importancia de la ubicación geográfica de la organización educativa, sino además, a su facilidad para el intercambio con otros entes que proporcionen la información necesaria, de manera tal que, el ente sea el más adecuado y facilite información pertinente al buen desarrollo de la organización, refiriéndose a las fuentes de tecnología tanto en el país como en el exterior.

Por lo anteriormente descrito, la prospectiva del desarrollo de la Mecatrónica pasa por tomar en cuenta una serie de elementos que se encuentran vigentes, en el entorno de la realidad del ambiente académico, partiendo de: la baja oferta de académica, ausencia de políticas, entorno



cada vez más competitivo, ningún tipo de promoción para la especialidad, un desarrollo tecnológico general bajo entre otros, se hace necesario entonces, establecer lineamientos que permitan remontar y superar a corto plazo la cuesta del desarrollo tecnológico.

Por sobre todo, es necesario crear una articulación tecnológica entre el sector que produce en el país y el sector académico, para que el primero cree la demanda y segundo proponga una oferta, también realizar el requerimiento de personal profesional con experiencia multidisciplinaria en Electrónica, Electricidad, automatización, Mecánica, Controles, Robótica que permita la formación con la mayor calidad del Ingeniero en Mecatrónica, mientras tanto, resulta conveniente, habilitar cursos a diferentes niveles: pregrado, postgrado, especializaciones montados en diferentes plataformas: presenciales, virtuales además de, simposios, congresos, seminarios hasta competencias entre los grupos de interés.

Al mismo tiempo, la promoción es importantísima, indicando las ventajas y bondades de la Mecatrónica y los excelentes resultados de su implementación a nivel mundial. Destacando los rankings en donde la Mecatrónica forma parte destacándose, como una carrera futurista y con magnífica remuneración por encima de muchas.

CONSIDERACIONES FINALES

La definición más genérica de la Ingeniería Mecatrónica establece que es una integración de diferentes especialidades que podríamos llamar primarias, con la o reintegración de otras especialidades que se colocan intermedias entre las principales o primarias. Las mencionadas especialidades intermedias, están constituidas por un cúmulo de conocimientos y técnicas, que en otros niveles de preparación educativa son llamadas habilidades transversales. El autor reflexiona y considera que es allí desde la base de la estructura educativa donde debe perfilarse la Prospectiva estratégica del desarrollo de la Mecatrónica. La verificación de lo poco dominio que tienen los bachilleres y profesionales, egresados de las organizaciones educativas en Electricidad, Electrónica, Mecánica entre otras, sobre las habilidades transversales, constituye un aspecto importante a ser tomado en cuenta por Docentes, Universidades y empleadores, como responsabilidad conjunta y poder lograr que el sector productivo, académico y sus actores, sean beneficiados, todo esto en un marco tecnológico de negocios globales.

Por otra parte, es necesaria la flexibilidad de la estructura vertical de la Organización educativa, el autor considera que “aplanándola” se lograría la incorporación de contribuciones al conocimiento de sus propios miembros, como lo son Bachilleres y Docentes, con esto se conseguiría avanzar, hacia un conocimiento integral producto del manejo de nuevas tecnologías, que conllevarían a la adquisición de habilidades acordes, con las exigencias del entorno o mercado laboral.

Para ejemplificar las consideraciones anteriores, se pueden tomar en cuenta en el área de ingeniería, las especialidades de Ingeniería Electrónica e Ingeniería Mecánica, las cuales, se encuentran íntimamente relacionadas en el ambiente automotriz. Desde 1986, con la aparición de la computadora para el automóvil ECU, acrónimo del Inglés Electronic Control Unit la cual, gestiona electrónicamente la mayoría de las funciones mecánicas del tren motriz, esto es: motor, transmisión y chasis, se ha notado, una necesidad creciente de profesionales con habilidades transversales en esa área, debido al incremento en el uso de las ECU y por



supuesto en el avance y desarrollo de la tecnología OBD II.

Es así como, en el marco de las habilidades transversales, que deberían desarrollar los estudiantes de las mencionadas carreras, podrían ser las vinculadas con el manejo de la “Mecatrónica”, área de conocimiento, que les permitirá, atacar las ofertas de empleos en el mercado laboral, relacionado con la actividad automotriz ó convertirse en empresarios de la mencionada actividad. Sobre la base de la función y misión Docente, de permanente contacto con los bachilleres, se fundamenta la creación e inclusión de las “habilidades transversales”, que seguramente darán complemento a la formación aportada por las Instituciones Educativas, produciendo un conocimiento integral.

De la misma manera, Docentes y facilitadores, conscientes de la realidad del entorno, y de la necesidad de una Organización Educativa con gerencia estratégica, producirán de manera paulatina y apropiada los cambios necesarios en el programa de las asignaturas, como primer paso hacia la flexibilización de la estructura educativa. Es conveniente que el Docente tenga la preparación técnica adecuada, pero más aún, debe tener la convicción de que es un ente productivo, que conjuntamente con la institución educativa debe cumplir con los objetivos de productividad planteados.

Ya no son suficientes las competencias técnicas concernientes a cada especialidad, son necesarias, (mientras se transforma el Sistema Educativo) las habilidades transversales, para poder hacer frente al exigente mundo de la competitividad y de las nuevas tecnologías, esto se refiere a todos los ambientes, económicos, productivos y educativos los cuales, deben obligatoriamente tener en cuenta los cambios en el entorno para generar la innovación. La Mecatrónica y las habilidades transversales deben conformarse en una amalgama o mezcla de valores, actitudes y competencias tomando en cuenta los entornos, la economía, la productividad y la globalización de los negocios.

GLOSARIO

CAD: Acrónimo de Computer Aided Desing. (Diseño asistido por computadora).

CAE: Acrónimo de Computer Aided Engineer. (Ingeniería asistida por computadora).

CAM: Acrónimo de Computer Aided Manufacturing. (Fabricación asistida por computadora).

Control Automatizado: Es una especialidad de la ingeniería que se encarga de la regulación de manera automática de algún proceso.

ECU: Acrónimo de Electrónica Control Unit. (Unidad de Control Electronico del Tren motriz).

Habilidades Transversales: Es un término ó definición utilizado para realizar la indicación de la presencia de alguna capacidad no especificada para alguna profesión.

Mecatrónica: Es una disciplina integradora de otras disciplinas tales como, La Ingeniería Mecánica, La Ingeniería Electrónica, La Ingeniería de Sistemas, software, Control Automático entre otras.

OBD II: Sistema de control del tren motriz para vehículos asistido por computadora (ECU) y



sensores, que logra aumentar la eficiencia de los automóviles, evitando la contaminación implementado desde 1996 hasta la fecha. Su antecesor el OBD I fue implementado desde 1986 hasta 1996.

Robótica: Es una especialidad tecnológica que se encarga del diseño, el mantenimiento, construcción y aplicabilidad de los sistemas Robóticos.

Sensores: Un sensor es un dispositivo, capaz de transformar magnitudes de tipo físico como la temperatura, presión, flujo, entre otras, las cuales son variables, en variables de tipo eléctricas o señal.

Servo Control: Es un término aplicado a Motores Eléctricos de corriente continua cuando los mismos puede ser controlados tanto en posición como en velocidad, muy utilizado en Robótica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bolton, W. (2001). **Mecatrónica, Sistemas de Control Electrónico en Ingeniería Mecánica y Eléctrica**. Colombia: Edit. Alfaomega.

Kayser, R. (1990). **Cambio Organizacional**. Colombia: Edit. Mc Graw Hill.

Ribbens, W. (2008). **Electrónica Automotriz**. México: Edit. Limusa.

Reyes, F. (2011). **Robótica, Control de Robots Manipuladores**. Colombia: Edit. Alfaomega.

Rodríguez, Juan. (2009). **“Las competencias transversales de Los profesionistas empleados en los sectores industrial y de servicios”**. X Congreso Nacional de investigación educativa, área 10: Interrrelaciones educación-sociedad. México, SEP (Secretaría de educación pública).

Rodríguez de L, A. (1994). **Aprendizaje Organizacional en un Equipo Universitario de la Investigación**. Revista: Notas de Investigación del Centro de investigación en Educación y Ciencias Humanas.

Senge, Peter. (1995). **La Quinta Disciplina**. España: Ediciones Granica S.A.

Thompson y Strickland. (2004). **Administración estratégica**. México: Edit. McGraw-Hill.



LA JUSTICIA ORGANIZACIONAL: UN FACTOR MULTIFACÉTICO DETERMINANTE EN EL FUNCIONAMIENTO PRODUCTIVO DE LAS ORGANIZACIONES

Álvaro Castellano

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
alvarocastellano67@yahoo.es

Ruth Fernandez

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
ruthfe@cantv.net

José Toyo

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
jtoyo87@gmail.com

RESUMEN

La Justicia Organizacional ha representado en los últimos tiempos una de las mejores maneras de mantener las organizaciones a tono con los constantes cambios de su entorno, el cumplimiento de sus objetivos, y una buena productividad. En el presente artículo, se realiza un desarrollo sobre la justicia organizacional y su influencia en las organizaciones, en sus características, en la adaptación de la gerencia y el mejoramiento en el proceso productivo. La metodología utilizada se basó en una investigación documental la cual fue sustentada por una revisión de las teorías planteadas por Adams (1963), Leventhal (1976), Greenberg y Folger (1983), Bies (1986), Greenberg (1993) y Kennedy (2007). Se tomó como relevante en esta investigación, las consideraciones sobre la Organización productiva la cual, debe expresar su responsabilidad en mantenerse con justicia respecto a los cambios que ocurren en el interior y en el entorno para de esta manera, tomar decisiones que redunden en una mejor calidad con satisfacción para el empleado, que la justicia sea responsabilidad de todos los actores y que su evolución y transformación la reconstituyan cada vez como Organización con justicia.

Palabras clave: Justicia, Organización, Productividad

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la realidad que nos envuelve día a día es una realidad cambiante, los cambios sociales, los cambios demográficos, las nuevas tendencias tecnológicas tienen repercusión económica y de productividad en todos los niveles organizacionales, las instituciones se encuentran urgidas de adaptarse a los nuevos cambios para que se mantengan vigentes en sus objetivos y en las tecnologías para una mejor productividad, cuando esto no ocurre las instituciones y sus esquemas se vuelven obsoletos, pierden la referencia de la nueva realidad que los rodea.

Es por ello, que los gerentes organizacionales, deben mantener contacto estrecho con dichas realidades para alcanzar la eficiencia, la competitividad y una alta productividad. La Organización debe aprender del entorno, este le indicará los cambios y transformaciones que son necesarias para luego, crear las condiciones “Justas” que permitan esos cambios, esto es lo que denominan algunos autores como: “Justicia Organizacional” factor principal de la



productividad en una Organización.

La Organización actual en general, no escapa a la necesidad de cambio, su estructura gerencial rígida, no permite transformaciones, ocasionando por tanto, diferentes problemáticas en su productividad (abandono, desempleo profesional, desmoralización, bajo desempeño, entre otras), los cambios deben provenir de una concepción objetiva del término justicia, que debe imponerse, tomando en cuenta cómo perciben los empleados la justicia o lo justo en determinada organización. En consecuencia, el propósito de la presente revisión documental es identificar los aspectos más relevantes que deben tomarse en cuenta en la estructura de la Organización justa, su planteamiento y sus bondades como una panacea a la problemática de la productividad en la organización.

LA JUSTICIA EN LA ORGANIZACIÓN, CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS

Son muchas las características, condiciones y elementos que se plantean para definir una organización con justicia, en tal sentido una aproximación pequeña podría ser la visión que tienen sus integrantes de la forma en que es tratado el personal, factor que influye directamente en la eficiencia del trabajo y en las interrelaciones que deben darse entre el empleado y el que emplea, aspecto ampliamente tratado por Bies (1986), se puede afirmar que la justicia es el acicate de las buenas relaciones y de manera contraria la injusticia disuelve hasta el más mínimo lazo que haya existido.

En consecuencia los gerentes de las organizaciones, deben estar atentos a los cambios en el entorno, para poder tomar decisiones “Justas” que los alejen de lo que puede resultar improductivo; ante esta situación, la salida es la aplicación la Justicia Organizacional, por ello es conveniente recalcar, que la justicia y la productividad en una organización van de la mano y esto requiere de un contacto estrecho con la dinámica de los empleados para poder captar sus comportamientos, avances, aportes y sentimientos para de esta manera dar respuesta adecuada a los mismos.

En este sentido, Adams (1963), plantea que las organizaciones con justicia son lugares en los cuales se tiene en cuenta el impacto que producen las maneras de pensar, de percibir sus miembros: la aplicación de la equidad donde, la pretensión colectiva queda en libertad y las personas juntas continuamente se comparan unos con otros, aprenden a establecer patrones, es allí donde Adams en estos principios de comparación logra formular la llamada “Teoría de la Equidad” por lo tanto, la mencionada teoría plantea que las personas establecen una fórmula comparativa cuyas variables son los beneficios obtenidos de su trabajo (sueldo) y la otra variable los aportes en la ejecución de la actividad del puesto (nivel educativo ó experiencia).

Por lo anterior, de la misma manera comparan los resultados de la fórmula con los resultados de la fórmula de los otros compañeros. Al ubicarse los resultados de manera parecida se percibe dentro de la organización un sentimiento de satisfacción y si los resultados son diferentes se percibe un sentimiento de enojo, insatisfacción y en términos de la teoría un sentimiento de inequidad.

De todo esto se desprende, que la justicia organizacional, debe estar conformada por la integración de una serie de elementos entre los que se encuentra las actitudes, los valores, los conocimientos, las habilidades o Competencias, que contribuyan a la evaluación total de un



individuo independiente, con capacidad de producción para sí mismo y para la organización.

Es por ello, que toda organización que se defina como justa, debe poseer unas características que el mismo autor sugiere, se tiene así que deben ser Organizaciones reactivas, dado que los directivos y el personal están predispuestos a reaccionar en presencia de inequidades en contraparte con los beneficios recibidos.

Las presenta como Organizaciones proporcionales, ya que plantea que la aplicación de este método equitativo incrementa proporcionalmente las consecuencias de su utilización esto es: cuando se presentan las inequidades se generan tensiones en el empleado si el mismo se encuentra en demasía compensado, tratará de aliviarlas por medio de un mayor esfuerzo, de manera inversa, si esta subcompensado seguramente el esfuerzo será menor. No existe solamente una teoría aplicable a la justicia organizacional existen otras, aunque todas obedecen a los orígenes de la justicia organizacional difieren en su planteamiento y por supuesto en el tipo de resultados.

Continuando con otro autor, Leventhal (1976) en su aproximación contributiva de la teoría a la justicia organizacional, difiere de Adams en cuanto a que cambia la "Reactividad" por la "Proactividad" de esta manera plantea Leventhal (1976) que se pueden utilizar varias formas de control sobre la justicia en las organizaciones y no solamente la equidad. Una de ellas es la "Distribución igualitaria" el autor, caracterizando las Organizaciones que promueven la anterior teoría diferencia que en estas organizaciones se verifica la permanencia de la armonía entre sus participantes, mientras que en las organizaciones equitativas con beneficios proporcionales al logro, los participantes tienden a mejorar su desempeño.

Insiste el autor, en que estas características facilitan a la organización pretender un número considerable de Ventajas, relacionadas con los integrantes de la empresa, facilita la Toma de decisiones más informadas, y por lo tanto con mayor posibilidad de éxito, finalmente permite el intercambio constante de información entre los miembros de la empresa.

Es importante destacar y considerar que todos los miembros de la organización son elementos valiosos, que si además son tratados de manera justa están en la capacidad de aportar mucho más de lo esperado, pueden comprometerse con la visión de la organización, adoptarla como propia y actuando con total responsabilidad; en este sentido, son aptos para tomar decisiones, de enriquecer la visión de la organización a través de su creatividad, reconociendo sus propias cualidades y limitaciones aprendiendo a crecer a partir de ellas. Además, trabajan en equipo con eficiencia y creatividad de manera innovadora.

LA DIMENSIONALIDAD DE LA JUSTICIA Y LA PRODUCTIVIDAD

En cuanto a las Dimensiones de la Justicia Organizacional, están conformadas por una serie de divisiones, formas o tipos que contienen subdivisiones y que son el resultado del desarrollo que han logrado los estudiosos sobre este tema, para Adams, y su Teoría de la Equidad, se logra una evolución hacia la dimensión de La Justicia Distributiva (Distributive Justice) la cual consiste en la percepción de la justicia o injusticia que el empleado tiene de acuerdo a la distribución de beneficios en comparación con otros compañeros, promoviendo el desempeño. .

Se distingue una segunda dimensión llamada la Justicia de los Procedimientos (Procedural



Justice) la misma es procedimental y se ocupa del proceso o normativa para el análisis de la distribución de los resultados, su aplicabilidad, tiene que ver con las políticas, estándares, notificaciones, normas supervisorias entre otras. Los autores Greenberg y Folger (1983) enfatizan en la necesidad del llamado “Proceso Justo” o como garantía en concordancia con la justicia organizacional. En base a lo anterior, aborda los factores técnicos, sugiriendo que son los responsables del tipo de información necesaria para el alcance de los objetivos organizacionales, incluyendo a los programas y aplicaciones que faciliten el procesamiento de la información.

Por último, se encuentra la Justicia Interaccional con campo de acción en el ambiente interpersonal, lo cual tiene que ver con la falta de respeto, abusos, desconsideración, acoso de cualquier tipo, entre otras. Por su parte, relaciona el autor, Greenberg (1993) dos subdimensiones que respectivamente son: la Justicia interpersonal con especial énfasis en la relación entre el supervisor y el supervisado además, de la Justicia Informativa relacionada con la calidad y cantidad de información que se le da al empleado para minimizar las tensiones en el cumplimiento de su trabajo.

Al mismo tiempo, es de importancia la ubicación geográfica de la organización, además de la facilidad que se tiene para el intercambio con otros entes que proporcionen la información, de manera tal que el medio sea el más adecuado y facilite la información pertinente para el buen desarrollo de la organización. También, Greenberg (1993) con respecto a los factores organizacionales, los plantea haciendo referencia a las características del sistema de tareas, armonía y adecuación de los objetivos de la organización, especialmente, a los intereses de sus miembros, entendidos estos como la estructuración de un sistema integrado de roles o papeles que permite el desarrollo armónico de las tareas.

Dentro de los factores organizacionales, un grupo se encuentran asociados a la introducción de cambios y a aprendizajes organizacionales que ayudan a mantener un equilibrio justo en la organización. Otro importante grupo de factores, donde se encuentran los problemas de comunicación, la alta rotación del personal, los conflictos internos, las relaciones humanas, que pueden desestabilizar a la organización, desviar los cursos de cambio hacia direcciones no previstas; en este sentido, estos presentan una elevada incidencia sobre la capacidad de la organización para establecer justicia..

Por otra parte, cuando la Justicia Organizacional comienza a dar sus resultados se comienza a observar importantes cambios en la cultura de la organización, primero la gente conoce la misión de la organización, compartiendo los objetivos y manifestando una fuerte energía hacia sus logros, segundo, la gente se siente libre de identificar y exponer las dificultades, ya que entiende que los problemas se discuten y es optimista en la solución planteada, en tercer lugar, trabajan informalmente cuando ataca los problemas sin preocuparse por el status, ni por lo que piensan los altos jefes, en el entorno no se tolera la conducta conforme, aquí es más importante la respuesta oportuna.

Una organización está constituida por una inmensa cantidad de personas e instalaciones físicas, con una gestión soportada, por autoridades y presupuesto para garantizar su funcionamiento; de la misma manera, y en igual proporción, es necesario que dicha organización responda y sea altamente productiva. Para ello, el cumplimiento de sus objetivos sin desviación alguna, debe constituir su principal prioridad. No puede seguir justificando las



deficiencias en su productividad, a problemas de índole interno y externo que ya son conocidos, si no, tomar acción con el compromiso y responsabilidad que el reto amerita y este es, mejorar y desarrollar la gerencia organizacional, para lograr obtener mayor productividad en todos los niveles.

La toma de decisiones justas en lo que a gestión se refiere, juega un papel importante en cuanto a la solución de diferentes problemáticas, lo que redundará en una mayor productividad. Por supuesto, esta toma de decisiones debe realizarse en el nivel de actuación que corresponda, de manera esencial está la labor del supervisor, fundamental elemento en la productividad, su función será la de líder entre sus subordinados, y tendrá la posibilidad de generar cambios productivos en la organización.

De otra manera, puede aseverarse, que un coordinador como líder, debe poseer características especiales que propicien un clima organizacional “justo” ya que todo lo contrario sería la antítesis de su labor. Con respecto a lo anterior, no es menos cierto que la meritocracia cuida de ello ya que, corrobora la teoría empírica que dice: a buen supervisor, buenos supervisados por lo tanto, las organizaciones deben estar atentas en las evaluaciones y recompensas para que el compadrazgo, la adulancia y el interés malsano no creen conflictos de intereses.

En consecuencia, los líderes de acuerdo con lo que indica Kennedy (2007), deben manifestar y demostrar compromiso continuamente, su compromiso genera compromiso en sus liderados, produciendo un sentimiento de urgencia que los motive ó lleve a las acciones. Además, es imperante, establecer una visión de futuro con metas de horizonte claro, más aún, es muy difícil propiciar un mejoramiento a base de cambios si no existe compromiso en los líderes.

Para Kennedy (2007), de manera contundente, el entorno de las organizaciones realiza la definición de nuevos retos, metas y estas, las responsabilidades personales, pero no existe mayor reto que el de alinear las expectativas personales de los empleados con la visión de la organización de manera justa.

CONSIDERACIONES FINALES

La Justicia Organizacional constituye un pilar fundamental en la productividad, los estudios señalan que la percepción de un tratamiento organizacional con justicia produce en los empleados un cambio significativo en su comportamiento que redundará en un aumento de su productividad y por ende en la productividad de la organización. Todo gerente debe considerar que solo se logra productividad si la misma se obtiene a través del compromiso de sus trabajadores, ese mismo compromiso, debe ser creado por medio de políticas de piso firme, ancladas desde el principio de la relación laboral sobre la Visión, Misión y valores de la organización.

Otra consideración muy importante, es que la organización debe cuidar de la satisfacción de sus empleados, por lo general esto tradicionalmente es logrado por correctas políticas de meritocracia, concepto y aplicación por cierto, muy bien manejado por las grandes corporaciones en el mundo y de comprobados resultados. La meritocracia es una forma de retribuir proporcionalmente dentro de lo posible, los aportes generados por el trabajador a lo



largo de su actividad laboral, con ello, se obtienen altos niveles de satisfacción creándose mayor compromiso, mayor responsabilidad y mayor productividad así, sucesivamente como suerte de locomotora cuyos vagones interconectados arrastran el uno al otro, hasta que por meritocracia, el empleado sube al siguiente nivel, haciendo carrera y permaneciendo en la organización.

Por otro lado, analizando desde el punto de vista del ambiente organizacional, cuando se establece la justicia dentro de las organizaciones, la adaptabilidad y sincronización del empleado a las mayores exigencias ocurre de manera gradual y sin problemas, es la respuesta natural hacia la seguridad de ser recompensado proporcionalmente, por sus contribuciones a la organización y la certeza de que se está transitando por una vía expedita hacia el éxito, incrementándose cada vez más el rendimiento.

Continuando con la analogía mencionada por el investigador en relación con una locomotora y sus vagones, otro resultado de la aplicación de la justicia organizacional es el sentimiento de pertenencia, vagón ó dimensión que resulta de un comportamiento aprensivo del empleado generado por lo que quiere, respeta y ama. Al sentir el empleado la organización como suya, trae beneficios y controles comprobados que redundan en todo tipo de activos, entre los cuales podemos mencionar: Erradicación de prácticas delincuenciales, robo, sabotaje, comercio ilícito, mercadeo secundario en fin.

Como consideración final, el investigador considera que, cuando una organización trata de mejorar sus procesos y su productividad son necesarios varios elementos claves ineludibles, en primer lugar: un individuo adecuado para cada función, con todas las consideraciones ya expuestas con anterioridad que resumidamente consisten en: identificación con visión, misión y valores además de compromiso y sentido de pertenencia.

Otro de los elementos es, la generación y propagación de la información necesaria que deben manejar los empleados con entusiasmo de manera ejemplarizante pero enérgica, esta información incluye como se aplican las reglas del juego en cuanto a evaluaciones, meritocracia, normas y sanciones de manera clara por supuesto este papel corresponde a personas que ocupan los cargos directivos o de liderazgo.

La confianza, se debe partir del principio que el empleado trata de realizar un buen trabajo por lo tanto, la organización debe hacer sentir al empleado que lo está logrando, de esta manera, las personas darán lo mejor de sí mismas, pero por sobre todas las cosas: el principal elemento, es el reconocimiento de todos sus éxitos con la seguridad del establecimiento y aplicación de la justicia organizacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adams, J. S. (1963). **Teoría de la equidad en el trabajo**. Disponible en <http://www.cdrcp.com/pdf/Equity Theory on Job Motivation.pdf>. (Consulta: 2014, Sep 10).
- Bies, R. J., & Moag, J. S. (1986). **Interactional justice: Communication criteria for justice**. In B. Sheppard (Ed.), *Research on negotiation in organizations* (Vol. 1, pp. 43–55). Greenwich, CT: JAI Press. Disponible en: [http://books.google.co.ve/books?id=KQU_nqwIjv4C&pg=PA48&lpg=PA48&dq=Bies,+R.+J.,+%26+Moag,+J.+S.+\(1986\).+Interactional+justice:+Communication+criteria+for+justice.+In+](http://books.google.co.ve/books?id=KQU_nqwIjv4C&pg=PA48&lpg=PA48&dq=Bies,+R.+J.,+%26+Moag,+J.+S.+(1986).+Interactional+justice:+Communication+criteria+for+justice.+In+)



[B.+Sheppard+\(Ed.\),+Research+on+negotiation+in+organizations+\(Vol.+1,+pp.+43%E2%80%9355\).+Greenwich,+CT:+JAI+Press.&source=bl&ots=v57WqNrBJo&sig=y7bzxK09ePmCFAvuNPhegg3Ss78&hl=es&sa=X&ei=WVjU9C9COuxsATvhYGYDQ&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=Bies%2C%20R.%20J.%2C%20%26%20Moag%2C%20J.%20S.%20\(1986\).%20Interactional%20justice%3A%20Communication%20criteria%20for%20justice.%20In%20B.%20Sheppard%20\(Ed.\)%2C%20Research%20on%20negotiation%20in%20organizations%20\(Vol.%201%2C%20pp.%2043%E2%80%9355\).%20Greenwich%2C%20CT%3A%20JAI%20Press.&f=false](http://www.andidas.com/academic/lse/CompleteSummaries.pdf). (Consulta: 2014, Sep 10).

Greenberg, J. (1993). **The Social Side of Fairness: Interpersonal and Informational Classes of Organisational Justice.** Disponible en: <http://www.andidas.com/academic/lse/CompleteSummaries.pdf>. (Consulta: 2014, Sep 11).

Greenberg, J, Folger, R. (1983). **Procedural justice, participation, and the fair process effect in groups and organizations.** Disponible en: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4612-5578-9_10#page1. (Consulta: 2014, Sep 11).

Kennedy, M. (2007). **El desarrollo de productos en Toyota.** Barcelona. Edit. Deusto

Leventhal, G. S. (1976). **Justice in social relationships.** In J. W. Thibaut, J. T. Spence, & R. C. Carson (Eds.), *Contemporary topics in social psychology* (pp. 211–240).

Morristown, NJ: General Learning Press. Disponible en: [http://books.google.co.ve/books?id=oyXZ5IM0J8MC&pg=PA254&lpg=PA254&dq=Leventhal,+G.+S.+\(1976\).+Justice+in+social+relationships.+In+J.+W.+Thibaut,+J.+T.+Spence,+%26+R.+C.+Carson+\(Eds.\),+Contemporary+topics+in+social+psychology+\(pp.+211%E2%80%93240\).+Morristown,+NJ:+General+Learning+Press.&source=bl&ots=QgNKqUE_c1&sig=BqoxekxbWj2IX1ZQr4tXkpJHxg&hl=es&sa=X&ei=I0djU5q5E7SmsASHjICgCg&ved=0CCgQ6AEwAA#v=onepage&q=Leventhal%2C%20G.%20S.%20\(1976\).%20Justice%20in%20social%20relationships.%20In%20J.%20W.%20Thibaut%2C%20J.%20T.%20Spence%2C%20%26%20R.%20C.%20Carson%20\(Eds.\)%2C%20Contemporary%20topics%20in%20social%20psychology%20\(pp.%20211%E2%80%93240\).%20Morristown%2C%20NJ%3A%20General%20Learning%20Press.&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=oyXZ5IM0J8MC&pg=PA254&lpg=PA254&dq=Leventhal,+G.+S.+(1976).+Justice+in+social+relationships.+In+J.+W.+Thibaut,+J.+T.+Spence,+%26+R.+C.+Carson+(Eds.),+Contemporary+topics+in+social+psychology+(pp.+211%E2%80%93240).+Morristown,+NJ:+General+Learning+Press.&source=bl&ots=QgNKqUE_c1&sig=BqoxekxbWj2IX1ZQr4tXkpJHxg&hl=es&sa=X&ei=I0djU5q5E7SmsASHjICgCg&ved=0CCgQ6AEwAA#v=onepage&q=Leventhal%2C%20G.%20S.%20(1976).%20Justice%20in%20social%20relationships.%20In%20J.%20W.%20Thibaut%2C%20J.%20T.%20Spence%2C%20%26%20R.%20C.%20Carson%20(Eds.)%2C%20Contemporary%20topics%20in%20social%20psychology%20(pp.%20211%E2%80%93240).%20Morristown%2C%20NJ%3A%20General%20Learning%20Press.&f=false). (Consulta: 2014, Sep 13).