



Universidad Libre
Seccional Barranquilla

Dictamen LIBRE

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



**UNIVERSIDAD
LIBRE®**

Revista _____

Dictamen Libre

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Dictamen Libre es una Revista Científica de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Barranquilla, de circulación nacional e internacional, la cual ofrece sus artículos en formato libre (Open Access). Se concentra en publicar artículos inéditos de investigación, reflexión y revisión en el área de ciencias económicas, administrativas y contables; con el compromiso que se asume ante la sociedad de ser propositivos a las circunstancias y a los momentos en que se encuentra la economía, y por consiguiente la convergencia de la información financiera.

La publicación de los artículos está sujeta a los criterios del comité editorial y la evaluación de los pares científicos.

Se respeta la libertad de expresión, de ideas y teorías de individuos y grupos de investigación académicos y científicos.

Las opiniones expresadas por los autores, el uso de fotografías, gráficos e imágenes, son independientes y no comprometen a la revista ni a la universidad.

El material de esta revista puede ser reproducido o citado con carácter académico citando la fuente.

Universidad Libre
Apartado aéreo 1752 Sede Principal de Barranquilla
Km. 7 antigua vía a puerto Colombia
Barranquilla, Colombia
América del sur

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
Teléfono: 3673800 Ext. 316
Correo electrónico:
dictamenlibre.baq@unilibre.edu.co
coordinacioneditorial.baq@unilibre.edu.co
liliam.mendozav@unilibre.edu.co

Diseño, Diagramación e Impresión:
Industrias Litográficas Boston SAS

Revista
Dictamen Libre No. 27
<http://www.unilibrebaq.edu.co/ojsinvestigacion/index.php/dictamenlibre>

Autores Varios
ISSN-e: 2619-4244
ISSN: 0124-0099

Coordinador Editorial:
Ing. Juan Carlos Miranda

La revista Dictamen Libre cuenta con una licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional. Se autoriza la citación, uso y reproducción parcial o total de los contenidos, para lo cual se deberá citar la fuente



Dictamen Libre se encuentra indexada en:





DIRECTIVA NACIONAL

Presidente Nacional: JORGE ALARCÓN NIÑO
Rector Nacional: FERNANDO DEJANÓN RODRÍGUEZ
Censor: RICARDO ZOPÓ MÉNDEZ
Director Centro de Investigaciones: ELIZABETH VILLARREAL CORRECHA

DIRECTIVA SECCIONAL

Presidente Delegada: BEATRIZ TOVAR CARRASQUILLA
Rector Seccional: SALVADOR RADA JIMENEZ
Censor Delegado: PATRICIA OLIVARES BOLIVAR
Director Centro de Investigaciones: WENDY ROSALES RADA
Decano: CANDELARIA DE LA CRUZ MOLINARES



EDITOR
LILIA MENDOZA VEGA

CO-EDITOR
MIGUEL CHAJÍN FLÓREZ

COMITÉ EDITORIAL

PhD JAIRO CONTRERAS CAPELLA
Universidad del Atlántico, Colombia

PhD BEATRIZ DÍAZ SOLANO
Universidad Autónoma del Caribe, Colombia

PhD NÉSTOR SANABRIA LANDAZABAL
Universidad Autónoma del Caribe, Colombia

Msc. JORGE CERVERA CÁRDENAS
Universidad Autónoma del Caribe, Colombia

PhD BENJAMÍN GÁLVEZ VEGA
Universidad Autónoma de Occidente, México

PhD YANYN AURORA RINCÓN QUINTERO
Tecnológico de Antioquía Institución Universitaria, Colombia

PhD FRANCISCO GANGA CONTRERAS
Universidad de Lagos, Chile

COMITÉ CIENTIFICO

PhD CATHERINE ARMANDE KRAUSS
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

PhD ADRIANA BONOMO
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

PhD JOSÉ GARCÍA GONZÁLEZ
Universidad Simón Bolívar, Colombia

PhD MILAGROS VILLASMIL MOLERO
Universidad Libre, Colombia

PhD IRIS ALICIA ARAÚZ MORENO
Universidad Especializada De Las Américas, Panamá

EDITORIAL.....11
La Pandemia: El Robo Del Siglo
Miguel Chajín Florez

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Efectividad de las estrategias de comunicación de marketing en el sector de las telecomunicaciones en la ciudad de Barranquilla- Colombia.....15
Effectiveness of Marketing communication strategies in the telecommunications sector in the city of Barranquilla- Colombia
Luis Alberto López Pérez (Tigo Colombia)
Rubén Cubillos Coll (SENA)
Jesús Rada Llanos (Universidad del Norte.)

Características del liderazgo innovador que impulsan la cultura de la innovación en las unidades de emprendimiento de las instituciones de educación superior del departamento del Atlántico.....27
Tlnnovative features of leadership that promote culture of innovation in units of entrepreneurship of higher education institutions of the Atlantic department
Rodrigo Cienfuegos (SENA)
Winston Fontalvo (Universidad Libre seccional Barranquilla)

Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial.....35
Corporate social responsibility as a factor in business management change
Remedios Pitre Redondo (Universidad de la Guajira,)
Hugo Hernández Palma (Universidad del Atlántico)
Bertha Orozco Daza (Universidad de la Guajira)

Responsabilidad ambiental como estrategia competitiva de las organizaciones.....45
Environmental responsibility as a competitive strategy of organizations
Julián Collantes Rubio (Universidad del Quindío.)
María Patricia Giraldo Correa (Universidad del Quindío.)

Conflicto armado y la producción agraria: caso departamento del Huila.....67
Armed conflict and agrarian production: department of Huila case
Oscar Cerquera Losada (Universidad Surcolombiana)

La gestión de las compensaciones como estrategia para la retención, la eficiencia y la eficacia del talento humano: caso de estudio método HAY (Sistema de Escalas y Perfiles de Valoraciones de Puestos).....87
Compensation management as a strategy for the retention, efficiency and effectiveness of human talent: case study of the HAY method (System of Scales and Profiles of Job Valuations)
Harold Steve Lora-Guzmán (Universidad de Cartagena)
José Morelos-Gómez (Universidad de Cartagena)
Zilath Romero-González (Universidad Libre)

La modelación matemática como propuesta didáctica en el resguardo indígena Kankuamo del municipio de Valledupar.....99
Mathematical Modeling as a didactic proposal in the Kankuamo indigenous shelter of the municipality of Valledupar
Marlón de Jesús Rondón Meza (Universidad Popular del Cesar.)

Tendencias y características de los mercados para la exportación e importación de dispositivos biomédicos.....109
Trends and Characteristics Of The Markets For The Export And Import Of Biomedical Devices
Ernesto Cantillo Guerrero (Universidad Autónoma del Caribe)

Identificación y apropiación de los signos identitarios de la marca Barranquilla en jóvenes universitarios.....125
Identification and appropriation of the identity signs of the Barranquilla brand in university students
Domingo Martínez Díaz (Universidad de la Salle)
David Juliao Esparragoza (Universidad del Atlántico)
Harold Silva Guerra (Universidad del Norte Barranquilla)

GAMING: Una aproximación crítica desde la narrativa social contemporánea del nuevo orden mundial139
Gaming: a critical approach from the contemporary social narrative of the new world order Case Study: Walmart Mexico
Josué Nelson Vera Rodríguez (Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico)

ARTÍCULOS DE REFLEXIÓN

Meritocracia Libertad, igualdad de oportunidades y competencia.....157
Meritocracy Freedom, equal opportunities and competition
Javier Duque Daza (Universidad del Valle)

Towards educability mediated by the PARCE model as a social-emotional strategy.....175
Hacia la educación mediada por el modelo PARCE como estrategia socioemocional
Sandra Kelly Yepes Gomez (Universidad del Quindío)

Las fuentes de financiación como estrategia de crecimiento empresarial y su impacto en la generación de valor económico de las micro, pequeñas y medianas empresas.....191
Financing sources as a business growth strategy and their impact on the generation of economic value of micro, small and medium sized companies
Sandra Liliana Torres Taborda (Corporación Universitaria de Sabaneta)
Otilia Miladys Gil Hoyos (Corporación Universitaria de Sabaneta)
Hernán Arturo Montes González (Corporación Universitaria de Sabaneta)

EDITORIAL

La Pandemia: El Robo Del Siglo

Por Miguel Chajín Flórez

Miembro fundador Observatorio Curricular Latinoamericano

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.23.5158

Hace días compartí un artículo en las redes sociales sobre la palabra pandemia, en la que por su etimología pudiera tener tres significados muy distantes y distintos de cómo lo define la Organización Mundial de la Salud (OMS), pues esta palabra nada tiene que ver con enfermedad, y que actualmente pareciera una especie de jaque mate al "mundo prepandémico" (que curiosamente es una palabra que ya tiene 191.000 resultados en la WEB), y lleva a que algunos intelectuales, e incluso líderes políticos digan que nada será igual en el mundo pospandémico (con 23.100 resultados, a las 15:43 horas de hoy 20 de agosto de 2020), que de acuerdo a algunos es el postcapitalismo, o un nuevo socialismo, bajo el marco del desarrollo sostenible. Por lo que podemos ver, esa palabreja polisémica, se ha convertido en una de las palabras más frecuentes en la web, pues siendo en estos momentos las 13:14 minutos del 20 de agosto de 2020, se registran 428 millones de resultados en Google; aunque es superada por las palabras SARS-CoV-2 (el nombre del "nuevo" virus), con 6.410 millones, y la palabra COVID-19 (el nombre de la enfermedad), con 5.680 millones. Pero asociado al virus y la enfermedad que da origen a lo que se ha llamado una pandemia (cuestión ésta que ha sido también discutible por el cambio que se le hizo a la definición de pandemia recientemente), también aparecen otras palabras, como Bill Gates, con 336 millones y Organización Mundial de la Salud, con 230 millones de registros en la web.

Lo anterior no sería preocupante, si en esta búsqueda de varios minutos no se encontraran palabras con menos frecuencia o registros que el famoso virus y su enfermedad, tales como las palabras paz, con 654 millones; Dios, con 565 millones; felicidad, con 318 millones; bienestar, con 372 millones; libertad, con 250 millones; alegría, con 119 millones; justicia, con 298 millones; valores humanos, con 281 millones; la palabra patria registra 152 millones y nación 182 millones; capitalismo, 28.600.000 y socialismo, 29.500.000 registros; y economía con 38 millones.

La cantidad de ideas que esas cifras sugieren despiertan la imaginación sociológica de cualquier persona, y lo evidente es que la pandemia pronto superaría la palabra pan, que a las 19:52 horas tiene 1.140 millones de registros en la web, según Google.

Es cierto que el nuevo registro de estas palabras pueden cambiar en segundos y por tanto en menos de una hora observarse aumentos significativos como el de un millón de nuevos ingresos; también es obvio que cuando usted lea este editorial todos los números van a cambiar con proporciones de millones, decenas y centenares de millones; pero lo que es evidente es que a las 14:13 del 20 de agosto, el tema relacionado con la pandemia supera la atención de muchos otros que usted quiera consultar en la web.

La pandemia está robando la atención a la sociedad, robándole también la paz, alegría, libertad, derechos civiles, recursos económicos, culto a Dios, y ni se diga del despilfarro de los dineros públicos, que agudiza el problema endémico de saqueo por lo que somos famosos en Colombia, por lo que es de sentido común que el Estado pretenderá prolongar las restricciones de la libertad indefinidamente, acudiendo al terror, a la manipulación mediática y a la desinformación.

La Real Academia Española, define robo como "quitar o tomar para sí con violencia o con fuerza lo ajeno". Y bajo la excusa de la pandemia se le está robando a la humanidad las cosas más valiosas.

Quien se da a la tarea de estudiar las estadísticas mundiales, año por año, sobre mortalidad debido a las enfermedades y otras causas de muerte, sacará como conclusión que lo han engañado respecto a la pandemia; e incluso, las estadísticas de proyección de muertes con base en la letalidad del virus fallaron desde hace meses; los primeros en protestar sobre el tema fueron varios diputados italianos, que hicieron denuncia pública de este engaño; pero también se engañó sobre el origen del virus, en cuanto a su procedencia biológica, y ya se sabe que se trabajó y modificó en laboratorios bacteriológicos; el diagnóstico inicial de la enfermedad conforme a la OMS, también fue erróneo, y nuevamente fueron los italianos, en iracontracorrente de la OMS y aplicar centenares de autopsias, encontrando que el problema no es tanto una situación de gravedad por neumonía, sino por una trombosis generalizada, causada curiosamente por una respuesta del organismo frente al virus SARS-CoV-2; también, se engaña porque las pruebas que se utilizan para detectar la enfermedad no son específicas y confiables, así que los falsos positivos están a la orden del día.

La palabra falso positivo, que a las tres de la tarde de hoy tiene 25.200.000 registros en la WEB es de uso común, pues en todas partes del mundo se denuncian los abusos de la "pandemia", hasta llamarla plandemia, una nueva palabreja que a las 19:33 horas, tiene 233.000 resultados; y en Colombia abundan las denuncias de falsos positivos, reconocidos de boca por el Ministerio de Salud, y bajo la vista gorda del gobierno, de estar registrando enfermos o muertos por otras causas como COVID-19; el confinamiento obligatorio persiste, así las estadísticas de mortalidad en el mundo estén diciendo otra cosa, pues hubo países y lugares que no hicieron cuarentena y no se han producido las catástrofes anunciadas; además, que ya son varios países que realizan manifestaciones públicas para la suspensión de las cuarentenas, que según sus ciudadanos están totalmente injustificadas, como es el caso reciente de Alemania, España y Argentina, así que se debería esperar en las próximas semanas de agosto y septiembre muchos miles de muertos por COVID-19 en esos países. Por tanto estamos ante un gran engaño, o robo de la verdad. Y la famosa inmunidad de rebaño debió haberse alcanzado en muchos lugares del mundo, después de más de cuatro meses de expansión de la pandemia, según el ciclo de transmisión de la enfermedad; pero se persiste en aterrorizar a la gente.

El robo de la verdad es el principal problema de esta pandemia; y para citar unos ejemplos, los grandes de las redes sociales están ejerciendo de manera autoritaria censura sobre publicaciones, y las denuncias de esto ha llegado a encarar medidas de observación desde los estados, como es el caso de los Estados Unidos; pero cualquiera es víctima de tales abusos, como quien suscribe esta editorial, que por supuesto no compromete la Revista Dictamen Libre, ni la posición de la Universidad Libre respecto al tema, pues lo escribo a título personal como investigador, y, mucho más que eso, como colombiano.

Tal es nivel de robo de la verdad que en España surgió el movimiento "Médicos por la verdad" que se ha replicado en varios países del mundo, y que se les ataca abiertamente desde organizaciones inquisidoras al servicio de intereses económicos y políticos, e incluso religiosos, que subyacen a la pandemia; también otro ejemplo de resistencia civil frente al imperio de la mentira con la pandemia es la creación de COMUSAV (Coalición Mundial Salud y Vida), que cuenta con 3000 médicos de más de 15 países; así que diferenciar la verdad y la mentira, es algo extremadamente difícil hoy en el marco de la pandemia.

El filósofo argentino Mario Bunge una vez dijo que el mundo requiere un mínimo de verdad para garantizar su supervivencia; pero detrás de la pandemia hay un engendro de mentiras o falsos positivos como ahora se le llama, donde el robo de los derechos fundamentales es tratado de desdibujarse con la manipulación del miedo. Obviamente, la academia tiene un papel importante que jugar en este marco, pues los grandes medios de comunicación del mundo impiden el debate sobre este tema; ojalá que las universidades no caigan también en este juego de inquisición del conocimiento y la información.

Hace más de tres meses, por el mes de abril, en el marco de un posdoctorado en investigación del cual soy profesor, publiqué un video con el título de "COVID-19, un escándalo de manipulación científica", y otro, en dos partes, con el título de "la verdadera pandemia es no pensar", estos videos presentan los aspectos epistemológicos preocupantes para la humanidad, y por eso los enlace en esta entrega.

Ver en COVID-19, un escándalo de manipulación científica

<https://www.youtube.com/watch?v=SxRtx6mGhvA&t=6s>

La verdadera pandemia es no pensar (parte 1):

<https://www.youtube.com/watch?v=A4FluXNLRK0&t=5s>

La verdadera pandemia es no pensar (parte 2):

<https://www.youtube.com/watch?v=Y4wO3yqvfyk&t=291s>

Si la pandemia se entiende desde el marco de la sociología del conocimiento, la gravedad de la humanidad es mucho peor de lo que podemos imaginar. La educación estaría totalmente fracasada como formadora de personas con autonomía de pensamiento, tal como lo expresara Kant; las universidades tendrían que volverse a pensar, pues la formación médica sería una de las más cuestionadas al día de hoy; pero en general, el gran problema es no ser capaz de diferenciar entre la verdad y la mentira.



ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Efectividad de las estrategias de comunicación de marketing en el sector de las telecomunicaciones en la ciudad de Barranquilla- Colombia

Effectiveness of Marketing communication strategies in the telecommunications sector in the city of Barranquilla- Colombia

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6642

Resumen

Hablar de efectividad es medir, analizar y determinar resultados con el uso de los indicadores adecuados según sea el propósito. El presente artículo propone dar una vista, desde la realidad de los usuarios, de los servicios de telecomunicación en la ciudad de Barranquilla- Colombia, evaluando si se cumple el objetivo de comunicación en las campañas de Marketing Guerrilla o Marketing, implementadas por las compañías que brindan estos servicios. Para ello, el estudio que se desarrolló fue de tipo descriptivo por medio de una encuesta estructurada aplicada a una muestra no probabilística de 53 (cincuenta y tres) usuarios, tal como lo expresan (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), la muestra, para estos casos, se toma según el criterio del investigador y según las necesidades de la investigación. En esa indagación se encontró que las estrategias de comunicación en medios masivos ATL (Above the line) son más efectivas que el marketing guerrilla en la ciudad de Barranquilla- Colombia, dejando a la internet como segunda opción a utilizar en el mix de medios.

Palabras clave: Marketing Guerrilla; Telecomunicaciones; Publicidad; Estrategias; BTL.

Abstract

To speak of effectiveness is to measure, analyze and determine results with the use of appropriate indicators according to the purpose. The present article proposes to give a view, from the reality of the users, of the telecommunication services in the city of Barranquilla- Colombia, evaluating if the communication objective is fulfilled in the Guerrilla Marketing or Marketing campaigns implemented by the companies that provide these services. For this, the study that was carried out was descriptive by means of a structured survey applied to a non-probability sample of 53 (fifty-three) users, as expressed by (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), the sample For these cases, it is taken according to the criteria of the researcher and according to the needs of the research. In this investigation, it was found that communication strategies in mass media ATL (Above the line) are more effective than guerrilla marketing in the city of Barranquilla-Colombia, leaving the internet as a second option to use in the media mix.

Keywords: Warfare Marketing; Telecommunications; Advertising; Strategies; BTL.

Luis Alberto López Pérez

Administrador de Empresas, Universidad de la Costa CUC, Esp. En Mercadeo y Maestrante en Mercadeo, Universidad Autónoma del Caribe. Empresa: Tigo Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6672-0348>. Contacto: lucholopezperez@hotmail.com.

Rubén Cubillos Coll

Administrador de Empresas, Universidad Autónoma del Caribe. MBA, Universidad del Norte. Investigador Grupo GEMS. Empresa: SENA/UAC. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7679-7296> Contacto: rubenjr.cubillos@gmail.com.

Jesús Rada Llanos

Administrador de Empresas, Universidad Autónoma del Caribe. MBA, Universidad del Norte. Investigador Grupo GEMS. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2986-2582> Contacto: jesus_rada@hotmail.com.

Cómo citar: Cubillos Coll, R., López Pérez, L. A., & Rada Llanos, J. (2020). EFECTIVIDAD DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE MARKETING EN EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA- COLOMBIA. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6642>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:

4 de Abril de 2020

ACEPTADO:

15 de Agosto de 2020



Introducción

El sector de las telecomunicaciones es un campo de batalla permanente donde cada participante se debe reinventar de manera constante para poder sobrevivir y garantizar su existencia en el mercado, según (STATISTA, 2019) las 5 empresas más valiosas a nivel mundial de este sector son AT&T, Verizon, Xfinity, Deutsche Telekom y China Mobile; es muy frecuente que estas compañías en sus estrategias de expansión adquieran empresas más pequeñas para incrementar su participación en este mercado, generando una competencia agresiva desde sus portafolios de servicios hasta en las campañas publicitarias en los medios.

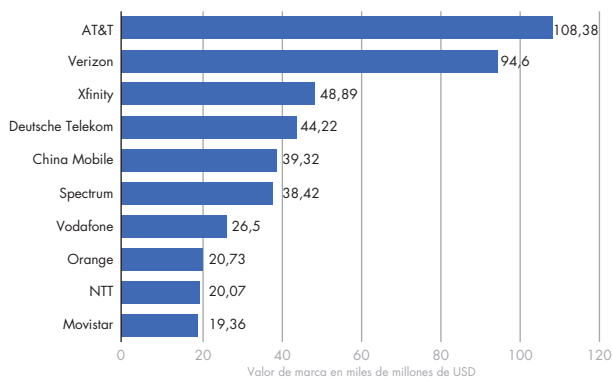


Ilustración 1: Ranking a nivel mundial de compañías de telecomunicaciones
Fuente: <https://es.statista.com/estadisticas/600868/ranking-de-las-principales-marcas-de-telecomunicaciones-por-valor-de-marca/>
 Publicado por Rosa Fernández, 9 jul. 2019 y consultado el 2/05/2020.

A nivel local, en Colombia el mercado cuenta con AMÉRICA MÓVIL quien en el 2012 unificó las marcas TELMEX Y COMCEL creando la marca CLARO ofreciendo servicios de comunicación móvil y Hogar, por otra parte encontramos a la compañía española TELEFÓNICA (MOVISTAR) quien en el 2004 adquirió en Latinoamérica el 100% de la operación de la extinta BELLSOUTH, así mismo el GRUPO EPM Y MILLICOM INTERNACIONAL CELULAR S.A. por medio de Colombia Móvil S.A. - TIGO desde el 2006 se encuentra operando en servicios de Hogar bajo la marca UNE y en servicios móviles bajo la marca TIGO, sin embargo desde el año 2019 con la entrada de Millicom a la bolsa de valores de New York, se consolidan solo con la marca TIGO.

A pesar del poder económico que pueden llegar a

tener las compañías de este sector, estas se deben regir por ciertos estatutos apostándole a una competencia sana y a su vez garantizando el cumplimiento de sus promesas de valor; la legislación colombiana mediante la ley 73 de 1981, da facultades al gobierno para proteger al consumidor ante eventuales atropellos o fallas en los servicios prestados por estas empresas, por lo cual se expiden los decretos 1441, 3466 y 3467 de 1982, cuyo objetivo es proteger a los consumidores dentro del territorio nacional.

El gobierno colombiano en su condición de ente vigilante ha intervenido en ocasiones generado sanciones considerables a las compañías que no cumplen con lo comunicado en sus grandes campañas publicitarias, según (Olaya, 2018) la superintendencia de Industria y Comercio SIC, generó una multa global superior a los \$6.600 millones de pesos a los operadores CLARO, MOVISTAR, TIGO Y ETB por omitir información al momento de contratar los servicios, además de no entregar la velocidad del internet ofrecida en sus campañas, “En este orden de ideas, la multa para Claro fue de 2.608 millones de pesos; para Tigo -Une de 1.717 millones de pesos; Movistar, 1.425 millones de pesos y ETB 914 millones de pesos”.



Ilustración 2: Sanción a compañías de telecomunicaciones
Fuente: Infografía elaborada por los Autores.
 (Valores en Millones de Pesos), con base en <https://www.casadebolsa.com.co/wps/wcm/connect/casadebolsa/dac4d1fd-e6a5-49f7-a593-5757d9fd7086/Septiembre+6+Tecnico+de+Acciones.pdf?MOD=AJPERES>

Como un referente en la historia de las campañas de publicidad en el sector de las telecomunicaciones es necesario citar a Colombia Móvil S.A, quien a finales del 2003 ingresó con la marca OLA, al mercado colombiano, (ÑAÑEZ, 2007) en su tesis hace énfasis en la expectativa que generó esta compañía de uno a dos meses aproximadamente antes de lanzar o dar a conocer su campaña “Pioneros”, en la cual el cliente

cliente podría comunicarse a otras líneas OLA, por solo \$30 pesos el minuto si se suscribían antes del 30 de septiembre de 2003, la campaña logró suscribir más de 600.000 usuarios, apoyándose en otras dos campañas publicitarias llamadas CHEPE y CONGELADOS.

Avantel en 2018, implementó una polémica campaña en la que los protagonistas eran personas de baja estatura, haciendo referencia a los precios bajos de su portafolio de servicios, esta situación generó una división de opiniones en la que por una parte se consideraban una empresa incluyente dando oportunidades de trabajo sin ningún tipo de discriminación, sin embargo, para muchos esta campaña fue tildada de “perversa, ofensiva y ridícula”.



Ilustración 3 y 4: Campaña Avantel, Precios Bajos.
Fuente: https://www.reddit.com/r/chile/comments/8f6x55/usaron_enanitos_en_colombia_para_promocionar/

Marketing Guerrilla

Este concepto data de 1984, desarrollado por J.C. Levinson, quien fue un escritor de negocios nacido en Detroit, con estudios en Psicología vinculado laboralmente con agencias de publicidad, donde desempeñó cargos directivos hasta llegar a vicepresidente senior en JWT en Estados Unidos.

Conceptos según autores

Para (Levinson, 2007) el marketing de guerrilla es un término general que engloba todo un conjunto de estrategias no tradicionales de mercadeo y que se enfoca en fortalecer la creatividad y el poder imaginativo en ello.

(Hutter & Hoffmann, 2011) mencionan que el marketing de guerrilla incluye un conjunto de diferentes instrumentos publicitarios innovadores que tienen

como objetivo obtener un gran efecto con un presupuesto pequeño, impactando el mayor número de consumidores de manera sorpresiva generando un efecto positivo de una marca.

(Malacara, 2014) trae a colación a Phillip Kotler, quien define a la mercadotecnia de guerrilla como “un proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios”.

(Canan, Pinar, & Sinan, 2010) definen el marketing guerrilla como una herramienta que permite a las pequeñas y medianas empresas comunicar de una manera directa y creativa a muy bajos costos, con la capacidad de adaptarse a situaciones, segmentos, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Para (Gerd, 2013) el marketing guerrilla, se caracteriza por ser “no convencional, sorprendente, original y creativo, descarado y provocativo, rentable y efectivo, flexible, inusual y atípico, divertido e ingenioso, espectacular, contagioso”.

(Bravo, 2013) expone un concepto actualizado llamado marketing guerrilla 2.0, en el cual vincula el uso del internet como herramienta fundamental para obtener un máximo beneficio con una inversión más reducida, “hoy en día tenemos la posibilidad de transferir acciones del offline al online, compitiendo con grandes compañías, aunque seamos empresas pequeñas”.

(Torreblanca Diaz, Lorente San Juan, Lopez Tortosa, & Blanes Nadal, 2012) mencionan en su investigación que existen varios tipos de acciones de marketing de guerrilla en la actualidad, entre los cuales se pueden resaltar: Street marketing, ambient marketing, buzz marketing y marketing viral.

Tipos de Marketing Guerrilla Street marketing

Es empleado con elementos urbanos, interactuando de manera directa con los consumidores, sin generar invitación alguna, captando la atención del público objetivo, este tipo de marketing se emplea en la calle de manera parcial o total.



Ilustración 5 y 6: Campañas de Street Marketing
Fuente: <https://mglobalmarketing.es/blog/street-marketing-una-forma-creativa-de-llegar-al-publico-2/>
consultado el 2/02/2020.

Ambient marketing

Este tipo de acciones buscan interactuar con el consumidor, durante el transcurso de una actividad, feria, o campaña en particular.

Además, se caracteriza por la utilización y/o transformación de elementos propios del escenario urbano.



Ilustración 7 y 8: Campañas de Ambiente Marketing
Fuente: <https://tiposdemarketing.net/ambient-marketing/>
Consultado el 24/01/2020.

Buzz marketing

Busca conectar al consumidor con la marca mediante la persuasión y la creatividad. "Buzz marketing se basa en el marketing de tercera generación y mediante la técnica de transmitir o comunicar información por medios verbales, tiene que ver con lograr que los clientes se sientan felices y, por tanto, se conviertan en nuestros mejores publicistas".



Ilustración 9: Gráfica de red de comunicación
Fuente: <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/marketing-y-comunicacion/buzz-marketing-que-es-y-como-aplicarlo-en-la-empresa>
Consultado el 20/02/2020.

Marketing viral

Se utiliza mediante medios virtuales o redes sociales para enviar un mensaje de manera masiva y rápida, provisto de contenidos agradables que permitan que el destinatario lo replique con sus contactos, para lograr viralizar un mensaje debe existir una afinidad entre el mensaje y el público objetivo.



Ilustración 10: Ejemplo de mensaje viralizado
Fuente: <https://www.posicionamiento-webs.com/wp-content/uploads/2016/07/aspectos-marketing-viral.jpg>
Consultado el 22/01/2020.

Marketing Competitivo

(O'Shaughnessy, 1984) Expresa que para poder resolver los desafíos del marketing es necesario conocer los conceptos, las técnicas y hallazgos del marketing dentro de un ambiente competitivo, cada problema sugiere una solución diferente, no es recomendable generalizar o estandarizar estrategias, según el criterio del autor antes citado, "No existen expertos en marketing, existen expertos en mercados".

Estrategias de Marketing

(O'Shaughnessy, 1984) Además, sugiere que las estrategias deben estar conectadas a los objetivos corporativos de la compañía, sugiere que es necesario implementar herramientas o matrices que ayuden a elegir las estrategias adecuadas de acuerdo al propósito, es decir, si se pretende desarrollar un producto o mercado, penetrar a un mercado nuevo, posicionar o reposicionar un producto o servicio o si el propósito es diversificar; es importante resaltar que originalmente este concepto fue desarrollado por Igor Ansoff (1965).

Para (Rodríguez, y otros, 2006) las estrategias de marketing son un poco más complejas de lo que parecen, debido a que estas deben establecerse de acuerdo con el marketing mix, o las 4 P's del Marketing. (PRODUCTO – PRECIO – PLAZA - PROMOCION), cada estrategia debe ser adaptada al entorno que será aplicada, analizando factores internos y externos tratando de adelantarse a cada posible escenario.

(Labarcés, 2015) Nos habla sobre "La redistribución del ingreso y el dinamismo económico de un país se sustenta sobre la competitividad empresarial y de la capacidad emprendedora de sus habitantes". Lo que refleja el arte del mercadeo en tratar siempre de innovar.

Publicidad

La publicidad es la herramienta más poderosa de comunicación entre la empresa y el mercado, esta puede tener una connotación comercial, religiosa,

política, económica, con el objetivo de influir en las decisiones del mercado.

(O'Guinn, Allen, & Semenik., 1999) autores del libro "Publicidad", definen a la publicidad de la siguiente manera: "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir".

(Kotler & Gary, 2008) autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado".

Para (Staton, Etzel, & Walker, 2007), autores del libro "Fundamentos de Marketing", la publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet".

Promoción

(Editorial Vertice, 2009) Describe esta etapa del marketing Mix, como la suma de las acciones comerciales implementadas para potenciar las ventas de corto plazo, ejecutando lo expuesto en el plan de marketing; La promoción es mucho más que precios bajos, o entrega de regalos a los clientes para captar su atención, este concepto integra aspectos como, la calidad del producto o servicio, su presentación y una distribución óptima. La publicidad y la promoción son dos puntos de vista muy diferentes, la publicidad puede generar altos costos en un futuro inmediato y grandes beneficios en el tiempo, sin embargo, la promoción a corto plazo puede generar excelentes resultados y a largo plazo resultados inciertos y peligrosos.

Telecomunicaciones en Colombia

El sector de las telecomunicaciones en Colombia ha



evolucionado significativamente desde sus inicios en el siglo XIX con la llegada del telégrafo eléctrico, desde ese momento y con el desarrollo y necesidades del mercado, se han presentado cambios en todo el portafolio de servicios que los operadores ofrecen al mercado.

Para (Combariza, García, Alvarado, España, & Rivera, 2012) “el sector de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se toma como un sector dinámico de la economía colombiana, debido a que ha demostrado un incremento en el uso de sus servicios, mejorando notablemente sus indicadores y arrojando resultados positivos.

El gobierno colombiano, el 30 de Julio del 2009 por medio de la ley 1341 convirtió el extinto Ministerio de las Comunicaciones en el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, (MINTIC) con la finalidad de “Diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector TIC, en correspondencia con la Constitución Política y la ley, con el fin de contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación”.

La reforma a la Constitución de 1991, y el ingreso en el mercado de nuevas empresas privadas de TIC trajeron como consecuencia cambios en la legislación y las políticas de manejo del sector, por lo que fue importante realizar un estudio para renovar estrategias de mercado que fueran y lo hicieran más operativo y competitivo”.

Según (wikipedia.org, 2019), al finalizar el segundo semestre del 2018, en el país se registraba un total de 6.985.213 de líneas fijas, donde el estrato 2 tiene una participación del 30,5%, el estrato 3 participa con el 25,6% y el sector corporativo con el 19,4%; para el segundo semestre del 2018, la casa matriz América Móvil, (Claro), contaba con 2.247.856 abonados, es decir 32,18% del mercado, seguido de Millicom/Group EPM, con 1.517.626 titulares, correspondiente al 21,73% del marketshare, y como tercer participante en el sector se encuentra Telefónica, con 1.263.375 abonados, para un 18,09% de participación.

Operador	Logo	Matriz	Abonados	Mercado
Claro		América Móvil	2 247 856 (2018-III)	32,18 % (2018-III)
Movistar		Telefónica	1 263 375 (2018-III)	18,09 % (2018-III)
Tigo		Millicom/Grupo EPM	1 517 626 (2018-III)	21,73 % (2018-III)
ETB		Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá	1 127 737 (2018-III)	16,14 % (2018-III)
EMCALI		Empresas Municipales de Cali	308 207 (2018-III)	4,41 % (2018-III)

Ilustración 11: Market Share líneas fijas en Colombia.

Fuente: : https://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_en_Colombia
Consultado el 28/04/2020

Las actuales generaciones han relegado el uso de los servicios de telefonía fija, por lo cual la participación de ventas de este servicio ha decrecido notablemente, por el contrario los servicios de internet en los hogares colombianos si han gozado de un crecimiento muy favorable, (Combariza, García, Alvarado, España, & Rivera, 2012) mencionan que para el año, se tuvo un incremento en la instalación de este servicio en un 45,94% con respecto al año 2008, argumentando que este crecimiento se da porque las empresas se han proyectado a generar mayor comunicación con sus clientes potenciales y actuales por medio de esta vía de comunicación.

Para el 2009 la participación del mercado estaba dada de la siguiente manera: EPM Telecomunicaciones, hoy conocida como TIGO con el 22,71% de suscriptores, equivalentes a 495.801; Telmex, hoy conocida como CLARO con el 20,93%, y que ha alcanzado un nivel más alto con respecto a años anteriores, debido a la asociación con otras empresas que le han brindado estabilidad en el mercado; ETB tiene 20,07%, y Telefónica cuenta con el 19,07% del total de suscriptores. Sin embargo, para (Wikipedia, 2019), en 2018- II el 46,36% de los clientes de telefonía móvil eran usuarios de América móvil (Claro), el 23,95% de Movistar y el 18,38% de Tigo.



Resultados de la investigación (Fuente primaria.)

Durante la fase de recopilación de datos, se encuestaron un total de 53 usuarios, permitiendo obtener resultados como se detallan a continuación:

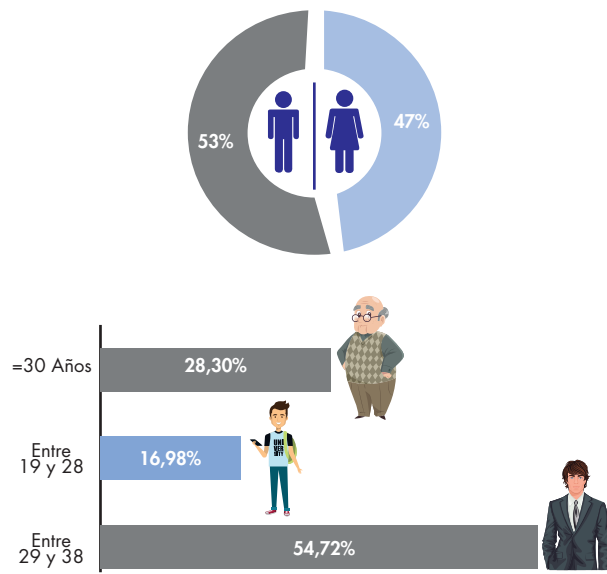


Ilustración 12: Encuesta por edades.
Fuente: los autores

El 86,8% de los encuestados son usuarios de los servicios de Hogar y Móvil, (entendiéndose por hogar, línea telefónica fija, Internet en casa y servicios de Televisión por cable) el 9,4% solo utilizan servicios móviles y el 3,7% solo servicios de Hogar, los resultados indican que las compañías de telecomunicaciones se han enfocado en explotar la base de los usuarios actuales, ofreciendo a estos la totalidad de su portafolio de servicios, así mismo se puede evidenciar que el 66,1% de los encuestados tienen una percepción favorable de las campañas publicitarias empleadas por las compañías del sector de telecomunicaciones en medios masivos ATL, no obstante un 33,9% opina que estas campañas son repetición de lo mismo y carecen de creatividad; sin embargo el 81,3% cree que los comerciales en ATL, ayudan en el proceso de toma de decisión al momento de adquirir los servicios de telecomunicación.

En concordancia con lo anterior, la encuesta arrojó que el 56% de los encuestados no ven impactante la publicidad implementada en calle, dejando un 43% a favor de la comunicación tradicional en Vallas,

centros comerciales, paraderos de buses o eucoles* al igual que en los puntos de venta móvil.



Ilustración 13: Valla Publicitaria

Fuente: <http://www.arestudio.com.co/index.php/senalizacion-e-interiorismo/exteriores/vallas-y-eucoles>
Consultado el 2/2/2020.



Ilustración 14: Punto de venta móvil

Fuente: <https://www.behance.net/gallery/23660123/Moviles-Claro-BTL>
Consultado el día 1/13/2020



Ilustración 15: Activación BTL

Fuente: Tomado de www.sparenmkt.com

En términos generales tomando como referencia la escala de Likert, donde 1 es muy malo y 4 es muy bueno, los resultados arrojan una calificación de 3 a las actuales campañas de comunicación por parte del sector de telecomunicaciones, en la cual el 54,7% de los encuestados consideran que esta publicidad es "atractiva, divertida, emocionante y creativa", dejando una población del 26,42% que

piensa que es "aburrida, molesta e invasiva", a su vez el 18,87% manifiesta que los mensajes recibidos son "engañosos, deshonestos y poco creativos".

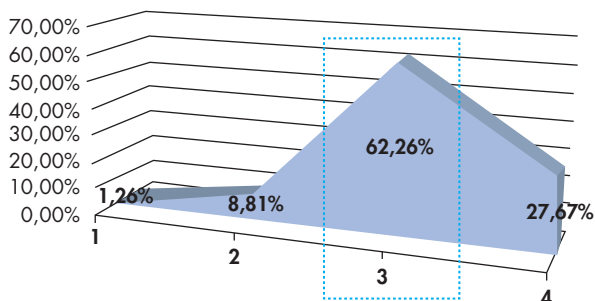


Ilustración 16: Calificación de usuarios a las campañas publicitarias, donde 1 es Malo y 4 es Muy Bueno
Fuente: Elaboración propia de los autores

Acerca del método tradicional de entrega de volantes en grandes superficies, pese a que el 81% de los encuestados los reciben, el 43,4% de ellos los bota sin leerlos, el 30,1%, los lee enterándose de la oferta o promoción existente sin darle uso a la misma, solo un 7,5% menciona que los guarda y utiliza según el caso; por otro lado con los resultados de la encuesta se demuestra que la entrega de material Merchandising, en activaciones BTL para el 69,8% los ayuda a tomar la decisión de compra de estos servicios y para el 30,1% un regalo no es un catalizador para adquirir este servicio.

Es importante mencionar que el método por el cual los encuestados se enteran de las ofertas y campañas de publicidad, en un 41,5% es la comunicación ATL, Medios masivos (TV), seguido de un 39,6% que tiene a la tecnología, redes sociales y al internet como fuente de información, dejando un 11,3% a la publicidad en calle.

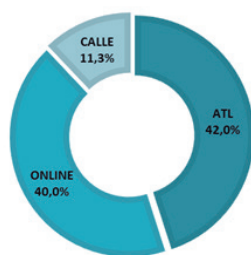


Ilustración 17: Medios más empleados por los usuarios para conocer campañas de comunicación.
Fuente: Elaboración propia de los autores

Conclusiones

Luego de evaluar las estrategias de marketing guerrilla del sector de las telecomunicaciones en actividades de calle en la ciudad de Barranquilla, versus las estrategias de comunicación masivas en ATL, se concluye que:

- En la ciudad de Barranquilla, la publicidad en medios televisivos es el medio principal que tienen los usuarios de los servicios de telecomunicaciones para conocer de las ofertas del sector analizado.
- Los comerciales en TV, Jingles, remotos radiales se consideran como la herramienta principal para la promoción de campañas, generando posicionamiento y valor de marca.
- Aunque exista una preferencia por las campañas en ATL, la comunicación en centros comerciales, grandes superficies y Vallas exteriores, son fundamentales en el plan de medios para que una campaña sea efectiva.
- Hay una gran oportunidad para comunicar en la calle, se debe considerar la tecnología como un medio a desarrollar en grandes superficies, implementando pantallas interactivas, cámaras divertidas con la oportunidad de subir las fotos a redes sociales, acertijos, vallas con movimiento e interacción de luces.
- Las campañas publicitarias empleadas por compañías de telecomunicaciones gozan de la aceptación del mercado, por lo cual sus estrategias de comunicación están bien planteadas.
- Se debe reinventar la tradicional entrega de volantes, por un concepto nuevo, moderno y que genere mayor atracción a los clientes potenciales.
- Pensando en preservar el medio ambiente y no imprimir volantes que luego serán botados a la basura, es recomendable para el abordaje en grandes superficies el uso de Merchandising de bajo costo o elementos de uso cotidiano que generen un valor agregado, por ejemplo: (Llaveros, Calendarios, Recetas), a su vez "brandear" los artículos con imágenes de campañas de publicidad, que permitan atraer el interés de los usuarios potenciales.
- Aunque el ATL sea más efectivo, se concluye que la creatividad es fundamental en activaciones de marca por medio del BTL, cuando no existe un alto presupuesto para campañas.

• Este estudio ayudó a evaluar las campañas publicitarias desde una óptica cualitativa, tomando como fuente primaria una muestra de usuarios en la ciudad de barranquilla.

Referencias

Bravo, C. (2013). Marketing de guerrilla para emprendedores valientes: Atrévete con nuevas «armas» a vender más y mejor: La Esfera de los Libros. [en línea] [Fecha de consulta: 11 de enero de 2020] Disponible en: <https://www.esferalibros.com/uploads/ficheros/libros/primeras-paginas/201310/primeras-paginas-paginas-del-libro_2-es.pdf>

Canan, A., Pinar, A., & Sinan, N. (2010). Guerrilla Marketing Communication Tools and Ethical Problems in Guerilla Advertising . American Journal of Economics and Business Administration, 281.

Combariza, N., García, C., Alvarado, L., España, C., & Rivera, H. (2012). Análisis estratégico del sector de Telecomunicaciones: empaquetamiento tecnológico. Bogotá: Universidad del Rosario.

Editorial Vertice. (2009). Marketing promocional. Málaga: Editorial Publicaciones Vértice.

Gerd, N. (2013). Guerrilla Marketing—Innovative or Parasitic Marketing? . Scientific Research, 2.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico DF: Mac Graw Hill.

Hutter, K., & Hoffmann , S. (2011). Guerrilla Marketing: The nature of the concept and propositions for further research. Asian Journal of marketing 5, 39.

Kotler, P., & Gary, A. (2008). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación.

Labarcés Ballestas, C. (2015). Aspectos de innovación schumpeteriano. Dictamen Libre, (17), 73-80. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.17.3082>

Levinson, J. C. (2007). Marketing de guerrilla: estrategias fáciles y económicas para obtener grandes ganancias de su pequeña empresa.

Malacara, N. (11 de 08 de 2014). Informa BTL. Obtenido de <https://www.informabtl.com/guerrilla-marketing-definiciones/>

Ñañez, K. (2007). Percepción Por Parte De Los Usuarios De Colombia Móvil En La Ciudad De Cali Con Respecto Al Servicio Recibido De La Marca Ola Frente A Las Campañas Publicitarias De Lanzamiento En El Año 2003. Cali: Universidad Autonoma De Occidente.

O’Guinn, Allen, & Semenik. (1999). Publicidad. México: Zurb Zurb.

O’Shaughnessy, J. (1984). Marketing competitivo: Un enfoque Estratégico. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Olaya, M. (5 de Septiembre de 2018). Sancionan a Claro, Movistar, Tigo y ETB por engañar con velocidad de Internet. Obtenido de RCN RADIO: <https://www.rcnradio.com/economia/sancionan-claro-movistar-tigo-y-etb-por-enganar-con-velocidad-de-internet>

Rodriguez, I., Ammetler, G., Lopez, O., Maraver, G., Martinez, M., Jimenez, A., . . . Martinez, F. (2006). Principios y estrategias de Marketing. Barcelona: UOC.

Statista. (2019). STATISTA. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/600868/ranking-de-las-principales-marcas-de-telecomunicaciones-por-valor-de-marca/>

Staton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. Mexico: Mc Graw Hill.

Torreblanca Diaz, F., Lorente San Juan, F., Lopez Tortosa, R., & Blanes Nadal, C. (2012). Marketing de Guerrilla, Lo no convencional Triunfa. 3Ciencias, 6-7.

Wikipedia. (17 de Abril de 2019). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%A1Da_en_Colombia



Características del liderazgo innovador que impulsan la cultura de la innovación en las unidades de emprendimiento de las instituciones de educación superior del departamento del Atlántico

Innovative features of leadership that promote culture of innovation in units of entrepreneurship of higher education institutions of the Atlantic department

DOI:10.18041/2619-4244/dl.27.6643

Resumen

El presente artículo tuvo como objetivo describir las características del liderazgo innovador que impulsan la cultura de la innovación en las Unidades de Emprendimiento de las Instituciones de Educación Superior del departamento del Atlántico, Colombia. Recurriendo a los postulados teóricos de autores como Lyons (2011), Hellriegel, Jackson & Slocum (2009), o Castrillón (2011), entre otros. La Investigación respondió a una investigación de tipo descriptiva con un diseño no experimental, de campo, transeccional; la población estuvo compuesta por Dieciocho (18) Unidades de Emprendimiento de las Instituciones de Educación Superior del Departamento del Atlántico. Seleccionando mediante un muestreo intencional una muestra de nueve (9) Unidades de Emprendimiento. Se empleó un cuestionario de 32 ítems con escala Likert, validado por cinco (5) expertos y con una confiabilidad de 0,94 con el coeficiente Alpha de Cronbach. Los hallazgos encontrados, mostraron que las características del liderazgo innovador se encuentran moderadamente presente en la cultura de la innovación, lo cual se corrobora con lo reflejado en los indicadores de espíritu Intraemprendedor, trabajo en equipo y toma de decisiones.

Palabras clave: Creación de empresas; Liderazgo; Emprendimiento; Unidad de Emprendimiento.

Abstract

This article aimed to describe the characteristics of innovative leadership that drive innovation culture in Entrepreneurship Units of Higher Education Institutions Department of the Atlantic, Colombia. Drawing on the theoretical postulates of authors such as Lyons (2011), Hellriegel, Jackson & Slocum (2009), Castrillón (2011), among others. Research responded to a descriptive research with non-experimental design, field; the population was composed of eighteen (18) Entrepreneurship Units of Higher Education Institutions Department of the Atlantic. Purposive sampling by selecting a sample of nine (9) Entrepreneurship Units. 32-item questionnaire with Likert scale, validated by five (5) experts and a reliability of 0,94 with Cronbach alpha coefficient was used. The findings showed that the characteristics of innovative leadership are moderately present in the culture of innovation, which is corroborated reflected in indicators of intrapreneurship spirit, teamwork and decision making.

Keywords: New firm startup; Leadership; Entrepreneurship; Entrepreneurship Unit.

Rodrigo Cienfuegos

Ingeniero comercial, Corporación Universitaria del Litoral, Barranquilla, Colombia. Magister en gestión de proyectos, Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo, Venezuela. Tutor unidad de emprendimiento, SENA Centro Nacional Colombo Alemán, Barranquilla, Colombia.
Contacto: cienfuegosmolina@gmail.com

Winston Fontalvo

Ingeniero industrial, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia. Magister en educación, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia. Docente investigador Universidad Libre seccional Barranquilla, Barranquilla, Colombia.
Grupo de investigación TCEA.
Contacto: winston.fontalvoc@unilivre.edu.co

Cómo citar: Fontalvo, W., & Cienfuegos Molina, R. (2020). Características Del Liderazgo Innovador Que Impulsan La Cultura De La Innovación En Las Unidades De Emprendimiento De Las Instituciones De Educación Superior Del Departamento Del Atlántico. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6643>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
12 de Mayo de 2020
ACEPTADO:
23 de Agosto de 2020



Introducción

La cultura de la innovación la comprende aquella conducta desarrollada por algunas organizaciones que buscan promover el espíritu creativo entre sus miembros, promoviendo un buen ambiente de trabajo e incrementando la motivación al logro, para lo cual asignan recursos que soporten las habilidades de colaboradores capaces de generar ideas originales y exitosas, todo ello con el ánimo de satisfacer la propia demanda de conocimiento y hacerse más productivas (Ramos, 2012).

Así mismo, se comprende a la cultura de la innovación como los valores, creencias, hábitos, costumbres, normas y procedimientos que promueven la transformación de ideas para convertirlas en soluciones económicas y sociales (Ramos, 2012). Esto incluye la creación de nuevos productos (bienes y servicios) o una manera nueva de hacer las cosas.

Por otra parte, en el ámbito universitario la cultura innovativa es definida por el cúmulo de percepciones, valores y conductas que permiten a un equipo de una institución llevar a cabo innovaciones buscando fortalecer la proyección social de la Universidad, tanto respecto a la generación y transferencia del conocimiento, como ser partícipe proactivamente de la solución de los problemas de la sociedad, destacando su alto desempeño y responsabilidad social (Ramos, 2012).

Así, innovar en una Institución de Educación Superior (IES) "representa, sin duda, un conjunto de complejidades que no resulta sencillo sortear" (Ramos, 2012). La innovación educativa es considerada por Sevillano (2004, citado por Ramos, 2012), "como un proceso dinámico y abierto, multidimensional, inmerso en una realidad sociocultural y humana. Busca, por tanto, el crecimiento de las personas, la mejora de las instituciones a través de estrategias colaborativas y participativas".

De acuerdo con lo anterior, se entiende que las IES con una cultura innovadora representan un nuevo panorama para el proceso de enseñanza aprendizaje.

Para ello, juega un papel importante la cultura organizacional como dinamizadora de procesos. Por ello, Robbins (2004) indica que se deben considerar las IES como culturas con un sistema propio de significado que comparten sus miembros, dando identidad a las organizaciones como innovadoras o conservadoras.

Como en las universidades los resultados no corresponden con propósitos financieros, sino de naturaleza académica y social, la implantación de culturas innovadoras constituye un reto fundamental para garantizar su trascendencia social, Ramos (2011). Es por ello que en Colombia tanto las universidades públicas como las privadas deben desarrollar sus funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión. Estas funciones deben desarrollarse en forma sinérgica, con el propósito de ser un elemento clave para el progreso de las regiones donde tiene influencia.

Por otra parte, en Colombia las Instituciones de Educación Superior (IES) operan como unidades de emprendimiento; es decir, dentro de su estructura organizacional existen departamentos especiales conformados por equipos interdisciplinarios que tienen la función de diseñar y ofertar tanto para la población estudiantil como al sector externo (empresas, emprendedores, gremios y asociaciones, entre otros) un portafolio de servicios que incluye formación, asesoría y acompañamiento para el fomento del emprendimiento, la creación de empresas y la innovación.

Desde este contexto, en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), en Colombia hay alrededor de 361 IES, lo cual indica que en teoría deberían estar operando las mismas Unidades de Emprendimiento a lo largo y ancho del país. Estas unidades de emprendimiento tienen la responsabilidad de facilitar el proceso de convertir las iniciativas innovadoras con perfil comercial que resulten de la actividad académica e investigativa en nuevas empresas, Lanzas, Lanzas & Castaño (2006); sin embargo, para lograr dichos propósitos se debe propender por la generación y consolidación de una cultura orientada a la innovación.

Así mismo, debido a que el emprendimiento ha cobrado tanta importancia, se hace necesario establecer si en las Unidades de Emprendimiento se está generando una cultura de innovación que garantice el desarrollo de emprendimientos innovadores. Según estudio revelado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el sistema educativo colombiano no crea las condiciones idóneas para los negocios, ubicándose en el puesto 35 a nivel internacional y 4 en la región. Así mismo, el estudio también revela que en Colombia se debe realizar acciones para crear un escenario favorable para la cultura innovadora, que mejoren el quinto en Latinoamérica y 38 a nivel internacional (Redacción El Tiempo, 2014).

Por otra parte, a nivel del departamento del Atlántico hay alrededor de 20 unidades de emprendimiento. Sin embargo, desde el año 2003 al 2015, sólo 149 emprendimientos del departamento del Atlántico han logrado obtener recursos de capital semilla del Fondo Emprender; es decir, sólo el 3% del total de los emprendimientos aprobados, esta es una cifra baja si se tiene en cuenta el número de unidades de emprendimiento del departamento y los resultados que lo ubican como uno de los más emprendedores.

Existen grandes retos a nivel departamental, uno de ellos es que las IES se articulen aún más con el sector empresarial y el sector público, para desarrollar capacidades de emprendimiento en la población a través de una cultura innovadora, proporcionándoles herramientas de enseñanza que puedan acercar la teoría con la práctica (materializar ideas innovadoras). Al respecto, afirma Vesga (2015) "Cuanto más dinámica y efectiva sea la relación entre las universidades y las empresas en un país, mayor será el flujo de innovaciones desarrolladas". Por ello, es necesario fortalecer el potencial de las personas, lo cual se logra en las IES cuando existe una cultura innovadora que lo genere y facilite.

Sobre la base de las ideas expuestas, y debido a que "la innovación emprendedora solamente puede darse en organizaciones que desarrollen una cultura innovadora" (Vesga, 2015), se hace necesario describir las características del liderazgo innovador que impulsan la cultura de la innovación en las

Unidades de Emprendimiento de las IES del departamento del Atlántico.

Características del liderazgo innovador

"El liderazgo es el acto de influir en los demás para que actúen a favor del cumplimiento de una meta" (Hellriegel & Slocum, 2009). En este contexto, el líder innovador entonces influye en sus subordinados de manera que tengan un comportamiento tal que produzca innovación. Por lo tanto, la cultura organizacional debe respaldar el liderazgo innovador.

Así mismo, Lyons (2011) plantea que un líder innovador debe ser capaz de definir oportunidades, haciendo una valoración y selección de las ideas, identificando riesgos, para finalmente desarrollar la capacidad de la organización. Para Castrillón (2011), implica un proceso de interacción entre personas para direccionar las actividades de un grupo, con el fin de alcanzar una meta común que permita transformar tanto a la empresa como a las personas que colaboran en ella. En este sentido Juárez & Contreras (2012) afirman que los líderes deben adaptarse a la complejidad e, incluso, la adversidad de las circunstancias.

Así mismo, Hazy, Goldstein & Lichtenstein (2007) plantean que, para un buen liderazgo en las organizaciones, se deben implementar modelos acordes con la complejidad de las organizaciones y sus agentes internos, centrando el liderazgo en la adaptación más que en el control y la autoridad; es decir, el liderazgo se concibe como un fenómeno interactivo que emerge de las relaciones sociales.

Por otra parte, según Norton (1998, citado por Gómez y otros, 2008), las organizaciones tienen el reto de obtener de sus colaboradores capacidad de empuje y actitud proactiva para garantizar creativamente la consecución de un proyecto común, máxime en las condiciones competitivas que impone el mundo actual.

Así como lo plantean los autores, el liderazgo innovador es importante para el progreso de la innovación en las organizaciones. Una empresa puede tener la mejor planeación y no sobrevivir



debido a la falta de un líder apropiado, o, por el contrario, puede carecer de planeación, pero con un buen líder salir adelante. Los planteamientos anteriores permitieron considerar como indicadores: el espíritu innovador, el pensamiento estratégico, el trabajo en equipo y la toma de decisiones, para describir las características del liderazgo innovador en el contexto de las Unidades de Emprendimiento de las Instituciones de Educación Superior.

Metodología

En la ciencia existen diferentes tipos de investigación y es necesario conocer sus características para saber cuál se ajusta mejor a la investigación a desarrollar (Bernal, 2010). Para Tamayo (2006), "cuando se va a resolver un problema en forma científica, es muy conveniente tener un conocimiento detallado de los posibles tipos de investigación que se pueden seguir" (p. 43).

Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación se enmarcó dentro de un estudio descriptivo, debido a que su objetivo se centra en describir las características del liderazgo innovador que impulsan la cultura de la innovación en las Unidades de Emprendimiento de las IES del departamento del Atlántico, lo cual se ajusta al planteamiento de Hernández, Fernández & Baptista (2010). Por otra parte, el diseño de la investigación es no experimental de tipo transeccional y de campo debido a que se recogerá la información directamente en el lugar de los hechos, siendo estas las Unidades de Emprendimiento de las IES ubicadas en el departamento del Atlántico.

La población seleccionada como objeto de estudio, estuvo conformada por las dieciocho (18) Unidades de emprendimientos que operan dentro de las Instituciones de Educación Superior, que según el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior SNIES funcionan en el departamento del Atlántico, incluido el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Regional Atlántico, tomando como sujetos de información a los directores, coordinadores, jefes o líderes de las Unidades de Emprendimiento.

Así mismo, para Tamayo (2006, p. 178) "la muestra

es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población universo o colectivo, partiendo de la observación de una fracción de la población considerada". En el mismo orden de ideas, para Hernández, Fernández & Baptista (2010) las muestras no probabilística o dirigida están conformadas por subgrupo de la población en la que la selección de los elementos no depende de la probabilidad (pruebas estadísticas), sino de las características de la investigación.

En el caso de la presente investigación se empleó una muestra no probabilística y un tipo de muestreo intencional, de esta manera se pudo escoger las muestras más pertinentes para obtener información relevante y descartar los casos atípicos. Otro aspecto está relacionado con la del tamaño de la muestra (población pequeña) para esta investigación, y por último por ser una investigación que es descriptiva y transeccional.

Para Hurtado (2007), el muestreo es el conjunto de operaciones que se ejecutan para seleccionar a los integrantes de la muestra. El muestreo intencional, tiene como base escoger una muestra en función de una serie de criterios que son considerados necesarios para tener una aproximación al evento. A continuación, se relaciona los criterios para la determinación de la muestra:

Criterio 1. Unidad de Emprendimiento activa: Las instituciones de Educación Superior del departamento del Atlántico, deberán tener dentro de sus áreas o departamentos, una unidad de emprendimiento activa. Ponderación (10 puntos).

Criterio 2. Acceso a la información: este criterio está relacionado con la búsqueda de evidencia claves para la investigación, utilizando como base el acceso por parte del investigador a la documentación e informantes claves de las unidades de emprendimiento localizadas en el departamento del Atlántico. Ponderación (6 puntos).

Criterio 3. Miembro de la Red de Emprendimiento del Atlántico: La unidad de emprendimiento deberá ser miembro activo de la Red de Emprendimiento del Atlántico REMA. Ponderación (4 puntos).

Después de utilizar los tres (3) criterios con su respectiva ponderación, dentro de la población establecida, se seleccionó un muestreo intencional de nueve (9) instituciones, por ser las unidades de estudios que pueden proporcionar más información a dicha investigación al aplicar el instrumento de recolección de datos.

Por otra parte, la técnica y recolección de datos según Hernández, Fernández & Baptista (2010), son las distintas formas de recolectar datos observables o la manera de obtener información, por cuanto representan verdaderamente los conceptos o variables objeto de estudio. Así mismo, Muñoz et al. (2001, citado por Bernal, 2010), plantean que la investigación cuantitativa utiliza generalmente las encuestas, entrevistas, observación sistemática, escala de actitudes y análisis de contenidos, entre otros, como instrumentos y técnicas para la recolección de información.

Para la recolección de la información, se aplicó un cuestionario dirigido a los directores, líderes, jefes o coordinadores de las unidades de emprendimiento, siguiendo una escala de actitud tipo Likert, con cinco alternativas de respuestas: Totalmente de Acuerdo (5), Medianamente de Acuerdo (4), Ni Acuerdo Ni Desacuerdo (3), Medianamente en Desacuerdo (2), Totalmente en desacuerdo (1).

En cuanto a la validez, el instrumento de recolección de datos fue sometido a un proceso de validez mediante la evaluación por parte de cinco (5) expertos en el área, quienes revisaron la pertinencia de los ítems con los objetivos, las variables, dimensiones e indicadores, así como los tipos de respuestas. Para validar la confiabilidad del instrumento, se realizó una prueba piloto. Luego de aplicado el cuestionario, se introdujo los datos en Microsoft Excel (versión 2010) se procedió al análisis aplicando la fórmula del coeficiente de Alpha – Cronbach dando como resultado 0,94, validando la aplicación del instrumento y su práctica.

Discusión y Resultados

Los resultados obtenidos demostraron que en el indicador de Espíritu Intraemprendedor, el 15% de los encuestados están medianamente de acuerdo en que en las unidades de emprendimiento se persuade más que se obliga a los miembros del equipo para que participen en nuevos proyectos. Así mismo un 11% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que se persuade más que se obliga a los miembros del equipo para que participen en nuevos proyectos.

Por otra parte, el 48% afirmaron estar medianamente en desacuerdo en que es permitido a los miembros iniciar algunos proyectos sin tener que consultarlo con los directivos, en que se persuade a los miembros del equipo para que participen en nuevos proyectos, y que los miembros pueden tomar decisiones autónomas en el desarrollo de proyectos. Así mismo un 26% están totalmente desacuerdo en que es permitido que los miembros inicien algunos proyectos sin tener que consultarlo con los directivos y en que los miembros pueden tomar decisiones autónomas en el desarrollo de proyectos.

Además de lo anterior, la media ponderada para el indicador Espíritu Intraemprendedor, obtuvo un valor de 2.15, lo que indica un desempeño bajo. Los resultados arrojados se contraponen con lo expuesto por Antoncic & Hisrich (2000) los cuales mencionan que el intraemprendimiento busca que los individuos al interior de las organizaciones persigan oportunidades sin considerar los recursos que actualmente ellos controlan y hacen cosas nuevas desviándose de lo habitual hacia la búsqueda de oportunidades.

En el indicador Pensamiento Estratégico, el 94% están medianamente de acuerdo, lo cual indica que de forma consciente se hace frente a situaciones difíciles del presente, con el fin de estar preparado ante el futuro y se usan estratégicamente las herramientas proporcionadas por las directivas. Así mismo, tan sólo un 6% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que de forma consciente se hace frente a situaciones difíciles del presente con el fin de estar preparado ante el futuro.



Así mismo, la media ponderada para el indicador Pensamiento Estratégico, obtuvo un valor de 3.94, lo que indica un desempeño alto en los aspectos que favorecen el pensamiento estratégico. Los resultados de este indicador están con la línea de pensamiento de Herrera (2005) en el sentido que el pensamiento estratégico es una de las herramientas más útiles para cualquier emprendedor.

En cuanto al indicador Trabajo en Equipo se obtuvo que el 26% de los encuestados están medianamente de acuerdo, lo cual indica que en las unidades de emprendimiento está bien visto la generación espontánea de equipos para asuntos laborales, y se fomenta el trabajo en equipo entre colaboradores de diferentes áreas.

De igual manera se obtuvo que el 44% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo que en las unidades de emprendimiento esté bien visto la generación espontánea de equipos para asuntos laborales, que se fomenta el trabajo en equipo entre colaboradores de diferentes áreas y se desarrollen programas de estímulo para el trabajo en equipo. Así mismo, el 19% afirmaron estar medianamente en desacuerdo en que se fomenta el trabajo en equipo entre colaboradores de diferentes áreas. De igual forma el 11% está totalmente en desacuerdo en que se desarrollan programas de estímulo para el trabajo en equipo.

Con relación a la media ponderada para el indicador Trabajo en Equipo, obtuvo un valor de 2.85, lo que indica un desempeño moderado en los aspectos asociados al trabajo en equipo. Estos resultados no concuerdan totalmente con lo sustentado por Chiavenato (2008) donde plantea que el trabajo en equipo conlleva enormes ventajas para las organizaciones y las personas. Para las primeras, los equipos rompen las tradicionales barreras interdepartamentales y facilitan la operación de la estructura funcional al lubricar las comunicaciones, mejorar la coordinación y la integración y, sobre todo, al reducir el tiempo de reacción.

Por último, en el indicador Toma de decisiones, el 15% manifestó estar totalmente de acuerdo y el 30% medianamente de acuerdo, arrojando un total del 45%

de los informantes claves con tendencia positiva, lo cual indica que la mayoría de las decisiones se toman con un grado de incertidumbre, y normalmente se evalúan alternativas innovadoras.

De igual manera se obtuvo que el 4% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo de que en las unidades de emprendimiento la mayoría de las decisiones se toman con un grado de incertidumbre. Así mismo, el 44% afirmaron estar medianamente en desacuerdo en que se permite a los miembros participar en la toma de decisiones, y que las decisiones se toman con un grado de incertidumbre. Por último, un 7% está totalmente en desacuerdo en que se permite a los miembros participar en la toma de decisiones y que las decisiones se toman con un grado de incertidumbre.

Por otra parte, la media ponderada para el indicador Toma de decisiones, obtuvo un valor de 3.00, lo que indica un desempeño moderado en los aspectos asociados a la toma de decisiones. Estos hallazgos no están tan en línea con Zaccaro (1995) en el planteamiento que los líderes construyen las soluciones a los problemas de las organizaciones a partir del análisis relacionado con su naturaleza.

Conclusiones

Después de analizar los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento para la recolección de datos, por medio del cual se buscó describir las características del liderazgo innovador que impulsan la cultura de innovación en las Unidades de Emprendimiento de las Instituciones de Educación Superior del departamento del Atlántico, generaron las siguientes conclusiones:

Entre los factores que promueven la cultura de la innovación en las Unidades de Emprendimiento de las Instituciones de Educación Superior del departamento del Atlántico, el Clima es el indicador más favorecedor, lo que significa que el personal puede expresar sus opiniones sin temor a represalias, se fomenta un ambiente para la innovación y las ideas propuestas por los miembros son valoradas; a este indicador le siguió el indicador Entorno, Estructura Organizacional y por último las Personas como el indicador menos favorecido.

El Pensamiento Estratégico es el indicador de la dimensión que más aporta a la cultura de la innovación, resaltando que en las Unidades de Emprendimiento de forma consciente se hace frente a situaciones difíciles del presente con el fin de estar preparado ante el futuro y que las herramientas proporcionadas por las directivas se usan de forma estratégica. Seguido a este indicador se ubica en segundo orden de importancia la Toma de decisiones, el Trabajo en Equipo y por último con un nivel bajo el Espíritu Intraemprendedor.

Se recomienda destinar un porcentaje significativo de las horas laborales para que el personal lidere y desarrolle proyectos personales alineados con la visión de la institución. Así como el promover e incentivar la participación del personal en nuevos proyectos institucionales, permitiendo un grado de autonomía razonable del personal en la toma de decisiones de proyectos específicos. Así mismo se recomienda fomentar y estimular el trabajo en equipo ya sea de la misma área o de diferentes áreas, premiando la conformación espontánea para asuntos laborales e involucrar al personal en la toma

decisiones específicas, promoviendo el don de la escucha y la comunicación para el aporte de ideas creativas e innovadoras.

Referencias

Antoncic, B., & Hisrich, R. (2000). Intrapreneurship Model in transition economies: A comparison of Slovenia and the United States. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 5 (1), 21-40.

Arias, F. (2006). El proyecto de Investigación Científica. Caracas: Paraninfo.

Bavaresco, A. (2006). Proceso metodológico en la investigación. Cómo hacer un diseño de investigación. Maracaibo-Venezuela. Editorial de la Universidad de Zulia.

Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación (Tercera ed.). Bogotá: Prentice Hall.

Castrillón, D. (2011). Del líder al humano en la organización. *Pensamiento y gestión* (31), 34-55.

Chávez, N. (2007) Introducción a la Investigación Educativa. Editorial La columna. Venezuela.

Chiavenato, I. (2008). Innovaciones de la Administración: Tendencias y Estrategias los Nuevos Paradigmas. México: MC Graw Hill.

Gómez, L., Vázquez, E., Romero, A., & Delgado, M. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuadernos de Gestión*, 11-24.

Hazy, J., Goldstein, J., & Lichtenstein, B. (2007). Complex Systems Leadership Theory. New Perspectives from Complexity Science on Social and Organizational Effectiveness. Mansfield: Isce Publishing.

Hellriegel, D., & Slocum, J. (2009). Administración Internacional. Thomson Editores.

Hellriegel, D., Jackson, S. y Slocum, J. (2009). Administración. 11ª edición, Thomson Editores, México, p. 501.



- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010) Metodología de la Investigación. México D.F. Editorial Mc. Graw Hill.
- Herrera, K. (2005). Gestión estratégica para el sector público. Del pensamiento estratégico al cambio organizacional. Gestión y Política Pública, XIV (002), 403-407.
- Hurtado, J. (2007) Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Valencia, Carabobo, Venezuela.
- Juárez, F. & Contreras, F. (2012). Liderazgo y complejidad, conceptualizaciones e implicaciones para la organización actual. Editorial académica española, Bogotá.
- Lanzas, A., Lanzas, V., & Castaño, J. (2006). Modelo administrativo para una unidad de emprendimiento en Instituciones Públicas De Educación Superior, caso universidad tecnológica de Pereira. Scientia et Technica, 239-242.
- Lyons, R. (2011). Caminos hacia un liderazgo innovador. Biz.
- Ramos, C. (2011). La universidad de servicio. Propuesta de un modelo interactivo entre instituciones socialmente responsables y el entorno socioproductivo. Maracaibo: Ediluz.
- Ramos, C. (2012). Cultura innovativa para la universidad de servicio en el marco de la responsabilidad social universitaria. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 287-302. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31025437003>
- Redacción El tiempo (2014). Los obstáculos y ventajas del país para emprender. Tomado de <http://www.el-tiempo.com/archivo/documento/CMS-14716909>.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento organizacional. Mc Graw Hill, México.
- Sabino, C. (2010). El proceso de la Investigación. Caracas – Venezuela. Editorial Panapo.
- Tamayo, M. (2006). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa.
- Vesga, R. (15 de septiembre de 2015). Emprendimiento e innovación en Colombia. Obtenido de <http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>
- Zaccaro, S. (1995). Leader resources and the nature of organizational problems: Commentary on Cognitive resources and leadership. Appl. Psychol., 32-36.

Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial

Corporate social responsibility as a factor in business management change

DOI:10.18041/2619-4244/dl.27.6269

Resumen

El presente artículo tiene como propósito analizar cómo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede ser una herramienta de utilidad para la construcción de una nueva forma de gestión empresarial, facilitadora de la creación de valor y mecanismo para fomentar relaciones redituables en lo económico, social y ambiental. Los resultados indican que el éxito organizacional no debe cimentarse sobre los principios tradicionales, sino que deben anclarse a procesos que desde la gestión empresarial estimulen componentes como la innovación de productos y servicios, generando de esta manera un escenario de desarrollo sostenible que finalmente se vea soportado por el crecimiento en el mediano y largo plazo. Finalmente, se concluye que la RSE es una política que contribuye a la transformación de la gestión, contribuyendo a crear escenarios de mayor competitividad y productividad.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial; Sostenibilidad; Valor agregado; Gestión empresarial; Competitividad; Productividad.

Abstract

The purpose of this article is to analyze how Corporate Social Responsibility (CSR) can be a useful tool for the construction of a new form of business management, facilitating the creation of value and a mechanism for promoting profitable economic, social and environmental relations. The results indicate that organizational success should not be based on traditional principles, but should be anchored to processes that from business management stimulate components such as innovation of products and services, thus generating a sustainable development scenario that is finally supported by growth in the medium and long term. Finally, it is concluded that CSR is a policy that contributes to the transformation of management, contributing to the creation of scenarios of greater competitiveness and productivity.

Keywords: Corporate social responsibility; Sustainability; Added value; Business management; Competitiveness and productivity.

Remedios Pitre Redondo

Economista, Docente Facultad Ciencia Sociales y Humanas, Universidad de la Guajira, Riohacha, Colombia.

Orcid:

<https://orcid.org/0000-0001-7373-1101>

Contacto: rpitre@uniguajira.edu.co.

Hugo Hernández Palma

Ingeniero industrial, Docente en la facultad de ciencias económicas, Universidad del Atlántico, Barranquilla, Colombia.

Orcid:

<https://orcid.org/0000-0002-3873-0530>

Correo:

Hugoherandezp@mail.uniatlantico.edu.co

Bertha Orozco Daza

Trabajo Social, Doctora en ciencia mención Gerencia, Docente Facultad de Educación Universidad de la Guajira, Riohacha, Colombia.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8237-7041>

Correo: Borozco@uniguajira.edu.co

Cómo citar: Hernandez Palma, H., Pitre Redondo, R., & Orozco Daza, B. (2020). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR DE CAMBIO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6269>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:

11 de Mayo de 2020

ACEPTADO:

29 de Agosto de 2020

Introducción

La responsabilidad social empresarial como premisa, según aportan Frynas & Tamahaki (2016), ha evolucionado a lo largo de los años, por lo que su impacto a nivel organizacional ha sido sumamente significativo, lo cual a ha llevado a que desde la academia se presente interrogantes relacionadas con la contribución real que estas generan hacia las organizaciones en la actualidad. Es por ello que en el presente estudio se desarrollan y plantean varios de los lineamientos fundamentales que sirven de norte sobre esta idea, esto realizado desde las diversas teorías, los enfoques, beneficios y dimensiones de la responsabilidad social empresarial, llegando así a una aproximación que permite orientar dicha idea hacia la gestión empresarial y sus modelos (Ortiz, 2013; Saker, Guerra y Silvera, 2015).

Al realizar un breve análisis sobre la evolución en el tempo de las teorías y los enfoques relacionados con la responsabilidad social empresarial, se aporta que durante el siglo pasado fue bastante evidente el constante procesos de cambios paradigmáticos que giraban en torno al concepto. Esto se debe a que en a partir de los años 20 la responsabilidad social empresarial comienza a verse involucrada con áreas como la filantropía y el asistencialismo (Cortina, 2009; Silvera, 2016). Posteriormente en los cincuentas se da la aparición de los primeros encuentros con el tema, gracias a libro Social Responsibilities of the Businessman realizado por mano de Bowen (1953), en el cual se plantea el gran papel que tienen los empresarios en la sociedad y que sus decisiones tienen un gran efecto en la vida de quienes se encuentren dentro y fuera de su entorno.

Siguiendo con el desarrollo de la idea, se aporta que la responsabilidad social empresarial, cobra más fuerza durante los años 70 donde uno de los planteamientos más representativos sobre la responsabilidad social empresarial, viene por parte de Friedman (1970) el cual genera un punto de quiebre gracias a su trabajo titulado A Friedman doctrine: The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits.

En contraste con el enfoque de Bowen, se aporta que la única responsabilidad de las organizaciones radicaba en destinar recursos para realizar actividades que mejoraran las condiciones de vida a nivel económicos. Siendo de base legal. Sobre ello, se generaron diversas ideas contrarias que consideraban que no solo debía ser desde lo económico (Voegtlin & Greenwood, 2016).

Seguidamente, al final de la década de los 70, el autor Andrews (1977) fija una importante postura sobre los planteamientos de Friedman, pues aporta que la que las estrategias realizadas por las empresas tienen un gran peso moral y social, por lo que no reconocer dicho impacto a nivel ambiental es una gran irresponsabilidad. Años más tarde, específicamente en los ochenta, Freeman (1984), aporta no solo la teoría de los stakeholders, sino que antepone los planteamientos realizados para la época, donde este se sustentó en la necesidad de un entramado articulado de expectativas y necesidades de los stakeholders con relación a la gestión empresarial para lograr crear valor para las organizaciones.

Por último, se aporta que desde la teoría se considera que la responsabilidad social empresarial debería está relacionada con los valores de la ética empresarial, por lo que actualmente diversos autores redimensionan la responsabilidad social empresarial en la cual esta debe formar parte de las estrategias empresariales para lograr generar un valor compartido (Porter y Kramer, 2006; Valenzuela, Linares y Suárez, 2015). A partir de dichos postulados, se considera que en día la responsabilidad social empresarial es vista como una de las bases fundamentales para lograr un sistema de gestión de todas las organizaciones que quieran ser competitivas y la vez considerarse como comprometidas con el entorno que la rodea, más allá de las posibles posturas filántropas que existieron en el siglo 20 (Amaeshi, 2016).

Tomando en cuenta este enfoque más profundo de la responsabilidad social empresarial, se aporta que el presente artículo de investigación se desarrolla como un proceso de una reflexión profunda sobre los

beneficios, dimensiones y aspectos que se deben tomar en cuenta para transformar la organización desde la responsabilidad social empresarial.

Metodología

El artículo de investigación se estructuró en un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) mixto, aplicando técnicas de análisis de contenido y teniendo en cuenta el método de reflexión inductiva, todo ello, soportado en los principales referentes teóricos asociados con la RSE y gestión empresarial. En función de lo planteado por McCusker y Gunaydin (2015) los estudios cualitativos enfatizan en los rasgos, características y cualidades subjetivas de los fenómenos, en este sentido, se ejecuta porque son difíciles de medir con medios numéricos para explicar su comportamiento. En este orden de ideas, se busca comprender la RSE como mecanismo para transformar la organización y satisfacer los diferentes grupos de interés con los que interactúa. Por su lado, Morse (2016) señala que la integración de los modelos mixtos aporta mayor valor a los resultados, pues el objeto se analiza desde diferentes puntos de vista.

En función de lo anterior, el estudio se apoya en el diseño documental utilizado como una herramienta viable en la profundización de múltiples fuentes secundarias, contrastando la posición de las teorías existentes y así contar con una visión propia sobre los hechos (Chohan, 2019). Complementariamente, el razonamiento inductivo contribuye a la reflexión partiendo desde lo general hasta lo particular (Abreu, 2014). Con base en estos parámetros, se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva de artículos científicos menores a siete (7) años escritos en idioma inglés y español, encontrados en bases de datos como Scielo, Elsevier, Redalyc, Dialnet, Springer, entre otras.

Seguidamente, se realizó una lectura analítica que permitiera identificar las diferentes posturas mostradas por los autores, organizando elementos clave como autor, año, título del estudio, objetivos, hallazgos y principales aportes en una matriz donde se sistematizaron las publicaciones, siguiendo lo recomendado en procesos de estas característica

(Gorsky y Mold, 2019), quienes manifiestan que para garantizar el carácter científico y rigurosidad de los resultados se deben cumplir al menos las características de autenticidad, credibilidad, representatividad e interpretabilidad en los documentos escogidos.

Resultados

Beneficios y dimensiones de la RSE a la organización Para el desarrollo de los resultados, del presente estudio es importante destacar que hoy en día se reconocen una variedad de estrategias enfocadas a la responsabilidad social empresarial que podrían contribuir al desarrollo de las organizaciones, entre estas se mencionan las cuatro mencionadas por Acosta (2010), que se observa en la siguiente figura:

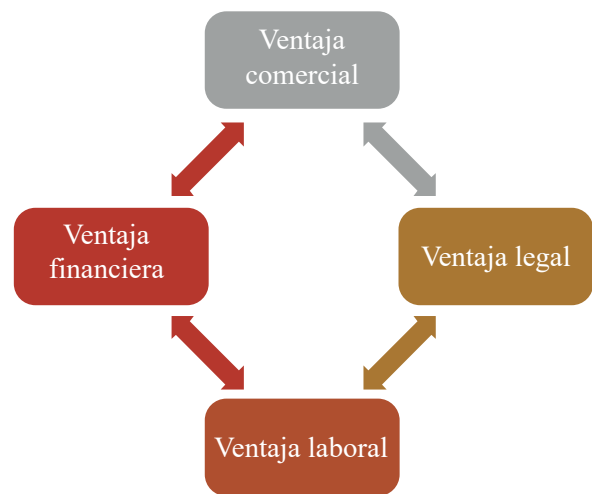


Figura 1. Cuatro beneficios de la RSE según Acosta
Fuente: Propia, con base a Acosta, 2010

Tomando en cuenta los beneficios mencionados en la figura anterior, se pueden explicar de manera más profunda a continuación:

- Ventaja comercial: Esta se encamina hacia la mejoría de la imagen de la empresa, así como también un aumento positivo de su reputación, esto permite facilitar la entrada a los mercados internacionales con un mayor nivel de competitividad, donde se tiene ventaja contra los competidores que no practican la responsabilidad social empresarial (Sanclemente, 2015).

- **Ventaja legal:** Representan una mejor relación con los llamados stakeholder, donde se logran establecer líneas de comunicación asertivas entre los grupos de interés y las organizaciones hacia intereses en común (Ibarra, 2014).
- **Ventaja laboral:** la aplicación de la responsabilidad social empresarial permite que las organizaciones sean capaces de captar a un capital humano de primera calidad donde se generen relaciones positivas a largo plazo (Salazar, Hidalgo y Manríquez, 2017).
- **Ventaja financiera:** dentro de la ventaja financiera se logra explicar que, al aplicar la responsabilidad social empresarial, se da una mejoría importante en los niveles de confianza de los inversores sobre las organizaciones, Da un acceso a fuentes de financiamiento que revisen el historial de la empresa más allá de los números (Martínez, Cabeza y Marbella, 2013).

De este modo se logra evidenciar como poner en practica la responsabilidad social empresarial dentro de una organización genera importantes beneficios no solo para las comunidades, si no para las mismas empresas. De este modo, al referenciarse con la Comisión de las Comunidades Europeas, se aporta que, en el año 2001, el libro verde encaminado hacia la RSE se plantea una definición de la responsabilidad social empresarial desde dos niveles; uno interno y otro externo, los cuales encaminan el accionar de la gestión de la RSE (Sánchez, Meléndez y Acosta, 2018).

Dimensión interna de la RSE

La dimensión interna de la RSE se encuentra referida hacia las practicas que se realizan dentro de una empresa, las cuales se fundamentan en cuatro aspectos fundamentales (Ortiz y Bandeira, 2015):

- **Gestión del capital humano:** dentro de este aspecto se deslindan las siguientes actividades fundamentales, tales como:
 - Prácticas y procesos éticos de contratación.
 - Disminución de la exclusión y discriminación dentro de la empresa.

- Apoyo a los trabajadores para lograr un equilibrio en su vida laboral, familiar y de ocio.

- Promover el proceso de aprendizaje y mejora continua.

- **Aspecto de la gestión de la seguridad y salud en el trabajo:** esta se encamina hacia las siguientes actividades:

- Promover el cumplimiento de la normativa relacionada a la seguridad y salud en el área de trabajo.

- Promover la creación de estrategias que creen un espacio fructífero para la seguridad y salud como factor condicional de productos y servicios de terceros.

- **Proceso de Adaptación al cambio:** el proceso de adaptación al cambio se encamina en las siguientes directrices:

- Tener siempre en consideración los intereses de las partes involucradas en el proceso de toma de decisiones enfocada al cambio.

- Búsqueda de la participación e involucramiento de todas partes por medio de líneas abiertas de comunicación.

- Promoción de la participación de entes públicos y la representación de los colaboradores.

- Participación de la autoridad pública y representación de los trabajadores.

- **Área de Gestión del Impacto ambiental y los recursos naturales:** Esta área de gestión se distribuye en:

- Crear una real conciencia de las organizaciones con relacionion a los grandes beneficios que puede traer una inversión en actividades un alto impacto ambiental.

- Motivación a crear sistemas de eco auditoría y eco gestión con miras a fomentar la gestión y la mejora en el ámbito ecológico.



Dimensión externa de la RSE

Sobre la dimensión externa de la responsabilidad social empresarial, se destaca que esta se encuentra relacionada hacia el impacto que generan las diversas acciones de las empresas hacia el medio ambiente externo, cuyos grupos de interés son los que están fuera del contexto de la misma organización (Chumaceiro, Hernández, Yori y Ziritt, 2013), se recomienda los siguientes lineamientos:

- Trabajo hacia las comunidades locales: esto se justifica en que las empresas deben ser capaces de brindar espacios de formación a las comunidades cercanas y promueven:

- La colaboración con otras entidades para mejorar la protección del ambiente y recursos no renovables.

- La contratación de grupos socialmente excluidos.

- La oferta de alternativas del cuidado de los hijos de los colaboradores en espacios sanos.

- Establecimiento de grupos comunales en las cercanías.

- El patrocinio de constantes actividades encaminadas hacia la cultura y deporte.

- Establecer redes con grupos comunales.

- Patrocinar actividades culturales, deportivas y de beneficencia.

- Procesos Socios comerciales con los proveedores y consumidores: esto se refiere a lograr tener una visión completa de las cadenas de producción lo cual permite observar claramente como los resultados del sector se afectan por acciones de los grupos de socios, así como también de los proveedores.

- Fortalecimiento y protección de los Derechos humanos: ciertamente, para que una organización se alinee con los planteamientos de la responsabilidad social empresarial, es necesario que se asegure de que sus miembros en su totalidad tengan un alto nivel de conciencia y respeto con los valores y lineamientos

de los derechos de cada ser humano.

- Gestión y respuesta ante los problemas ambientales a nivel mundial: es fundamental que una organización con RSE sea coherente con los lineamientos a nivel mundial, los cuales se encaminan hacia el desarrollo sostenible, así como con las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura (FAO).

En este sentido, se aporta que las acciones realizadas por parte de las organizaciones colombianas con relación a la responsabilidad social empresarial se evidencian por medio de los diversos estudios que realiza el ANDI (Asociación Nacional de Industriales), los cuales se encargan de estudiar las políticas y procesos que se desarrollan desde las organizaciones en la actualidad con el objeto de adaptarse a las diversas demandas relacionadas con la RSE que provienen de la sociedad actual. Para mostrar lo anterior de manera más clara, se expone la figura 2 que aborda dichos hallazgos:

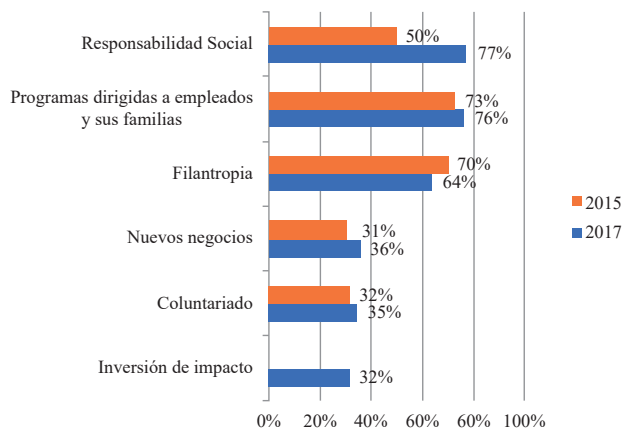


Figura 2. Acciones de RSE en las empresas colombianas
Fuente: Asociación Nacional de Industrias (ANDI), 2017

Se observa de los datos reportados por ANDI (2017) que entre el año 2015 y 2017 hubo una variación en cuanto a las acciones de responsabilidad social, pasando de 50% a 77%, representando un incremento del 54% con respecto al año evaluado. Asimismo, el segundo componente que surge en las empresas son los programas adelantados para mejorar



el bienestar de los empleados y sus familias, encontrándose una tendencia positiva alrededor del 3%. En tercer lugar, la filantropía es un elemento aun presente en la gestión de RSE en la empresa colombiana, sin embargo, es notorio un decremento de este indicador entre 2015 – 2017, pasando de 70% a 64%, con lo cual se puede confirmar que hay una transformación en la visión de la RSE en el país. Adicionalmente a este análisis, se muestra la motivación de las empresas para avanzar en mejores prácticas de RSE, tales cifras se revelan en la figura 3.

Conclusiones y discusiones

La aparición de la responsabilidad social empresarial y su posterior reconocimiento por parte del sector privado, según aporta Martínez (2010), ha traído como resultados que existan en la actualidad equipos y departamentos cuya función se encamina hacia la gestión de la RSE. Es por ello que resulta indispensable realizar un proceso de acercamiento hacia nuevos modelos de gestión organizacional, en donde existe un alto nivel de claridad con relación a los vínculos que existen entre las empresas y los enfoques de la la responsabilidad social empresarial. Desde la literatura se logra apreciar que no hay una clara definición de la gestión empresarial como proceso de RSE, donde se logra considerar que este proceso promueve la planificación, organización, ejecución y evaluación de la organización, siendo esto una pieza fundamental para mantenerse en el mercado mundial competitivamente (Terry, 2005).

En sentido, se aporta según Hernández, Barrios y Jiménez (2017), que la gestión empresarial aparece como una importante pieza de valor para lograr la dirección y la planificación de las empresas en lo relacionado a la competitividad y productividad. Es por lo anterior que se considera fundamental la identificación de los factores influyentes en la gestión por medio de los resultados de la misma organización (Rincón, 2012). De este modo, desde la teoría se observa como desde hace varios años se han dado importantes esfuerzos en materia del diseño de sistemas de gestión organizacional que logren incorporar las base fundamentales de la responsabilidad social empresaria (Perdiguero, 2005).

Ciertamente el factor competitivo es uno de los elementos más característicos tanto de las sociedades actuales tanto como de los mercados a nivel empresarial (Parejo et al, 2018); redefiniendo no solo la entrada de las nuevas tecnologías si no las dinámicas en si a través de nuevos trabajadores y clientes con exigencias y capacidades que crecen a una velocidad nunca visionada en la historia (Pitre et al, 2018). Esta garantiza, según las palabras de Raad et al (2018) el mejoramiento continuo de los procesos organizacionales.



Figura 3. Motivación principal de las empresas para avanzar en mejores prácticas de RSE
Fuente: ANDI, 2017

De acuerdo a lo reportado por ANDI (2017), se confirma que una de las principales motivaciones de la empresa colombiana para incorporar la RSE en su gestión empresarial tiene que ver con el fomento de la competitividad, específicamente, un 58% de las organizaciones se inclinan por esta opción. Por otra parte, otros manifiestan que la RSE se implementa por cambios en la regulación del gobierno, es decir, su visión se basa en el cumplimiento de normativas y regulaciones, asimismo, el posconflicto es un escenario que parece estar impulsando a las compañías a incorporar la RSE como política gerencial (25%). En virtud de estas cifras, se destaca que la perspectiva de la RSE en el empresariado nacional ha venido transformándose con el tiempo, pasando de modelos filantrópicos de bajo impacto a lineamientos más sólidos presentes a nivel estratégico, más allá de las potenciales acciones de mejora que aún se puedan desarrollar en este ámbito.

Como conclusión final, se aporta que el contexto competitivo actual ha hecho que las organizaciones se vean en la necesidad de innovar dentro de sus modelos de gestión en todos los sectores de la industria. Según aportan Tejedor, Ascoz, Pérez y Elola (2013), estos mismos cambios no solo se deberían realizar para mejorar la eficiencia de la organización, pues también se debería generar un desarrollo importante para permitir el fortalecimiento de la conciencia social (Palma, Arbeláez y Pardo, 2016), haciendo así una sociedad más justa y solidaria (Córdoba, 2017). Por último, con relación a las acciones encaminadas hacia la responsabilidad social empresarial, se aporta que diversos estudios han logrado demostrar que, en ciertas actividades, estos se convierten en factores para la mejorar del rendimiento dentro de las empresas, de manera más específica dentro de las Pyme del contexto colombiano.

Referencias

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204.
- Acosta, C. C. (2010). Responsabilidad social empresarial "Un aporte al proceso de desarrollo. *Revista de Tecnología*, 8(1).
- Amaeshi, K., Adegbite, E., Ogbechie, C., Idemudia, U., Kan, K. A. S., Issa, M., y Anakwue, O. I. (2016). Corporate social responsibility in SMEs: a shift from philanthropy to institutional works?. *Journal of business Ethics*, 138(2), 385-400.
- Andrews, K. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. Pamplona: Universidad de Navarra
- Asociación Nacional de Industrias (ANDI)- (2017). Panorama de la gestión social de 500 empresas en Colombia. Disponible en: [http://www.andi.com.co/Uploads/PANORAMA%20GESTION%20SOCIAL%20500%20EMPRESAS%202017%20\(1\).pdf](http://www.andi.com.co/Uploads/PANORAMA%20GESTION%20SOCIAL%20500%20EMPRESAS%202017%20(1).pdf)
- Bowen, H. (1953). Social responsibilities of the businessman. New York City, NY: Harper and Brothers.
- Chohan, U. W. (2019). *Documentary Research: Positing Innovations in a National Budget Process*. SAGE Publications Ltd.
- Chumaceiro Hernández, A., Hernández de Velazco, J., Yori Conill, L., y Ziritt, G. (2013). Responsabilidad social empresarial y políticas públicas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 19(2).
- Córdoba, S. O. (2017). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias y análisis*, (1), 137-156.
- Cortina, A. (2009). Ética de la empresa: No sólo Responsabilidad Social. *Revista portuguesa de filosofía*, 65, 113-127.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.



- Friedman, M. (1970). A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine* p. 32-32.
- Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 258-285.
- Gallardo- Vázquez, D; Sánchez- Hernández, M I; (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, () 14-31. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43328033001>.
- Gorsky, M., y Mold, A. (2019). *Documentary Analysis. Qualitative Research in Health Care*, 83-96.
- Hernández, H. G., Barrios, I. y Jiménez, A. (2017). El aporte del empresario barranquillero en el postconflicto: una mirada desde la responsabilidad social empresarial. *NOVUM: Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, (7), 131-145.
- Ibarra Padilla, A. M. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de derecho*, (41).
- Martínez F., C. E. (2010). RSE y lineamientos de investigación desde la perspectiva de la teoría de la gestión. En C. E. Martínez F., *Responsabilidad Social Empresarial: Una reflexión desde la gestión, lo social y lo ambiental* (págs. 1-41). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Martínez-Campillo, A., Cabeza-García, L., y Marbella-Sánchez, F. (2013). Responsabilidad social corporativa y resultado financiero: evidencia sobre la doble dirección de la causalidad en el sector de las Cajas de Ahorros. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 16(1), 54-68.
- McCusker, K., y Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion*, 30(7), 537-542.
- Morse, J. M. (2016). *Mixed method design: Principles and procedures*. Routledge.
- Ortiz, N. P. D. (2013). Responsabilidad social empresarial como expresión de avance del conocimiento del hombre desde la cultura organizacional. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 9(16), 121-131.
- Ortiz, N. P. D., y Bandeira, M. L. (2015). Responsabilidad social interna: entre la diferencia y el discurso en el escenario organizacional/Internal social responsibility: between the difference and the discourse in the organizational scenario/Responsabilidade social interna: entre a diferença eo discurso no cenário organizacional. *Cuadernos EBAPE. BR*, 13(2), 346.
- Palma, H. G. H., Arbeláez, D. A. C. y Pardo, A. R. (2016). La innovación empresarial como impulsora de las Pymes en la Región Caribe. *Revista Panorama Económico*, (24), 9.
- Parejo, I. B., Palma, H. G. H., Nuñez, L. N., Nuñez, W. N., & Acosta, A. R. (2018). The Organizational Climate and its Impact on Business Competitiveness: Perception of Colombian SMEs. *Contemporary Engineering Sciences*, 11(54), 2669-2677.
- Perdiguero, T. G. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial* (Vol. 52). Universitat de Valencia.
- Porter, M., y Kramer, M. (2006). *Estrategia y Sociedad*. *Harvard Business Review América Latina*, 84(12), 42-56.
- Raad, A., Barrios, I., Niebles, L., Niebles, W., Hernández, H. (2018). Financial Planning as a Competitive Tool for SMES. *Indian Journal of Science and Technology*, 11(25).
- Redondo, R. P., Cárdenas, M. J., Daza, B. C. O., & Cataño, C. L. M. (2018). Integrated Management Systems as a Tool for Strengthening and Competitiveness in Higher Education Institutions in Colombia. *Contemporary Engineering Sciences*, 11(43), 2135-2147.
- Rincón, F. A. (2012). El diagnóstico empresarial como herramienta de gestión gerencial. *Aglala*, 3(1), 103-120.



Saker, J., Guerra, M. y Silvera, A. (2015). Calidad humana en el clima organizacional: influencia en la gestión de empresas responsables. *Revista Económicas CUC*, 36(2), 113-126.

Salazar, A. L., Hidalgo, J. F. O., y Manríquez, M. R. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46.

Sánchez, M. L. Z., Meléndrez, L. D. C. E., & Acosta, M. G. D. (2018). Responsabilidad social empresarial (RSE) en las PYME'S. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, (23).

Sanclemente-Téllez, J. C. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) de los pequeños distribuidores minoristas. *Clío América*, 9(17), 42-56.

Silvera, A. (2016). Resignificación del tejido social en la relación escuela Comunidad. *Disertación doctoral no publicada. Universidad Simón Bolívar. Colombia.* Silvera, A., Corredor, A., Bermeo Duque, H., Ramírez, C., y Van Son, N. (2016a). Centros de desarrollo empresarial zonal: experiencias significativas de desarrollo sostenible en Medellín. *Revista Lasallista de Investigación*, 13(2).

Tejedor, A. C. P., Tejedor, J. P., Ascoz, J. M. C., Pérez, M. A. R., y Elola, L. N. (2013). Comparación de los modelos de evaluación de la excelencia empresarial. *Tourism y Management Studies*, 4, 1058-1072.

Terry, T. (2005). Control interno, herramienta crucial para lograr el éxito empresarial, publicada el 11 de octubre de 2011.

Valenzuela, P., Rascón, D., Espinoza, F., y Caballero, M. (2015). Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva.

Voegtlin, C., & Greenwood, M. (2016). Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis. *Human Resource Management Review*, 26(3), 181-197.

Responsabilidad ambiental como estrategia competitiva de las organizaciones

Environmental responsibility as a competitive strategy of organizations

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6644

Resumen

La inquietud por el medio ambiente es sólo una preocupación antropocéntrica que busca la manera de seguir existiendo. El desarrollo de las máquinas y la tecnificación industrial se presenta como sinónimo de progreso social, aunque dicho proceso traiga consigo ciertos riesgos que pueden afectar el entorno natural en el que se desenvuelve el ser humano. Es por esto que es de vital relevancia que se aborden temas de sostenibilidad y responsabilidad, económica-social-ambiental, especialmente al interior de las empresas que generan de alguna manera un impacto, con el fin de mitigarlo y reconvertirlo. El presente trabajo, hace una revisión documental para dilucidar la relevancia de la responsabilidad social y ambiental de las empresas, así como las consecuencias y beneficios que la implementación de éstas implica. También se ofrece una vista panorámica del surgimiento del nuevo paradigma de responsabilidad ambiental y la relevancia de los impactos ambientales en relación con las empresas.

Palabras clave: Responsabilidad; Empresa; Medio ambiente; Sostenibilidad; Ecosistema.

Abstract

The concern for the environment is only an anthropocentric concern that seeks to continue existing. The development of machines and industrial technology are presented as synonymous with social progress, although this process brings with it certain risks that can affect the natural environment in which the human being develops. This is why it is of vital importance that issues of sustainability and economic, social, and environmental responsibility are addressed, especially within companies that generate an impact in some way, in order to mitigate and reconvert it. The present work makes a documentary review to elucidate the relevance of the social and environmental responsibility of the companies, as well as the consequences and benefits that the implementation of these implies. It also offers a panoramic view of the emergence of the new paradigm of environmental responsibility and the relevance of environmental impacts in relation to companies.

Keywords: Responsibility; Company; Environment; Sustainability; Ecosystem.

Julían Collantes Rubio

Aspirante de Maestría en Administración.
Universidad del Quindío.
Contacto: juliankdx@hotmail.com.

María Patricia Giraldo Correa

Magister Gestión de Organizaciones. Docente
Universidad del Quindío.
Contacto: mpgiraldo@uniquindio.edu.co.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9169-1625>

Cómo citar: Giraldo Correa, M. P., & Collantes Rubio, J. (2020). *Responsabilidad Ambiental Como Estrategia Competitiva De Las Organizaciones. Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6644>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
19 de Mayo de 2020
ACEPTADO:
13 de Agosto de 2020

Introducción

Históricamente la evolución del hombre y el crecimiento de la especie Humana, ha configurado la dinámica social, la cual, se ha desarrollado tanto en el campo práctico como en el intelectual. Práctico, en el sentido que ha sentido la necesidad de crear artefactos para transformar su vivir; intelectual en tanto que, ha creado costumbres morales, sociales, éticas, comerciales y económicas, permitiendo así, correlación social e interacción mundial. Así pues, todas estas dinámicas han empujado al hombre a una constante evolución generacional en todos los aspectos, lo cual lo ha llevado a adentrarse en un mundo organizacional.

El mundo de hoy tiene procesos progresivos que a primera instancia son imparables e incontrolables. El avance de las telecomunicaciones, como también del área industrial, hace que las condiciones de vida sean "mejores" que en días pasados e inexplicablemente dan sensación de una mayor comodidad social. En este orden de ideas y en contraste con la historia, es indiscutible que el mundo está en un constante cambio, en un proceso imparables de descubrimientos y avances tecnológicos que buscan, sin duda, el mejoramiento de las condiciones de la vida humana. Aunque dicha "tendencia general era aceptar la actividad industrializadora como el único camino hacia el progreso y la prosperidad. Los efectos negativos eran considerados como el precio a pagar por la industrialización (Kras, 1994, pág. 12).

Ante el progreso intelectual y la revolución industrial que se ha venido generando por la competitividad empresarial, "las empresas deben ser responsables en su trato con los trabajadores, clientes, gobierno, así como con el medio ambiente. Deben colaborar en la construcción de una sociedad mejor para vivir, en la que se integren los esfuerzos de todos los interesados" (Barroso, 2008, pág. 74). Además,

[...] los empresarios deben estar más convencidos de que el éxito económico no depende únicamente de una estrategia de aumento de los beneficios, sino de la protección del medio ambiente y el fomento de la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores" (Lacruz, 2005, pág. 40).

Por lo tanto, la sociedad de hoy exige que las acciones de las empresas se replanteen, no solamente

en función del beneficio propio, sino también con la intención de aportar a su entorno social, pensando a la vez en la reducción del impacto que a éste puedan causarle, es decir,

Crear valor y generar beneficios para sus propietarios y accionistas; pero también puede contribuir al bienestar de la sociedad. Hoy en día, los empresarios deben estar más convencidos de que el éxito económico no depende únicamente de una estrategia de aumento de los beneficios, sino de la protección del medio ambiente y el fomento de la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores" (Lacruz, 2005, pág. 40).

A pesar de esto, de las propuestas y normativas que existen en torno al tema, todavía hay empresas que no contribuyen con la minimización del impacto ambiental, ya sea por falta de conocimiento de dichos contenidos o por falta de políticas más pertinentes y efectivas en capacitar e incentivar a las empresas a contribuir con los requerimientos ambientales, cada vez más necesarios.

La presente condición medioambiental sumada a la razonabilidad del Hombre actual, ha permitido que se perciba que los cambios drásticos que se han generado en el ecosistema son una amenaza para la vida humana. Por lo tanto, la preocupación por las próximas generaciones ha propiciado discusiones que buscan un mayor bienestar para el presente y futuro de la sociedad. Ante estas circunstancias se hizo necesario hacer una revisión documental para evaluar los siguientes interrogantes:

¿Cómo la responsabilidad social empresarial permite establecer un vínculo empresa-sociedad que cree bienestar para todos y a la vez pueda repercutir en un éxito financiero?

¿De qué manera genera reputación a nivel social y ventajas competitivas la implementación de una responsabilidad social y ambiental en la empresa?

¿Qué consecuencias y beneficios implica la implementación de la responsabilidad social y ambiental de la empresa de hoy en América Latina, a diferencia de otras regiones?

Los objetivos del presente artículo de revisión, radican en exponer la importancia de la responsabilidad social en la empresa, cultivando así una relación

con la sociedad; la responsabilidad ambiental como generador de reputación y competitividad empresarial y, por último, ¿Cómo la responsabilidad ambiental es un factor clave para la subsistencia de la empresa de hoy (beneficios y consecuencias de su implementación en Latinoamérica)?

La Responsabilidad social (RS)

Haciendo una revisión histórica y parafraseando a Pérez, Espinoza y Peralta (2016), el concepto de responsabilidad social no tiene una fecha específica, aunque se podría concluir que es el resultado de valores morales y disputas sociales que fue permitiendo ir contextualizando tal concepto. Podría decirse que incluso desde el siglo XIX las compañías comienzan a pensarse a sí mismas en función de sus dinámicas internas y su interacción con la sociedad, es decir, que en ella “se consiguen logros con el objetivo final de la obtención de un beneficio económico que repercute tanto en la propia organización, como en sus integrantes, y consecuentemente, en el conjunto de la sociedad” (Carneiro, 2008, pág. 14).

Así, se reinterpreta el papel del trabajador como elemento valioso de la industria; la devolución que la empresa debe hacer en la sociedad en la que se encuentra, por medio de inversión social y también por medio de la mitigación del impacto ambiental, que poco a poco fue incorporándose en las prácticas empresariales y en las normativas públicas. En otras palabras, “Los valores de la empresa se insertan en los valores sociales, difundidos desde los medios de comunicación. La empresa no puede articular sus valores de manera inteligible para la sociedad si carece de sensibilidad hacia los valores emergentes en ella” (Paladino & Álvarez, 2006, pág. 9).

En este orden de ideas, podríamos dilucidar que la perspectiva de responsabilidad social empieza a tener sus matices en la fundamentada Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 y posteriormente con “estándares internacionales mínimos para la protección de los derechos y libertades fundamentales del individuo” (Oficina del Pacto Global en Argentina, 2004). Es decir, que la responsabilidad social tiene como base fundamental los Derechos Humanos, por lo tanto, el imperativo de

la Responsabilidad Social (RS) es: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos” (Oficina del Pacto Global en Argentina, 2004). En síntesis, cada persona es única e igual, independientemente del color, religión o raza, y tiene derecho a:

la vida, la libertad y la seguridad; a liberarse de la esclavitud, servidumbre, tortura o trato inhumano o degradante, o castigo; a tener un sistema jurídico nacional en consonancia con las Declaraciones, Tratados y Convenciones Internacionales sobre derechos humanos ratificadas por la Constitución y legislación nacional; al reconocimiento como persona ante la ley, a una protección igual ante la ley, al recurso legal ante un tribunal de violación de derechos humanos, a la no detención arbitraria; a un juicio justo ante un tribunal Independiente; a la presunción de Inocencia y a no estar sujeto a una ley penal retroactiva (Oficina del Pacto Global en Argentina, 2004, pág. 24).

En concordancia de lo anterior, los organismos públicos y privados están en la obligación de implementar, mantener estándares de dignidad humana que se aplica en el concepto de responsabilidad social a nivel del Estado y responsabilidad empresarial a nivel de cada empresa particular.

Responsabilidad social empresarial (RSE)

La (RSE) o también entendida como responsabilidad social empresarial, puede comprenderse como el medio que contribuye a una mejor sociedad, en tanto que favorece el bienestar de sus empleados, como también a sus clientes en general. En este orden de ideas, son prácticas que se gestionan al interior de las organizaciones con el fin de favorecer el crecimiento de los colaboradores, como también, el éxito de las empresas.

La concepción de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) va vinculado a deberes y obligaciones, compromisos legales y éticos en relación de las actividades que surgen en el ámbito social y laboral. Teniendo en cuenta, que la obligación de las RSE:

Va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por seguro el respeto hacia las obligaciones



y compromisos establecidos, así como su estricto cumplimiento. Esto dependerá en gran medida de la gestión administrativa que desarrolle la empresa y cómo asegura que éstas, efectivamente se cumplan. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medioambiente son el punto de partida (Jácome, Salazar, & Borja, 2017, pág. 1150).

Esto se interpreta como una responsabilidad de la empresa en sí misma, en cuanto ésta se dedica a una actividad determinada y como tal responde a leyes determinadas. En otras palabras:

Desde la gestión empresarial se asegura el cumplimiento de estas normativas básicas, esto es un aspecto que no se corresponde con la RSE en sí misma, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. La evaluación de la RSE estaría determinada en este contexto en el cumplimiento por parte de la empresa de la legislación de referencia para su actividad (Jácome, Salazar, & Borja, 2017, págs. 1150-1151).

En este contexto, se puede decir que en la actualidad hay muchos discursos que se gestan sobre (RSE) por lo tanto, los gerentes, directivos y propietarios son conscientes de las implicaciones positivas o negativas que puede generar la responsabilidad social corporativa al nivel interno y externo de las organizaciones; debido a esto, las tendencias empresariales del mundo actual, están conscientes del impacto que pueden generar, por lo cual, como diría Barroso (2008), por un lado,

algunos economistas piensan que si las empresas sacrifican parte de sus ganancias en nombre de la responsabilidad social, se podrían volver menos atractivas para inversionistas, trabajadores y consumidores, pereciendo a la larga (pág. 82), [Pero por otro lado,] [...] los que creen en la RSE responden que es posible ser exitoso al administrar de manera socialmente responsable debido a que las empresas pueden obtener más ganancias y ser más competitivas en un ambiente en el que todos ganen, logrando un mayor compromiso de sus trabajadores, mejorando su imagen ante clientes, proveedores, accionistas y

gobierno, manejando mejor sus recursos e incrementando la calidad de vida de quienes trabajan en ellas y en las comunidades (pág. 82).

Para Verduzco (2006), citado por Barroso (2008) "la perspectiva más difundida internacionalmente es la que identifica la RSE con el desempeño corporativo, entendiendo esto como el papel que deben desempeñar las empresas en beneficio de sus respectivas comunidades" (pág. 78). En este orden de ideas, Barroso (2008) también cita a Gallopín, Correa y Núñez (2005) cuando afirman que

Las empresas están conscientes del creciente desafío de cuantificar el impacto que sus actividades, procesos, productos y servicios tienen sobre el medio ambiente y el entorno social. La tarea a la que se enfrentan es la de ser capaces de alinear su quehacer con los retos que surgen de un compromiso de responsabilidad social, por lo que se requiere un cambio de conducta que permita a las empresas ser más benéficas social y ambientalmente, lo que como resultado debe llevarlas además a una mejoría económica. Las medidas que adopten deben mitigar los impactos ambientales sin afectar las utilidades de sus accionistas, esto es, hacer uso eficiente de los recursos, traducir esas acciones en ahorros y generar un aumento en el valor de la empresa (pág. 76).

No obstante, muchos teóricos sustentan que la RSE todavía es algo ambiguo, ejemplo de esto es lo que argumenta Rochlin (2005) al indicar que "todavía hay mucha confusión sobre su alcance real porque hay quienes la confunden con actos de buena voluntad como construir escuelas en los lugares donde operan sus empresas o incluso con filantropía, como donar a fundaciones culturales o artísticas" (pág. 33).

Desde una misma perspectiva, se puede decir que es imposible dar una definición estandarizada de la RSE, aunque lentamente trata de configurarse este concepto:

Según Porto y Castromán (2006) citados por Barroso (2008), No se ha logrado una definición de la RSE comúnmente aceptada ni existe institución internacional alguna con el poder de desarrollarla. Sin embargo, paulatinamente se va acotando este concepto y

se resalta su carácter de iniciativas voluntarias en torno a tres aspectos: el medioambiental, el laboral y la ética del comportamiento empresarial con los diversos grupos con los que se relacionan las empresas (pág. 75).

Sin embargo, según Rochlin (2005) citado por Barroso (2008), este enfoque trae varios problemas en su implementación, específicamente adolece de tres problemas:

En primer lugar, en el mejor de los casos, suele tener un enfoque inmediateista en cuanto a que se cumpla con las normas establecidas; segundo (y aquí radica un peligro mayor), las leyes, normas y estándares difieren entre países y sectores y a veces no basta con cumplir con ellas porque la sociedad espera más de las compañías. Se dan casos de empresas que han contado con todos los requisitos para operar según las normas de sus países, pero si dichas normas son ineficientes o abarcan la realidad de manera incompleta, aun cumpliéndolas es posible ocasionar deterioro social o en el medio ambiente. Un tercer problema es la posibilidad de dejar de lado cualquier posibilidad de incorporar la RSE en las decisiones y conductas estratégicas que moldearán el futuro de la empresa (págs. 75-76).

Otro riesgo que se corre es pensar el RSE como una carga impuesta, aferrados a los viejos modelos empresariales, o que se trata de una moda pasajera. Lo cierto es que en algún momento las empresas que se nieguen a entrar a esta nueva dinámica, perderán progresivamente competitividad. En otras palabras:

Sin embargo, a pesar de los avances la fijación en las viejas visiones, o la actitud de que la cuestión es simular que se hace RSE mientras la supuesta "moda" pasa, siguen vigentes. En el caso de Latinoamérica hay importantes esfuerzos en marcha, como los que está liderando la Fundación Carolina, institución pionera en tantos campos, pero también resistencias significativas. Los costes son altos. Las empresas atrasadas en RSE lo pagarán cada vez como indican múltiples fuentes, con menos competitividad, baja productividad del personal, y rechazo de consumidores e inversionistas (Klilsberg, 2006, págs. 4-5).

Sin embargo, y a pesar de los riesgos de asumir un nuevo modelo, la implementación de estrategias RSE en la empresa trae muchos posibles beneficios, mejores recursos, talento y posicionamiento en el mercado. Así:

El enfoque de la buena gestión empresarial Waddock y Graves (1998), o del impacto social. Preston y O'Bannon (1997), argumentan que hay una elevada correlación entre la práctica de una buena gestión empresarial y la RSE, simplemente porque la RSE mejora las relaciones con los principales grupos de interés, generando un mejor resultado global. Esta perspectiva se basa en la teoría de los stakeholders Freeman (1999) según la cual la satisfacción de las expectativas de los diversos grupos de interés conducirá a resultados favorables para la empresa. En este sentido, el comportamiento socialmente responsable por parte de la empresa permitirá atraer mejores recursos (Cochran y Wood (2017); Waddock y Graves (1998); atraer talento Greening y Turban (2000), mejorar el posicionamiento de los productos y servicios en el mercado, Moskowitz (1972); e incluso crear nuevas oportunidades Fombrun, Gardberg y Barnett (2002).

En concreto, tener buenas relaciones con los empleados, por ejemplo, conduce a una mejora de su motivación, productividad y satisfacción Freeman (1999). Asimismo, mantener excelentes relaciones con la comunidad podría implicar iniciativas del gobierno local dirigidas a frenar el aumento de los impuestos o a reducir la regulación. Todo ello reduciría los costes para la empresa y mejoraría sus resultados Rehbein, Waddock y Graves (2004); Barnett y Salomón (2006).

Medio ambiente

Generalmente se puede decir que el medio ambiente es todo el ámbito natural que rodea al hombre y que se configura a partir de ecosistemas complejos que se relacionan unos con otros y de los cuales depende el hombre irremediablemente como especie. Es así que:

Los ecosistemas - redes complejas de organismos vivos y otros recursos naturales - sustentan de manera esencial el bienestar humano e impulsan el crecimiento económico con los servicios que ofrecen, como los



alimentos, el agua, la polinización y la regulación del clima. Así pues, su salud continuada será fundamental para la ambición mundial de alcanzar un desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2015, pág. 22).

En este sentido, podríamos decir que el ámbito natural es la base de la especie humana, en tanto que nos brinda los alimentos y los recursos necesarios para el desarrollo económico de los países, por estas razones, podríamos afirmar que el medio ambiente no necesita estrictamente del ser humano, sino todo lo contrario. En este orden de ideas, la variabilidad climática y los cambios agresivos en la temperatura, se deben en cierta medida a la intervención del hombre en el equilibrio de los ecosistemas. Sin embargo, según la Organización Meteorológica Mundial (2013), sustenta que el planeta tierra está en un constante cambio climático que se ha dado por siglos, tanto por constantes fenómenos naturales como por la intervención humana. En este sentido, los cambios naturales que se han generado en el clima a través de siglos, obedecen a los ciclos y las tendencias de la órbita de la Tierra, la radiación solar incidente, la composición de los océanos, la biosfera y otras muchas causas, entre las cuales también encontramos la mano del Hombre.

Incidentes humanos:

Salcedo, San Martín y Barber (2010) afirman que:

Desde que nuestra especie apareció en el planeta, se ha provocado una constante e intensa transformación de la naturaleza en búsqueda del sustento y la seguridad. Con el paso del tiempo, los efectos de la actividad humana en los procesos naturales han alcanzado tal magnitud que las alteraciones causadas, en muchos casos, ya son imposibles de revertir (pág. 18).

En contraste con lo anterior, el hombre ha influido forzosamente en el cambio ambiental. No obstante, hay que tener en cuenta que las variables del cambio climático según la Organización Meteorológica Mundial (2013):

Se refiere a los cambios a largo plazo del estado medio del clima y también puede deberse a factores

naturales. Sin embargo, los rápidos cambios que se han producido desde mediados del siglo pasado se han debido, en gran medida, a las emisiones de gases de efecto invernadero de la humanidad en la atmósfera. Otras actividades humanas que también afectan al sistema climático son las emisiones de contaminantes y otros aerosoles, y las modificaciones de la superficie terrestre, tales como la urbanización y la deforestación.

Consecuencias

Las transformaciones inconscientes que se han venido desencadenando a través de los años se denominan detrimento del hábitat natural. Las modificaciones ecosistémicas en última instancia, son difíciles de recuperar o incluso quedan inservibles por mucho tiempo, de tal manera que el sustento económico, natural y la salud Animal y Humana que depende de los ecosistemas, empieza a tener riesgo de supervivencia, pues, las magnitudes modificadoras de los sistemas naturales, como lo resalta el Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (2015): "Cada año, la contaminación atmosférica causa 7 millones de muertes prematuras en todo el mundo, más de la mitad atribuible a la contaminación del aire en espacios abiertos. Lo lamentable es que esas muertes podrían evitarse perfectamente" (pág. 49).

Ahora bien, la medición histórica que se ha hecho de la contaminación atmosférica y el efecto invernadero, puede evidenciar que la pérdida de la capa de ozono y la filtración de los rayos ultravioletas son los generadores de las olas de calor que calientan y afectan a todo el planeta, por lo tanto:

El período comprendido entre 2001 y 2010 fue el decenio más cálido jamás registrado desde que se empezaron a realizar mediciones en la época moderna hacia 1850. Se estima que la temperatura media mundial del aire sobre la superficie terrestre durante este período de 10 años fue de $14,47\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 0,1\text{ }^{\circ}\text{C}$, es decir, $0,47\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 0,1\text{ }^{\circ}\text{C}$ por encima de la media mundial del período comprendido entre 1961 y 1990 que fue de $+14,0\text{ }^{\circ}\text{C}$ y $+0,21 \pm 0,1\text{ }^{\circ}\text{C}$ por encima de la media mundial registrada entre 1991 y 2000. Esto es, $0,88^{\circ}\text{C}$ por encima de la temperatura media durante el primer decenio del siglo XX (1901-1910) (Organización Meteorológica Mundial, 2013).

Tabla 1.
Cambio climático y Anomalías de temperatura

		Anomalía de temperatura (°C)		
Región		2001–2010 (A)	Año más/menos cálido de 2001–2010 (B)	Decenio más cálido/frío registrado (C)
Mundo	Tierra	+0,79 °C	2007(+0,95°C) 2004/2001 (+0,68 °C)	2001–2010 (+0,79 °C) 1881–1890 (–,51 °C)
	Océano	+0,35 °C	2003 (+0,40°C) 2008 (+0,26°C)	2001–2010 (+0,35°C) 1901–1910(–0,45 °C)
	Tierra–océano	+0,47 °C	2010 (+0,54°C) 2008 (+0,35°C)	2001–2010 (+0,47°C) 1901–1910 (–0,45 °C)
	Tierra	+0,90 °C	2007 (+1,13 °C) 2004 (+0,76 °C)	2001–2010 (+0,90°C) 1881–1890 (–0,52 °C)
Hemisferio norte	Océano	+0,41 °C	2005 (+0,47°C) 2008 (+0,33°C)	2001–2010 (+0,41 °C) 1901–1910(–0,39 °C)
	Tierra–océano	+0,60 °C	2010 (+0,69°C) 2008 (+0,53°C)	2001–2010 (+0,60 °C) 1901–1910 (–0,38 °C)
	Tierra	+0,48 °C	2005 (+0,67°C) 2001 (+0,34 °C)	2001–2010 (+0,48 °C) 1901–1910 (–0,53 °C)
Hemisferio sur	Océano	+0,29 °C	2002 (+0,34°C) 2008 (+0,20°C)	2001–2010 (+0,29°C) 1901–1910 (–0,51 °C)
	Tierra–océano	+0,33 °C	2009 (+0,38°C) 2008 (+0,24°C)	2001–2010 (+0,33 °C) 1901–1910 (–0,51 °C)

Fuente: Recuperado de: El estado del clima mundial (2013)

Responsabilidad ambiental como estrategia de competitividad

Las graves problemáticas ambientales que se han gestado en las empresas, han ido cobrando interés en las últimas décadas, ya que la afectación social que han ocasionado se constituye como falta de responsabilidad social, por tal motivo, la responsabilidad ambiental en las empresas se hace vinculante a la responsabilidad social. Es por esto que se hace necesario el surgimiento de un nuevo punto de vista en la relación empresa-ambiente que ofrezca alternativas de ganancia a largo plazo y que también repercutan en el equilibrio del entorno. Así, se puede ver que:

La responsabilidad ambiental según Gardetti (2004) citado por Senior, Narváez, Fernández y Revilla (2007), posee un fundamento ético y operativo, el

cual, por un lado, está fundado en una ética de reciprocidad y compromiso (intergeneracional) que impulsa hacia una forma distinta de gestionar, producir, consumir y relacionarse entre las empresas y su entorno. Así mismo, responde a necesidades “operativas” de los diferentes agentes públicos y privados, expresadas en la búsqueda de una mayor innovación y (Eco) eficiencia traducida en un mejor resultado en el cumplimiento de sus respectivas misiones. Por ejemplo, la empresa puede ser rentable a largo plazo; la entidad fiscalizadora puede ser efectiva en su labor; o la ONG puede fortalecer su sostenibilidad y desarrollo institucional” (pág. 3).

Para reducir el impacto también es importante afincar la responsabilidad ambiental en los procesos internos de la empresa, previniendo daños, optimizando procesos, y manejando eficientemente los recursos, Senior et al (2007), además cita los



planteamientos de Núñez (2003) en cuanto a que:

La responsabilidad ambiental en el plano interno o intramuros, con implicaciones que aseguran una adecuada gestión de los residuos, prevención de los posibles daños o impactos ambientales derivados de la propia actividad (solución de “comienzo de tubería”), estímulo y desarrollo de la ecoeficiencia, maximización de los posibles beneficios ambientales de la actividad, y en general utilización de los recursos naturales pertinentes (pág. 486).

Del mismo modo, Senior et al (2007), indican que el Banco Mundial (2002), refiere:

Al Pacto Mundial o Global Compact, perteneciente a la Organización de las Naciones Unidas (ONU), como una iniciativa internacional voluntaria considerada la más importante en responsabilidad ambiental y social. Esta iniciativa está basada en el cumplimiento de diez principios adoptados por las empresas y posteriormente retomados por otras políticas empresariales y financieras tales como Global Reporting Initiative, GRI, FTSE4Good.

En este orden de ideas, es de vital relevancia implementar un enfoque de responsabilidad que se funde en un principio de precaución, tratando los problemas incluso antes que éstos se generen. Es por esto que:

Según Núñez (2003) citado por Senior et al (2007), estos principios abarcan entre otros aspectos los relacionados con la protección y mejora del medio ambiente y el crecimiento económico a través de la adopción del enfoque precautorio; tomar medidas para fomentar la responsabilidad ambiental e impulsar el desarrollo y difusión de tecnologías no contaminantes (lo cual incluye sistemas de gestión, autorregulación, diálogo con los “stakeholders”, eco-eficiencia y producción limpia). La Comisión de las Comunidades Europeas (2002), hace mención a la proliferación de iniciativas internacionales en esta materia las cuales han sido importantes especialmente en la conformación de criterios generales de responsabilidad ambiental (pág. 4).

Ahora bien, en “La Cumbre de la Tierra (1992), realizada en Río de Janeiro, donde participaron 176 Gobiernos, 108 jefes de Estado, los principales

representantes de la sociedad civil y del sector económico. Allí el desarrollo sostenible adquirió protagonismo y pasó de ser un concepto sólo local a global. A raíz de ello se estableció el Programa 21, un plan de acción considerado como el principal instrumento para el manejo del medio ambiente en la mayor parte de las regiones del mundo”.

En síntesis, la preocupación medio ambiental es innegable. La inquietud por el presente y las próximas generaciones, ha generado discusiones que buscan un mejor bienestar para el presente y futuro, por tal motivo, y en consonancia de la importancia del ámbito natural surgen disertaciones, planteamientos como lo son:

- El estado del clima mundial 2001–2010 un decenio de fenómenos climáticos extremos informe resumido diagnóstico y manejo ambiental del agua y suelo.
- Guía del Pacto Global Una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial.
- Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa.
- El desarrollo sustentable. Modelo de conciliación entre el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente.
- ISO 14001:2015.

En consonancia con lo anterior, la responsabilidad ambiental está cobrando un valor importante, ya que está comprometida con la sostenibilidad social, económica y natural. Así pues, se hace necesario un desarrollo sustentable que pueda conciliar la relación economía-sociedad-ambiente.

Ventajas de la responsabilidad ambiental en las corporaciones

Si hablamos de ventajas competitivas en torno al tema ambiental al interior de las empresas, nos viene a la mente de forma inmediata una reducción de costos y aprovechamiento máximo de los recursos, al igual que un posicionamiento de la marca. Esto, debido a que:

Las ventajas competitivas de una empresa representan la capacidad que tiene la misma de realizar sus

operaciones de manera más eficiente, lo que le permite obtener menores costos.

Dichas ventajas pueden también estar relacionadas con una particular forma de realizar los procesos de la empresa, lo que permite crear mayor valor para sus clientes. Se debe entender que la generación de valor se puede percibir en el precio que están dispuestos a pagar los clientes y la preferencia que profesan los mismos por los productos de la empresa. Una ventaja competitiva es difícilmente imitable y tiende a perdurar en el tiempo. Ahora bien, al desarrollar una ventaja competitiva ambiental se pretende que la empresa logre una reducción de los costos en sus procesos por una producción eficiente, aproveche mejor los recursos involucrados en el proceso productivo y los desechos originados por el mismo, o agregue valor al producto y lo posicione en el mercado basado en la consciencia social de los consumidores (Trujillo & Vélez, 2006, pág. 298).

Sin embargo, aunque es posible que las empresas que incorporen tales políticas de responsabilidad ambiental tengan la ventaja de la reducción de costos, debido a procesos de reciclaje o la exploración de mercados especializados, también se corre el peligro de que los réditos no regresen debido a una mala planeación. En otras palabras:

Desde el punto de vista de los costos las reducciones pueden originarse por la reutilización de componentes en el proceso de producción, el reciclaje, la sustitución de materias primas, el ahorro de agua, entre otros. Los ingresos pueden verse mejorados gracias a la posibilidad de penetrar en mercados con altas exigencias desde el punto de vista medioambiental o el simple posicionamiento de los productos verdes en algunos nichos de mercado. Es posible que las empresas realicen inversiones que superen el beneficio financiero que se obtendría en el futuro por las políticas del medio ambiente implementadas, o que el aumento en precios sea excesivo y no resulte equivalente a lo que los clientes están dispuestos a pagar por el valor agregado a los productos. En estos casos las políticas medioambientales no serán rentables para la empresa debido a un mal diseño de las mismas y no a la incapacidad de desarrollar ventajas competitivas basadas en la protección del medio ambiente (Trujillo & Vélez, 2006, pág. 299).

De acuerdo con lo anterior, hay que tener en cuenta que las políticas estratégicas, deben estar concebidas desde el ámbito de calcular, medir y visualizar a futuro lo que se quiere lograr, es decir que, el vislumbrar, percibir, apreciar, son los componentes que van a llevar a cabo las acciones de los hechos concretos de los objetivos que se quieren lograr. En síntesis, la estrategia consistiría en llevar a cabo los pensamientos racionales a hechos precisos. En este caso, la parte de producción, financiera, mercadeo, debe estar bien definida.

Según esto, hay que tener en cuenta que el medio ambiente es uno de los factores en que las organizaciones deben enfatizar, pues como se puede ver, países como China, México, Colombia entre otros, empiezan a controlar y monitorear aquellas organizaciones que no cumplen con los requisitos mínimos medio ambientales.

Según Trujillo y Vélez (2006), en Colombia por ejemplo hay grupos de empresas que empiezan a investigar y comprometerse con un medio ambiente más sostenible, por el cual, El Concejo de Estado para el Desarrollo Sostenible, está realizando prácticas que se encaminen a políticas ambientales sanas que permitan contribuir a los modelos internacionales ambientales. Así pues, la tendencia es contribuir a los requerimientos ambientales y competitivos del mundo actual.

A pesar de las políticas ambientales, hay que tener en cuenta que de acuerdo a la proporción de los proyectos y del orden natural, surgen contratiempos que son causados por las empresas mismas, por una mala estructuración del sistema ambiental o por motivos naturales que son difíciles de prever, pues los fenómenos naturales (inundaciones, terremotos, sequías) pueden incurrir en crisis, por ejemplo, el caso del mal manejo del riesgo ambiental en la represa de Hidroituango en Colombia.

Por lo tanto, está en duda si fue la naturaleza o la mala ejecución del proyecto la que ocasionó la crisis en el bajo Cauca, cuestión que afecta algunas comunidades que tuvieron que ser reubicadas en poblaciones aledañas, además de ello, EPM tuvo que reubicar e indemnizar a todas las familias afectadas de la región.



“Reputación significa hablar de creación de valor a largo plazo, implica asumir un nuevo rol de la empresa al servicio de los grupos de interés, donde solo la creación de valor compartido y equilibrado permitirá un crecimiento sostenible y capaz de generar cohesión social” (Carreras, Alloza, & Carreras, 2013, pág. 67). Por lo tanto, las prácticas de responsabilidad social empresarial en los procesos que las organizaciones al interior y exterior disponen para una mejor sociedad económica y ambiental estable, estarían contribuyendo a su buen nombre y e irían generando reputación empresarial. Estas prácticas fortalecerían la organización, tanto interiormente como exteriormente.

Como se analiza en el documento de Valenzuela, Jara y Villegas (2015) cuando se estudia el impacto de las prácticas de responsabilidad social y ambiental, se enfatiza en el factor económico de las organizaciones, puede que esta relación pueda traer fortalecimiento económico para la empresa y puede que no, teniendo en cuenta que implementar estas medidas implica gastos en las comunidades, estudios de impacto ambiental que en última instancia no se sabe si puede ser retribuido.

Por estos motivos, resulta importante que la rentabilidad económica de la organización esté acompañada por el impacto social que se realiza en la comunidad. Estas prácticas de responsabilidades “fortalecen la reputación (Valenzuela et al. (2015), p. 337). Por lo tanto Gismera y Vaquero (2000) citadas por Valenzuela et al (2015):

Muestran, para el contexto español, que 9 de cada 10 personas tendrían una mayor disposición a pagar productos que destinarán parte de sus ingresos a un proyecto de envergadura social, mientras que 7 de cada 10 personas lo harían por productos cuyas empresas presentan características ecológicas. En resumen, estos autores sugieren que dichos factores resultan fundamentales para fortalecer la percepción de una buena reputación empresarial, lo que podría explicar que las empresas que implementan practicas voluntarias aceptadas por la sociedad tendrían consumidores, trabajadores y proveedores más satisfechos y alineados, lo cual potencialmente repercute significativamente sobre el rendimiento empresarial” (pág. 331).

En ese sentido, como lo señala Valenzuela et al (2015), las organizaciones estarían adquiriendo credibilidad por parte de sus clientes, reconocimiento social que fortalecería y acrecentaría con facilidad las estrategias corporativas, ya que dicha reputación, como lo afirman Fombrun y Rindova (1998), se entiende como un activo de construcción y validación social, proceso que además, según Rao (1994), es creado y mantenido a través de un mecanismo de legitimación, además de ello, su posicionamiento adquirirá mayor competitividad, ya que, dicho factor que se va logrando permearía todos los ámbitos sociales, políticos e internacionales, teniendo en cuenta que se requiere de una inversión a largo plazo para alcanzar una buena reputación corporativa. Por tal motivo, tales condiciones de acuerdo a Fisher y thorburn (2011), citados por Valenzuela et al (2015):

muestran como las empresas obtienen retornos negativos anormales ante anuncios de emisión de información voluntaria acerca de adhesiones a programas de cambio climático en Estados Unidos, lo que indicaría que al mercado le toma un cierto tiempo procesar dicha información o que, la empresa se encuentra en un mal momento en términos medioambientales y su última opción es la adhesión a dichos programas” (pág. 331).

En este orden de ideas, las organizaciones deben tener en cuenta que la información que suministran sobre sus productos podrían afectar de cierta manera la demanda y concepción que tiene la comunidad sobre la empresa, ya que, algunos productos, como pasa en el mercado de alimentos, por ejemplo, contiene un riesgo moderado del consumo pero no puede ser revelado al público porque puede tener consecuencias para la empresa (embutidos, licores, tabaco) sin embargo, para contrarrestar esa falta de información de características de los productos al consumidor, tratan de vincularse a ciertos estándares de calidad, que implican preparación higiénica de alimentos y certificación de los proveedores, entre otros.

Transparencia

Como lo afirma Orjuela (2011) es importante para las empresas mostrar una imagen que corresponda con la visión y misión propuesta, los objetivos que se quieren en el mercado y la aceptación de los consumidores, es importante conservar una coherencia entre la imagen que se muestra al público y la constitución real de la empresa y sus productos, traducido todo esto en un estado de transparencia que permite a la vez alcanzar cierta credibilidad. Así, de acuerdo a Costa (2001) citado por Orjuela (2011) la reputación, que es parte de la imagen de la empresa, se “considera como una moneda de dos caras: una la relaciona con la “notoriedad” (dimensión cuantitativa, entendida como la recordación) y la “notabilidad” (entendida como el prestigio y la valoración, siendo de carácter más cualitativo). Las dos dimensiones son interdependientes” (pág. 153).

Por lo tanto, Orjuela (2011) nos presenta de forma esquemática en el siguiente cuadro las diferencias entre “imagen” y “reputación” corporativa:

Tabla 2
Diferencias entre imagen y reputación corporativas

Reputación corporativa	Imagen corporativa
Se basa en resultados.	Se basa en percepciones.
Es verificable empíricamente.	Es difícil de objetivar.
Genera valor, consecuencia de la respuesta.	Genera expectativas asociadas con la oferta.
Carácter estructural y efectos duraderos.	Carácter coyuntural y efectos efímeros.
Resultado del comportamiento corporativo.	En parte es resultado de la comunicación.
Se genera en el interior de la empresa.	Se construye fuera de la empresa.

Fuente: (Orjuela, 2011, pág. 153)

En ese sentido, se puede decir que la imagen es la forma de relacionar una empresa con todo aquello que está relacionado con ella, en cuestiones publicitarias, de productos, de atención, etc. La imagen según Dowling (1994) citado por Van Riel (1997):

Es el “conjunto de significados por los que llegamos a conocer un objeto, y a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que sobre un objeto tiene una persona” (pág. 77).

Mientras que, por otra parte, la reputación, como lo afirma Guédez (2010) es la consecuencia de nuestro comportamiento, de la representación de lo que “se es”, entendido como transparencia, lo que “se quiere aparentar”, proactividad; y lo que “se debe ser”, como búsqueda de la excelencia.

No sería adecuado que una empresa determinada adopte tipos falsos de marketing ecológico o ambiental, sólo para mostrar que la marca pueda entrar en la moda de la ola verde, o por cumplir falazmente con normas gubernamentales, esto sólo dañaría la imagen de la empresa y la reputación formada con el tiempo. Así:

En lo que se refiere a las implicaciones para los directivos, éstos deben tener en cuenta que el marketing medioambiental no debe entenderse como un conjunto de decisiones aisladas que pueden servir en un momento dado para disipar una mala reputación u ofrecer un lavado de cara de la empresa en el corto plazo. La adopción de posicionamientos medioambientales avanzados requiere la implantación de cambios tangibles en los productos y procesos, tales como modificaciones en los envases, sustitución de materiales contaminantes o la utilización de energías renovables. De lo contrario, las empresas



pueden llegar a incurrir en un falso "pseudo-marketing ecológico" que a la larga podría llegar a generar desconfianza y rechazo por parte de los consumidores, perjudicando gravemente su imagen empresarial (Fraj, Martínez, & Matute, 2011, pág. 180).

Sin embargo, no se puede decir que la imagen está desvinculada de la reputación de cualquier entidad, sino que se funden como un todo que sustenta el puente relacional empresa cliente, una coherencia que no debe romperse:

La reputación está estrechamente ligada a la imagen que cualquier empresa obtiene de su relación con el entorno, sus proveedores, sus accionistas, la ciudadanía, la competencia. Es una de las cuestiones que más debería importar de cara a las proyecciones de éxito de la acción corporativa. Ello se verifica en algunos planteamientos hechos por expertos como Justo Villafañe para quien "la imagen y la reputación configuran la percepción pública sobre una compañía mediante una relación gestáltica de figura-fondo. La imagen actúa como la figura y la reputación constituye el fondo, el background sobre el que se proyecta la figura". En otras palabras, la imagen es la foto y la reputación, la película. El concepto imagen surgió claramente en los años 90 como la estrategia más importante, pero la complejidad de las relaciones de las empresas con sus públicos, incluidos los internos, impuso un "salto evolutivo" de la imagen a la reputación (Vargas, 2006, pág. 20).

Así, lo que se entiende por reputación es esa cohesión de características mostradas y edificadas en el tiempo que la empresa ha existido, se trata de un concepto que por sí mismo identifica a la empresa. Se puede decir que en esa misma línea, Arbelo y Pérez (2001) conceptualizan reputación de una firma como el reflejo que una sociedad tiene al mismo tiempo de como la ven los grupos de interés y como lo expresan a través de sus pensamientos y palabras. Y, por tanto, se trata de la suma de la identidad, la imagen corporativa, las percepciones, creencias y experiencias que los sujetos de los grupos de interés han ido relacionando con la empresa a lo largo del tiempo (pág. 5).

Por ejemplo, si una empresa determinada de aseo gestiona y hace campañas de reciclaje y obliga a los

usuarios a usar bolsas de colores diferentes que permitan la diferenciación de los residuos que obliga la ley, pero que en última se queda en una imagen, porque no hay personal que clasifique los contenidos de las bolsas ni vehículos que transporten separadamente los desechos, por lo cual, sería un falso manejo ambiental (Guillot Fula & Vilorio, 2015). De igual forma, como sucede en algunos mataderos que no cumplen con las normas sanitarias establecidas, aunque aparentan hacerlo, ya que no hay un adecuado uso de los desechos.

Lo cierto es que cada empresa debe escoger un modelo o un estilo propio de implementar un perfil medioambiental, siempre pensando en las posibilidades reales con que cuenta, las líneas de trabajo que desea adoptar y el campo en que cada una se desenvuelve, sin dejar a un lado la coherencia entre imagen y reputación, esto, porque a mayor tamaño, mayor peligro de que un mal manejo de campañas y modelos de producción puedan afectar la reputación de la empresa. Pues, como se ha mencionado anteriormente:

La naturaleza de las decisiones medioambientales debe ser coherente con la realidad de la organización. Las empresas de consumo, de mayor tamaño, más visibles y con proyección internacional, deben ser más cautelosas a la hora de gestionar su imagen. Mientras que la adopción de posicionamientos ecológicos o el lanzamiento de una línea de productos verdes pueden ser decisiones puntuales que contribuyan a satisfacer las necesidades de una parte del mercado, el patrocinio de actividades de índole medioambiental o el establecimiento de alianzas con estamentos no gubernamentales pueden ser opciones a considerar de cara a crear una buena reputación en el largo plazo. En mercados industriales, parece más interesante adoptar cambios más incrementales acordes con las exigencias de los compradores organizacionales" (Fraj, Martínez, & Matute, 2011, pág. 180).

Y precisamente, como lo afirma Villafañe (1999) ese estilo propio que adopta la institución es lo que puede considerarse cómo la identidad, que la diferencia de otras organizaciones, adaptándose progresivamente a las exigencias sociales mediante valores propios.

Empresas socialmente responsables en México y Colombia

De acuerdo a Vives y Peinado-Vara (2011) en América Latina se presenta un escenario completamente diferente a Europa y a América del Norte en cuanto a la implementación de la RSE, esto, debido especialmente a que los negocios deben de incluir de una forma activa a una gran población pobre, sin que se caiga en un paternalismo, dicho factor es el que determina una desaceleración o lenta evolución en la región. Lo cual también hace determinante para resolver el conflicto social y las necesidades el papel que juega la empresa privada.

Tales circunstancias hacen aparecer algunas condiciones determinantes a la hora de implementar RSE en las empresas, como poco control de las instituciones y menos ganancias en comparación con otras regiones. De esta manera, estos autores afirman que:

El avance de la RSE requiere que se den ciertas condiciones. Estas condiciones son básicamente las mismas que hacen que exista un buen clima de negocios: un marco regulatorio y fiscal óptimo y mercados financieros e instituciones que funcionen, entre otros. Es evidente que aún existen muchas dificultades que hacen que la RSE evolucione más lentamente que en otros lugares del mundo, como

son una menor capacidad institucional, una gobernabilidad corporativa más débil, un clima de negocios menos favorable y una escala de negocios menor. Algunos mercados de capitales están relativamente poco desarrollados con lo cual asuntos como el gobierno corporativo no surgen como prioridad (pág. 68).

Debido a lo anterior, en América Latina son pocas las empresas que realizan actividades de responsabilidad ambiental en comparación con el continente europeo. Por ejemplo, algunas empresas de México y Colombia están vinculadas al Pacto Global de las Naciones Unidas, organismo que promueve “el compromiso del sector privado, sector público y sociedad civil a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción, así como contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)” (Pacto global de Colombia, 2016).

Por lo tanto, el Pacto Global Cuenta con diez principios: Los Diez Principios del Pacto Global están basados en Declaraciones y Convenciones Universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.





 <p>DERECHOS HUMANOS</p>	<p>Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.</p>
	<p>Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.</p>
 <p>ESTÁNDARES LABORALES</p>	<p>Principio 3: Las empresas deben respetar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</p>
	<p>Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.</p>
	<p>Principio 5: Las Empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.</p>
	<p>Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.</p>
 <p>MEDIO AMBIENTE</p>	<p>Principio 7: Las Empresas deberán apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente.</p>
	<p>Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p>
	<p>Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p>
 <p>LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN</p>	<p>Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.</p>

Ilustración 1. Principios del Pacto Global Colombia 2016
Fuente: Recuperado y adaptado de pactoglobal-colombia.org (2016)



Ilustración 2. Empresas responsables socialmente con el medio ambiente en México y Colombia
Fuente: Recuperado y adaptado de pactoglobal-colombia.org (2016)

Contexto histórico

El mundo globalizado ha puesto en perspectiva que la existencia humana, depende de múltiples factores interaccionales que permiten su propia sobrevivencia y sostenibilidad. Entre estos factores, la capacidad de ser un animal sociable, es que facilita crear sociedad y al ser un animal más, su existencia se hace también dependiente del ámbito natural. Ahora bien, la posición y la forma de hacerse así misma de la raza humana ha tenido resultados; positivos, en cuanto que ha podido permanecer en el tiempo; negativos, en cuanto que ha deteriorado el medio que habita. Podría decirse, que la permanencia del hombre actual en el mundo, se ha ido desencadenando en un sistema de ensayo-error, que le ha permitido ir tomando conciencia de lo que debería ser el vivir en el mundo.

Consiguientemente, los hechos más fuertes de nuestro tiempo: la Revolución Industrial (1789), la primera Guerra Mundial (1914 - 1918) y la Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945) han permitido que el hombre se replantee normas morales y éticas que buscan bienestar. En este orden de ideas, se empieza hacer visible y se hace notable la adquisición de conciencia, en tanto, que empiezan a surgir organizaciones mundiales como la ONU (1945) y el Banco Mundial (1944), que buscan prevalecer valores que giran en torno a la convivencia social con equilibrio.

De este modo, con objetivos claros y prevaleciendo que las dinámicas de crecimiento poblacional, crecimiento económico y desarrollo social, es necesario que surja un orden de justicia, de paz y desarrollo sustentable que este caracterizado por una correlación razonable economía-hombre-naturaleza.

En este orden de ideas, estas organizaciones nacen con el fin de orientar y preservar condiciones dignas de vida humana y de forma indirecta, el espacio en que estas condiciones se hacen posibles, el planeta, Según Salcedo et al (2010)

[...] Buscan la manera de resolver pobreza, hambruna, enfermedades, carencia de educación, discriminación, guerras, etc.; y, por si esto no fuera suficiente, a este contexto se incorpora otro ingrediente, irónicamente ignorado por años a pesar de ser el sustento de la vida: el ambiente. Como resultado de la inadecuada forma de apropiación de los recursos naturales que el hombre ha utilizado por siglos, el planeta entero, hoy en día, enfrenta un deterioro por demás considerable que, de acuerdo con los expertos, pone en riesgo la vida misma (pág. 18).

De la mano de esta conservación ambiental que se quiere implementar, se han ido formulando diversos modelos de desarrollo social y económico, algunos que buscan la conservación a ultranza y otros que tratan de conservar, promover un equilibrio entre lo social y lo ambiental. De esta manera establece Salcedo et al (2010):

A lo largo de la historia se encuentran distintos modelos de desarrollo que han pretendido solucionar este problema. Por ejemplo, hay autores que definieron teorías y modelos de desarrollo económico “sin” considerar el ambiente, entre otros Raúl Prebisch, Celso Furtado, Gunnar Myrdal y Ed Denisson, creador de la teoría de la contabilidad nacional o contabilidad del crecimiento, línea cuantitativa del desarrollo. Asimismo, se identifican las teorías de desarrollo económico que “sí” consideran el ambiente, como el ecodesarrollo, cuyo principal teórico es Ignacy Sachs, y la tendencia denominada “cerista” (crecimiento cero), cuyos impulsores son A. Ehrlich y Donella Meadows (Mendez, 2000, págs. 82-84); así como el ambientalismo, representado en México por Enrique Leff (Godínez-Enciso, 1995:5). No obstante, estas posturas y teorías, debido a la urgente necesidad de vincular responsablemente al hombre con la naturaleza, a finales del siglo pasado y a instancias de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), surgió un nuevo modelo de desarrollo, el desarrollo sustentable (1992), que relaciona el medio ambiente con el desarrollo económico y social (pág. 18).

En este orden de ideas, y los hechos del siglo pasado y las consecuencias que quedaron, es que surgieron políticas mundiales que empiezan a desarrollar lineamientos sustentables hombre-economía-ambiente. En síntesis, queda expuesto que el medio ambiente es un papel fundamental para la sostenibilidad del mundo actual y la perdurabilidad de las nuevas generaciones en un futuro. Así es como:

En 1972, en la ciudad de Estocolmo, Suecia, se

celebró la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD) de la ONU, cuya principal aportación fue crear conciencia y alertar a la humanidad sobre la problemática ambiental. Posteriormente, en 1987, y nuevamente bajo la dirección de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se efectuó un estudio internacional donde se mostraron los grandes problemas ecológicos y el riesgo para las futuras generaciones; Por estas razones se creó la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD). Los resultados de este estudio se encuentran en el “Informe Brundtland” (Naciones Unidas, 1987, pág. 67), contenido en el libro *Our Common Future*, y sus principales aportaciones son las siguientes:

- En este informe se presentó en forma oficial, por primera vez, el concepto de “desarrollo sustentable”, llamado así por su carácter de sustentador de la naturaleza. A partir de este momento, la idea de sustentabilidad se hizo universal como referente en todas las políticas ambientales y de crecimiento económico.
- El informe establece que: “así como en el pasado preocupaban los efectos del crecimiento económico sobre el ambiente, ahora la situación es inversa y el deterioro de suelos, agua, atmósfera y bosques ejerce presiones sobre las perspectivas económicas” (Salcedo, San Martín, & Barber, 2010, pág. 21)

A continuación, se resalta en el siguiente cuadro las alteraciones ambientales

Tabla 3.
Tres niveles de alteraciones del ambiente

Nivel	Tipo de Deterioro	Alcance
Primero	Deterioro causado por la disminución de la productividad de los ecosistemas.	Esto es, que las prácticas agrícolas, la energía solar, el agua, los nutrientes del suelo, los instrumentos de trabajo y los energéticos artificiales se concentran en renglones especializados para generar un mayor rendimiento, lo que provoca que la productividad del ecosistema disminuya.
Segundo	La contaminación.	Durante los procesos de producción o transformación para obtener un bien o servicio se generan subproductos que no se aprovechan, pero que causan impactos negativos en el ambiente.
Tercero	Los deterioros del ambiente en el ámbito global.	Esto se da cuando los contaminantes o subproductos son vertidos al ambiente y originan efectos acumulativos que se manifiestan en todo el planeta.

Fuente:Salcedo et al. (2010)



En síntesis, el planeta tierra viene en un deterioro imparable, en tanto que la explosión demográfica ha generado dinamismos agrícolas e industriales más intensos para satisfacer las necesidades alimentarias he industriales. Por tal motivo, la cantidad de desechos generados por la elaboración de productos y alimentos conllevan a intervenir cada día más el uso de ecosistemas para la obtención de recursos y depósito de desechos, lo cual es un golpe para los ecosistemas que no son capaces de recuperarse con la rapidez que el hombre les exige para sustentarse en el mundo de hoy.

¿Podremos parar? Darse cuenta de la problemática actual y concientizar la finitud de los recursos naturales, como también reconocer la dependencia del hombre por los recursos naturales, permite que se repiense nuevas dinámicas ecológicas que estén acordes, o más bien, sean sustentables para el ámbito natural y la especie humana, por lo cual debe establecerse y mantenerse una línea de trabajo naturaleza-hombre-economía para realizar una labor conjunta y poder interactuar con el ambiente en el mundo de hoy. Hasta cierto punto las políticas regionales deben ampliarse a políticas globalizantes en el sentido que el mundo natural no está dividido, sino que es un todo, por lo que la contaminación no tiene frontera entre países.

Discusión

“A partir de este momento, la sociedad inicia una búsqueda de alternativas que permitan que el desarrollo económico sea razonable a largo plazo, lo que implica que al hablar de responsabilidad social sea imposible ignorar la variable ambiental” (trujillo & Vélez, 2006, pág. 293).

De acuerdo con Dovers & Handmer (1996), en los años ochenta comienza a considerarse la relación entre empresa y medio ambiente, como también comienza a pensarse en el concepto de sostenibilidad, que incluye a toda la sociedad a nivel político, económico, social, ecológico, en donde las empresas, están pensadas para que se desarrollen en un ámbito de equilibrio, entre lo social, económico y ambiental, pues la subsistencia humana, depende de un proceso de sostenibilidad implícito en la relación hombre-ambiente-economía.

La explotación de los recursos naturales que se ha dado paulatinamente hasta la década de los noventa, hace que surja la necesidad de crear encuentros internacionales, para tomar conciencia de los problemas ecológicos, como también, crear soluciones transformadoras en lo que antes eran las prácticas empresariales con respecto a la contaminación.

Posteriormente, con el mundo más globalizado, surge la norma ISO 14001 de la Internacional Organization for Standardization (2015) en donde se evidencia la seguridad y responsabilidad de las empresas con el medio ambiente.

El objetivo de la norma ISO 14001 proporciona a las organizaciones un marco con el que proteger el medio ambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, siempre guardando el equilibrio con las necesidades socioeconómicas. Se especifican todos los requisitos para establecer un Sistema de Gestión Ambiental eficiente, que permite a la empresa conseguir los resultados deseados. Establecer un enfoque sistémico para gestionar el medio ambiente puede generar que la gerencia de la organización tenga información suficiente para construirlo a largo plazo con éxito. Existen diferentes opciones que contribuyen con el desarrollo mediante:

- Protección del medio ambiente utilizando la prevención.
- Mitigación de los impactos ambientales.
- Mitigarlos efectos secundarios según las condiciones ambientales de la empresa.
- Ayuda a la empresa a cumplir con la legislación.
- Controla la forma en la que se diseñan los productos y servicios que ofrece la organización.
- Consigue beneficios financieros y operaciones que pueden resultar de aplicar alternativas ambientales relacionadas que fortalecen el posicionamiento del mercado.
- Comunica la información ambiental a las partes interesadas. Esta norma, al igual que otras muchas, no tiene la función de aumentar los requisitos legales de la organización.

En ese sentido, hay dos tendencias en relación medio ambiente-empresa, una que cumple con las normativas requeridas y otra que se adentra en el control exhaustivo y la presión de los entes gubernamentales. Así:

Tras el análisis de éstos se ha optado por distinguir entre orientaciones de gestión medioambiental reactivas y proactivas. Las primeras procuran replicar a las presiones legislativas y de los grupos de interés mediante actuaciones sencillas e inversión en tecnologías de control. Las segundas incorporan procesos de planificación ambiental, personas y organismos responsables y un sistema de seguimiento y control del comportamiento medioambiental exhaustivo. La literatura muestra que la elección de la estrategia más adecuada dependerá de las motivaciones de cada organización y éstas, a su vez, de su entorno y circunstancias particulares (Trujillo & Vélez, 2006, pág. 297).

Por lo cual, dependiendo del área de producción de la empresa en particular, se determinarán las implementaciones de políticas ambientales con respecto al impacto de la empresa en el entorno, es decir, que las políticas ambientales de las empresas que se desenvuelven en el área de alimentos, por ejemplo, no es el mismo factor de las mineras, en ese sentido, es que el compromiso y las estrategias deben estar acorde al ámbito circunstancial del momento actual. Por esto concluye Trujillo & Vélez (2006):

El reconocer la inclusión de la variable medioambiental en la gestión empresarial es un aspecto que ha adquirido peso y por ende el medio ambiente se ha convertido en un factor de competitividad y de perdurabilidad, lo anterior en un contexto cada vez más globalizado e inmerso en una sociedad que a medida que pasa el tiempo es más consciente de la necesidad de cuidar el entorno y más exigente con las prácticas que atentan contra el mismo (pág. 297).

Finalmente, indican Trujillo & Vélez (2006), en América latina se han venido abordando procesos de responsabilidad social con implicaciones ambientales como es el caso de Colombia, a pesar de esto, las iniciativas de las empresas por la preservación medioambiental son pocas, ya que las exigencias por parte de la comunidad son mínimas, pues, el estado de conciencia y la presión de ciertos grupos al margen de la ley, al igual que la lejanía de los sitios de impacto ambiental, descrito como “la alteración del ambiente debida a la actividad humana” (Zamorano, 2007, pág. 158), evita que la sociedad en general conozca el verdadero impacto

ecológico de las empresas, como aquellas que se dedican al extractivismo (explotación de petróleo, carbón, oro, coltán, madera, caucho, entre otras). Aunque en ciertos casos específicos las “consecuencias tienen repercusiones adversas sobre las condiciones económicas o demográficas de la vida, sobre la salud de los seres humanos, o ambas” (Held & McGrew, 2002).

De acuerdo con todo lo anterior, se puede decir que, es una prioridad que las empresas implementen políticas ambientales en sus procesos de producción como parte de la responsabilidad social que tienen en el medio de la comunidad a la que pertenecen, lo cual, indirectamente repercutirá en un mayor posicionamiento de la marca de la empresa, del mercado, dado que dichos productos verdes son más llamativos para el consumidor, cada vez más preocupado por el cambio climático y la contaminación ambiental.

Tal responsabilidad trasciende en la herencia que se les deja a las futuras generaciones, es decir, al mismo tiempo que cumple la empresa con normativas y estándares internacionales, responde a nuevos criterios ambientales, reconoce y visibiliza la importancia de una empresa comprometida con la sociedad, en tanto que trata de dinamizar la economía, pero a la vez propende por un equilibrio sustentable.

Conclusión

Se puede decir que la responsabilidad social en las empresas (RSE) es una tendencia que poco a poco ha ido evolucionando hasta el día de hoy. Hasta donde se conoce, las prácticas responsables que han adoptado las empresas con sus trabajadores y con la sociedad, se deben a varios factores, entre ellos, la filantropía, la ética, los derechos humanos o por simple estrategia corporativa. Teniendo en cuenta que el grado de responsabilidad social empresarial, no solo depende de las iniciativas corporativas, sino también de las normas legales de cada país.

La tendencia de la Responsabilidad Social Empresarial del mundo actual, exige a las organizaciones compromiso a nivel interno, como también externo, por lo tanto, las corporaciones de hoy están vinculando la responsabilidad ambiental como factor incluyente en la (RSE).



Es de reconocer que las prácticas de RSE-RAE que han adoptado las organizaciones, están generando en las empresas reconocimientos sociales, que, en última instancia, trascienden en reputación empresarial.

Ahora bien, las prácticas de responsabilidad social, ambiental, se han convertido en algunas organizaciones, como fuentes de estrategias organizacionales, con el fin de desarrollar mejores estrategias de competitividad, que, en última instancia, les permite generar, reputación, sostenibilidad y subsistencia por las exigencias de las licencias ambientales de hoy.

Por último, se puede decir que, la responsabilidad como estrategia competitiva, tiene que ver con la relación de productos de consumo, políticas ambientales, que la sociedad reconozca, por lo tanto, las organizaciones que empleen estas dinámicas, podrán fortalecer su reputación corporativa, ya que, al irse involucrando en los estándares de minimización ambiental y control de desechos, liberación de información responsable de los productos, les estaría dando buena credibilidad e información sobre el desarrollo medio ambiental sostenible de las organizaciones. Así pues, el consumidor podría ser un agente activo, que compara información de los productos a la hora de elegir y se hace responsable también del impacto ambiental, como lo vemos expuesto en Iguarán (2015).

Finalmente, la relación empresa medio ambiente, se enfoca en un desarrollo razonable que a largo plazo busca sostenibilidad y rentabilidad, es decir, un equilibrio entre lo económico y ambiental que revele un valor sustentable que radica en nuevas oportunidades, como lo indica Gardetti (2004), por lo tanto, se trata de generar conciencia, que cuide y proteja el entorno, pensando tanto en la competitividad, como en el futuro de la sociedad, pues, lo que se busca, es que el impacto del medio ambiente sea aceptable para las futuras generaciones. En última instancia, el medio ambiente, termina siendo una estrategia competitiva, que las empresas deben ejercer con compromiso y responsabilidad social.

Referencias

Arbelo, A. A., & Pérez, G. P. (2001). La reputación empresarial como recurso estratégico: Un Enfoque de recursos y capacidades. Zaragoza. Obtenido de http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/reputacion.pdf

Banco Mundial. (2002). Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: A Baseline study. Obtenido de <http://documents.worldbank.org/curatd/en/284431468340215496/pdf/346550CSR1CSR1interior.pdf>

Barnett, M. L., & Salomon, R. M. (2006). Más allá de la dicotomía: la relación curvilínea entre responsabilidad social y desempeño financiero. *Strategic Management Journal*, 27(11). doi:<https://doi.org/10.1002/smj.557>

Barroso, T. F. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Revista Contaduría y Administración*(226), 73-91. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422008000300005&script=sci_arttext&lng=en

Carneiro, C. M. (2008). Junta de Andalucía. (C. A. Laborales, Ed.) Obtenido de https://www.juntadeandalucia.es/export/drupal/jda/1_1761_guia_responsabilidad_social_empresarial_interna_y_recursos_humanos-publicacion_carl.pdf

Carreras, E., Alloza, Á. A., & Carreras, A. (2013). *Reputación Corporativa*. Madrid: Editorial LID Empresarial.

Cochran, P. L., & Wood, R. A. (2017). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Academy of Management*, 27(1). doi:<https://doi.org/10.5465/255956>

Comisión de las Comunidades Europeas. (2002). la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Bruselas. Obtenido de [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/em-pl/20021111/com\(2002\)347_ES.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/em-pl/20021111/com(2002)347_ES.pdf)



- Costa, J. (2001). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La crujia.
- Dowling, G. (1994). *Corporate Reputations: strategies for developing, the corporate brand*. Kogan Page.
- Fisher, V. K., & Thorburn, K. S. (2011). Voluntary corporate environmental initiatives and shareholder wealth. *Journal of Environmental Economics and Management*, 62(3), 430-445. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0095069611000568>
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Barnett, M. L. (2002). Opportunity Platforms and Safety Nets: Corporate Citizenship and Reputational Risk. *Business and Society Review*, 105(1), 85-106. doi:<https://doi.org/10.1111/0045-3609.00066>
- Fombrun, C., & Rindova, V. (1998). Reputation Management in Global 1000 firms: A benchmarking study. *Corporate Reputation Review*, 1(3), 205-212. Obtenido de <https://page-one.springer.com/pdf/preview/10.1057/palgrave.crr.1540044>
- Fraj, E., Martínez, E., & Matute, J. (2011). Marketing y medio ambiente: Una aproximación a la situación de la industria española. *Universia Business Review*(31), 156 - 183. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43320831007>
- Freeman, R. E. (1999). Divergent Stakeholder Theory. *Academy of Management*, 24(2). doi:<https://doi.org/10.5465/amr.1999.1893932>
- Gallopin, G., Correa, M. E., & Núñez, G. (2005). Medir para gestionar la RSC. *Harvard Business Review*, 83(8), 51-58.
- Gardetti, M. (2004). *Creando Valor Sustentable*. Business & Sustainability Letter(2).
- Gismera, T. L., & Vaquero, L. M. (2000). La responsabilidad social de la empresa en España: La acción social. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*(5). Obtenido de <http://www.eticaed.org/9.Gismera-Vaquero00.pdf>
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate Social Performance As a Competitive Advantage in attracting a Quality Workforce. *Business & Society*, 39(254). doi:<https://doi.org/10.1177%2F000765030003900302>
- Guedez, V. (2010). *Ser Confiable, Responsabilidad social y reputación empresarial*. Caracas: planeta.
- Guillot Fula, J., & Vilorio, A. (2015). Estudio Sobre el Abastecimiento Constante de Energía Eólica. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 32-37.
- Handmer, J. W., & Dovers, S. R. (1996). *A Typology of Resilience: Rethinking Institutions for Sustainable Development*. Organization & Environment. doi:<https://doi.org/10.1177%2F108602669600900403>
- Held, D., & McGrew, A. (2002). *The Global Transformations Reader*. Malden USA: matter and organization.
- International Organization for Standardization. (2015). Normas ISO 14001. Obtenido de <https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html>
- Jácome, L. I., Salazar, C. A., & Borja, B. Y. (2017). La responsabilidad social empresarial en la gestión administrativa. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 1147 - 1158. doi: <https://doi.org/10.23857/pocaip>
- Klilsberg, B. (2006). *Ética empresarial: ¿moda o demanda imparable?* (F. Carolina, Ed.) Fundación Carolina. Obtenido de http://cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_etica_moda.pdf
- Kras, E. s. (1994). *El Desarrollo sustentable y las empresas*. Ciudad de México: Grupo Editorial Iberoamericana.
- Lacruz, M. F. (2005). *la empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro*. *economía*(21), 39-58. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1956/195617349003.pdf>
- Mendez, L. A. (2000). *Desarrollo Sustentable y Estado Global. Implicaciones para la administración pública*.



- Moskowitz, H. R. (1972). Perceptual changes in taste mixtures. *Perception & Psychophysics*, 11(4), 257-262. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.3758/BF03210374>
- Naciones Unidas. (1987). Informe brundtland. Obtenido de <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- Naciones Unidas. (2015). Informe Anual Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- Naciones Unidas. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:LHGS4aPuxMQJ:https://wedocs.unep.org/rest/bitstreams/11117/retrieve+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=mx>
- Núñez, G. (2003). la responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. *Medio Ambiente y Desarrollo*(72). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/1/S0310754_es.pdf
- Oficina del Pacto Global en Argentina. (2004). Guía del Pacto Global (Primera ed.). Buenos Aires: Sistema de Naciones Unidas. Obtenido de Guía del Pacto Global: Una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial. 1° ed.-Buenos Aires: Sistema de Naciones Unidas en Argentina.
- ONU. (1992). Cumbre de la tierra de Río de Janeiro. Río de Janeiro.
- Organización Meteorológica Mundial. (2013). 2013: Uno de los diez años más cálidos de los que se tiene registro. Suiza: Naciones Unidas. Obtenido de <https://public.wmo.int/es/media/press-release/no-983-%E2%80%93-organizaci%C3%B3n-meteorol%C3%B3gica-mundial-2013-uno-de-los-diez-a%C3%B1os-m%C3%A1s>
- Orjuela, C. S. (2011). la comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial. *Correspondencia & Análisis*(1), 137-156. Obtenido de <file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-LaComunicacionEnLaGestionDeLaResponsabilidadSocial-3934133.pdf>
- pactoglobal-colombia.org. (2016). Pacto Global Red Colombia. Obtenido de <https://www.pactoglobal-colombia.org/>
- Paladino, M., & Álvarez, T. C. (2006). *Comunicación Empresarial Responsable*. Buenos Aires: Temas.
- Pérez, E. M., Espinoza, C. C., & Peralta, M. B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: Una visión sostenible a futuro. *Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000300023&script=sci_arttext&lng=en
- Porto, N., & Castromán, J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración*, 6(1), 67-87.
- Preston, L. E., & O'bannon, D. P. (1997). La relación de desempeño socio.financiero corporativo: una tipología y análisis. *Negocios y Sociedad*, 36(4), 419-429. doi: <https://doi.org/10.1177%2F000765039703600406>
- Rao, H. (1994). The Social Construction of Reputation: Certification Contests, Legitimation, and the Survival of Organizations in the American Automobile Industry: 1895–1912. *Strategic Management Journal*, 15(1), 29-44. doi: <https://doi.org/10.1002/smj.4250150904>
- Rehbein, K., Waddock, S., & Graves, S. B. (2004). Understanding Shareholder Activism: Which Corporations are targeted? *Business & Society*. doi: <https://doi.org/10.1177%2F0007650304266869>
- Rochlin, S. (2005). llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa. *Harvard Business Review*, 83(8), 31-38.



- Salcedo, G. M., San Martín, R. F., & Barber, K. C. (2010). El desarrollo sustentable. Modelo de conciliación entre el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente. *gestión y Estrategia*(37), 17-31. Obtenido de <http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/2992/elemento-desarrollo-sustentable-modelo-de-conciliacion-entre-el-progreso-economico-la-justicia-social-y-la-preservacion-del-medio-ambiente.1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Senior, A., Narváez, M., Fernández, G., & Revilla, J. (2007). Responsabilidad ambiental: factor creador de valor agregado en las organizaciones. *Ciencias Sociales*, XIII(3), 484 - 494. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/280/28011681009.pdf>
- Trujillo, M. A., & Vélez, B. R. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial. *Universidad & Empresa*, 5(10), 291-308. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187217412013.pdf>
- Trujillo, M. A., & Vélez, B. R. (2006). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial. *Universidad & Empresa*, 8(10). Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/938/839>
- Valenzuela, F. L., Jara, B. M., & Francisco, V. P. (2015). Prácticas de responsabilidad social, Reputación Corporativa y desempeño financiero. *Administración de Empresas*, 55(3), 329 - 344. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020150308>.
- Van Riel, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Barcelona: Prentice Hall.
- Vargas, N. J. (2006). Responsabilidad social empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores. *Revista Cepal*. Obtenido de http://plataforma.responsable.net/sites/default/files/rse_desde_la_perspectiva_de_los_consumidores.pdf
- Verduzco, A. (2006). Responsabilidad social empresarial: de la dimensión corporativa a la personal. *the Anáhuac Journal*, 6(1), 100-111.
- Villafañe, G. J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa* (1a ed.). Madrid: Pirámide.
- Vives, A., & Peinado-Vara, E. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1998). The Corporate Social performance - Financial Performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4). doi:[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199704\)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199704)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G)
- Zamorano, F. M. (2007). *Turismo Alternativo*. México: Trillas. Obtenido de <https://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/turismo-alternativo-zamorano.pdf>

Conflicto armado y la producción agraria: caso departamento del Huila

Armed conflict and agrarian production: department of Huila case

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6179

Resumen

El objetivo del trabajo es analizar la relación entre algunos indicadores del conflicto armado y la producción agraria en los municipios del departamento del Huila que evidenciaron al menos un acto terrorista desde 2012 a 2018. La metodología implementada fue de corte cuantitativo. Se estimó un modelo econométrico de panel de datos de efectos fijos y aleatorios, para seguir al mismo municipio en el tiempo. A partir de los resultados se encontró que las variables inmersas en el conflicto armado, tienen conjuntamente un alto grado de asociación frente a los rendimientos del sector agrícola, donde se presenta una relación inversa, con el desplazamiento y los homicidios, siendo estas las de mayor impacto en el modelo. En conclusión, se evidencian las repercusiones negativas que han generado las acciones realizadas por grupos al margen de la ley sobre la producción agrícola de los diferentes municipios del departamento del Huila.

Palabras clave: Producción; Terrorismo; Amenazas; Secuestro; Panel de datos.

Abstract

The objective of paper is to analyze the relationship between some indicators of the armed conflict and agrarian production in the municipalities of the department of Huila that evidenced at least one terrorist act from 2012 to 2018. The methodology implemented was of a quantitative nature. A fixed and random effects data panel econometric model was estimated to follow the same municipality over time. Based on the results, it was found that the variables involved in the armed conflict jointly have a high degree of association with the performance of the agricultural sector, where there is an inverse relationship, with displacement and homicides, these being the ones with the highest impact on the model. In conclusion, the negative repercussions generated by the actions carried out by groups outside the law on agricultural production in the different municipalities of the department of Huila are evident.

Keywords: Production; Terrorism; Threats; Kidnappings; Panel data.

1. Este artículo es el resultado del proyecto de investigación "Relación entre el Conflicto Armado y la Producción Agraria: Caso Departamento del Huila" desarrollado por el Semillero de Investigación y Estudios Socioeconómicos Surcolombiano, financiado por la Vicerrectoría de Investigación y Proyección Social de la Universidad Surcolombiana en el marco de la convocatoria institucional para conformar el banco de proyectos de semilleros de investigación y desarrollo tecnológico e innovación 2017-2018, en la modalidad de financiación.

Cómo citar: Cerquera Losada, O. H., Guaraca Trujillo, N., Marín Muñoz, S., Polania Gómez, W., Quila Bonilla, G., & Trujillo Cerquera, M. (2020). CONFLICTO ARMADO Y LA PRODUCCIÓN AGRARIA: CASO DEPARTAMENTO DEL HUILA. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6179>

Oscar Cerquera Losada

Magister en Economía de la Universidad de Buenos Aires, Economista de la Universidad Surcolombiana, Profesor de planta del programa de Economía de la Universidad Surcolombiana, Integrante del grupo de investigación IGUAQUE. Dirección: Carrera 48 C # 17 A – 06, Neiva, Huila. Teléfono: 3219045533. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7945-6670>. Email: oscar.cerquera@usco.edu.co.

Norvi Guaraca Trujillo

Economista de la Universidad Surcolombiana, Miembro investigador del Semillero SIESS, Integrante del grupo de investigación IGUAQUE. Neiva – Huila. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7314-6308>. Email: norvi.yilena@gmail.com.

Stefany Marín Muñoz

Economista de la Universidad Surcolombiana, Coordinadora y miembro investigador del Semillero SIESS, Integrante del grupo de investigación IGUAQUE. Neiva – Huila. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1132-9760>. Email: samm200966@hotmail.com.

William Polania Gómez

Economista de la Universidad Surcolombiana, Miembro investigador del Semillero SIESS, Integrante del grupo de investigación IGUAQUE. Neiva – Huila. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9223-6197>. Email: williampolania@hotmail.com.

Geraldin Quila Bonilla

Economista de la Universidad Surcolombiana, Miembro investigador del Semillero SIESS, Integrante del grupo de investigación IGUAQUE. Neiva – Huila. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7139-9678>. Email: anichquila29@hotmail.com.

María Trujillo Cerquera

Economista de la Universidad Surcolombiana, Miembro investigador del Semillero SIESS, Integrante del grupo de investigación IGUAQUE. Neiva – Huila. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9258-5282>. Email: mariajocerquera@hotmail.com.

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
22 de Mayo de 2020

ACEPTADO:
16 de Septiembre de 2020



Introducción

La sociedad colombiana ha sido un escenario de guerras y violencia, que durante cincuenta años ha traído consigo deficiente calidad de vida, lento crecimiento económico y bajos índices de desarrollo. De acuerdo con Durán (2011), los conflictos causan pérdida de eficiencia y afectan la inversión, lo cual redundará en una disminución del crecimiento económico.

Según Fajardo (2015), el sector agropecuario en Colombia ha presentado un desempeño mediocre durante la última década, registrando una tendencia descendente, que aún no se supera, y que indudablemente ha sido resultado de comportamientos negativos de los principales indicadores macroeconómicos y de la caída en los precios internacionales. Adicionalmente, aspectos como el prolongado conflicto armado y el narcotráfico, configuran un alarmante escenario que profundiza la desestabilización del país.

De acuerdo con el Informe Mundial de Drogas de Naciones Unidas del año 2016, Colombia es uno de los países que más producen drogas ilícitas; es el primer productor mundial de cocaína, en 2014 los cultivos de coca en el país aumentaron un 39%, mientras que en 2015 el aumento fue de 42%.

De acuerdo con Fajardo (2015), “la convergencia

del desarrollo de la agricultura de plantaciones con el conflicto armado ha conducido a extendidos procesos de expropiación y destierro de pequeños y aún medianos propietarios como vía para la concentración y extranjerización de la propiedad”.

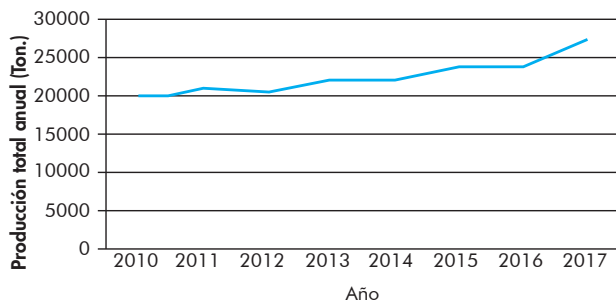
De acuerdo con el Registro Único de Víctimas (RUV), al observar los principales hechos victimizantes registrados en el Huila durante el periodo 2011-2018, se encuentra que el desplazamiento y las amenazas son los hechos victimizantes que mayor número de víctimas registran (57.112 en total durante todo el periodo de estudio, cerca del 92% del total de víctimas). La tabla 1 muestra que durante los últimos años todos los hechos victimizantes han venido disminuyendo a una tasa promedio anual del 5.11%. Los homicidios y la pérdida de bienes muebles o inmuebles son los hechos que más han disminuido, 40.5% y 34.1%, respectivamente en promedio durante todo el periodo. Los actos terroristas, los homicidios, las minas antipersona, la tortura y la vinculación de niños, no registraron víctimas durante el 2017, disminuyeron un 100% con respecto al 2010. Los desplazamientos y las desapariciones forzadas disminuyeron en 79.4% y 33.3% respectivamente, en el 2018 con respecto al 2011. Finalmente, el único hecho victimizante que aumentó, fue las amenazas 19.4% entre 2018 y 2011.

Tabla 1.
Víctimas por hecho victimizante en el Huila, 2011 a 2018

HECHOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Acto terrorista/ Atentados/ Combates/ Enfrentamientos/ Hostigamientos	64	74	138	211	82	36	11	0
Amenaza	376	609	1.821	2.312	2.306	1.942	994	449
Delitos contra la libertad y la integridad sexual en desarrollo del conflicto armado	5	17	22	34	24	19	14	3
Desaparición forzada	6	31	10	17	9	6	0	4
Desplazamiento forzado	7.441	7.302	7.262	8.827	9.381	1.466	3.096	1.528
Homicidio	352	338	243	217	48	46	19	0
Minas Antipersonal, Munición sin Explotar y Artefacto Explosivo improvisado	35	24	27	2	9	5	2	0
Lesiones Personales Físicas	9	6	7	4	7	11	4	1
Pérdida de Bienes Muebles o Inmuebles	873	526	170	266	190	118	49	18
Secuestro	8	18	9	17	2	2	2	1
Tortura	5	2	0	6	1	1	2	0
Vinculación de Niños Niñas y Adolescentes a Actividades Relacionadas con grupos armados	2	4	11	2	4	1	0	0

Fuente: Elaboración propia con datos del Registro único de Víctimas (RUV).

Por otro lado, la producción total por año del sector agrícola (medido en toneladas) en el departamento del Huila presenta comportamiento estable durante todo el periodo, con una leve tendencia de crecimiento, en especial durante los últimos años. En general, la producción agrícola del Huila creció en promedio un 4.9% al año durante todo el periodo; el 2018 fue el año en que más creció, un 14% con respecto al 2017, pues paso de 23.987 a 27.346 toneladas. En el 2012 fue el único año que se registró un crecimiento negativo, 1.6% con respecto al 2011 (Véase gráfica 1).



Gráfica 1. Producción agrícola anual en el Huila, 2010 a 2017
Fuente: Elaboración propia basada en el Sistema de Información Regional del Huila – SIR Huila.

En algunos departamentos de Colombia, como en el Huila, la producción, tráfico y expansión de cultivos ilícitos, generan una economía que alimenta el conflicto armado que ha vivido el país y dificulta en gran porcentaje el desarrollo y progreso como departamento agrícola. Con este artículo se buscó determinar la relación existente entre algunas variables que caracterizan en el conflicto armado y la producción agrícola de los municipios del departamento del Huila.

De acuerdo con Humphreys (2003), la violencia, que está asociada al conflicto, afecta de forma negativa al bienestar de las personas, así como sus capacidades de desarrollo económico y social. Los conflictos violentos se relacionan de manera directa con las condiciones de pobreza ya que destruye parte del capital físico empleado en la producción y en la provisión de bienes públicos; los asesinatos, lesiones y desplazamientos debilitan el capital humano, mientras que las incursiones y atentados destruyen cualquier tipo de infraestructura física. “Las condiciones económicas, como empleo, ingreso, producción agrícola, inversión pública y privada y de crecimiento, tienden a ser afectadas de manera directa y negativa por la presencia de conflictos violentos” (Hoeffler y Reynal-Querol, 2003).

El conflicto también afecta a la economía de manera indirecta a través del desvío de recursos desde actividades productivas a actividades de defensa y ofensivas, reduciéndose, de esta manera, el potencial para el crecimiento y, por lo tanto, el potencial para el mejoramiento de las condiciones de los más pobres (Restrepo y Aponte, 2009). Los conflictos violentos tienen también efectos indirectos y duraderos sobre el bienestar de los individuos y las comunidades más pobres a través de la destrucción de capital humano (la inseguridad humana), el menor acceso a los servicios públicos (tales como educación, salud, policía), así como una mayor tasa de mortalidad infantil y una menor tasa de escolaridad (Hoeffler y Reynal-Querol, 2003).

Existen diferentes teóricos y experiencias en diferentes partes del mundo que han vivido la guerra y sobre ello, han construido caminos de paz, que necesariamente los ha llevado a un nuevo discurso del costo de las oportunidades subsecuentes del conflicto. En este orden de ideas, se puede señalar que los temas de la política y la violencia han sido diferenciados tanto por los teóricos de la ciencia política como por el ciudadano corriente. “Así se han opuesto violencia y democracia, violencia y política. Lo cierto del caso ha sido que la construcción de la democracia y el ejercicio de la política en nuestro caso han estado acompañados por la violencia” (Guerra y Plata, 2005).

Por su parte, otros estudios indican que casi siempre, las guerras civiles estallan en los países más pobres del planeta. Algunos consideran que las guerras civiles significan una etapa necesaria del desarrollo, pues acaban con los sistemas más antiguos y tradicionales, y abona el terreno para el desarrollo económico y la justicia social (Collier, Conte y Duque, 2005). Las guerras civiles destruyen la riqueza de las naciones, dispersan sus poblaciones y propagan la miseria económica y la enfermedad mucho tiempo después del fin de las hostilidades (Collier, 2005).

El conflicto armado por el que atravesó Colombia durante los últimos cincuenta años, tuvo consecuencias sobre el desarrollo social y económico de las diferentes regiones del país, entre estas el departamento del Huila, que sin duda ha sido uno de los departamentos más golpeados por el flagelo de la violencia.



Por lo anterior, con este trabajo se busca responder a la pregunta, ¿existe relación causal entre algunos indicadores del conflicto armado y la producción agraria en los diferentes municipios del departamento del Huila que evidenciaron al menos un acto terrorista durante el periodo de 2012 a 2018?. Para resolver esto, se estimó un modelo econométrico de panel de datos de efectos fijos y aleatorios, con el propósito de seguir al mismo municipio durante todo el periodo de tiempo. De acuerdo con lo anterior, se parte de la hipótesis que las variables indicadoras del conflicto armado, tales como el desplazamiento, el secuestro, los homicidios y las amenazas, tuvieron efectos negativos sobre la producción agrícola del departamento del Huila.

Este trabajo se compone en cinco secciones. La primera, contiene la introducción; en la segunda parte se aborda el marco teórico en donde se discute las variables en cuestión relacionadas con el conflicto armado. La tercera parte aborda la metodología, mientras que en el cuarto apartado se presentan los resultados. Finalmente, en el último capítulo se muestran las conclusiones.

Marco Teórico

El conflicto a través de la historia se ha desarrollado en un contexto de problemas y divergencia social en donde se establece una relación contradictoria entre personas o grupos sociales a causa de los intereses o valores propios que posee cada uno de ellos (Silva García, 2008). Según Touzard (1981) y Fernández (1999) como se citó en Ortego, López y Álvarez (2010) definen el conflicto como, toda actividad en que un hombre lucha contra otro por algún objetivo; es la conducta que resulta de un proceso en el que una unidad busca un incremento de su propio interés en su relación con los otros. Este incremento debe resultar de una acción determinada, no de una circunstancia fortuita.

La guerra ha sido uno de los aspectos a los que el hombre ha dedicado más tiempo y esfuerzo a lo largo de la historia, pues la guerra ha estado presente no solo en todas las épocas, sino también en la realidad política mundial. Kant (1795) considera que la guerra es un mal que afecta a las sociedades humanas, y es la fuente de todos los males y de toda corrupción moral.

Para Marx y Engels (1848) la guerra, en el marco de la lucha de clases, los de abajo se ven impulsados a ella por la resistencia de los de arriba a ceder parte de sus privilegios. Tolstói (1890) se opone a toda guerra, y está en contra incluso de la existencia de ejércitos. De acuerdo con Clark (1884), los efectos económicos de la guerra son tan variados y confusos que pueden llegar a convertirse en una dificultad insoluble. De todos modos, la guerra tiene un enorme poder transformador sobre la sociedad y su economía, determinar sus verdaderos efectos ha sido un tema ampliamente estudiado, pero los resultados cambian de acuerdo al contexto en el que se desarrolle. Los efectos de la guerra sobre la economía van mucho más allá de las muertes, que pueden reducir la mano de obra potencial de un país, o del gasto militar empleado para su financiación. Estos efectos son mucho más profundos y persistentes a lo largo del tiempo, que pueden llegar incluso a condicionar la existencia de sociedades durante generaciones. En el tema puntual de la economía, las teorías al respecto se concentran principalmente en los efectos de la guerra sobre el crecimiento económico, sobre los factores productivos (población, capital, recursos naturales, capital humano) y otros efectos tales como en la estructura productiva, los precios y el tipo de cambio, el presupuesto y la deuda pública, sobre el comercio exterior, y los movimientos migratorios. En este trabajo, nos concentraremos en abordar los principales planteamientos teóricos de los dos primeros grupos de teorías, por ser los más afines al contexto analizado.

Efectos de la Guerra Sobre el Crecimiento Económico
Uno de los efectos más importantes del conflicto, es sobre el crecimiento económico. De acuerdo con González (2017), existen dos grandes hipótesis, i) las teorías económicas que defienden la postura de la "War renewal" (Beard, 1927; Hacker, 1940; Organski y Kugler, 1980; Olson, 1982), atribuyendo efectos positivos de la guerra, como consecuencia de las innovaciones y de los incrementos de eficiencia generados durante el mismo; y ii) la "War ruin" (Russett, 1970; Chan, 1985; Diehl y Goertz, 1985) que considera los efectos negativos de la guerra, especialmente en el largo plazo, la inflación, en algunos casos la escasez y en otros el excedente de mano de obra, la baja productiva distribución de los recursos por parte de los gobiernos o el incremento



de la deuda pública, son algunos de estos efectos. Nos obstante, existen posiciones intermedias, quienes consideran que los efectos no son siempre positivos o negativos, sino que esto va a depender de las características propias de cada conflicto, y de aspectos tales como la duración de la guerra, la posición del Gobierno, la intermediación de la comunidad internacional, entre otros (Rasler y Thompson, 1985).

De acuerdo con Beard (1927) y Hacker (1940), principales defensores de la postura *Renewal war*, la guerra civil genera grandes cambios políticos, sociales y económicos tanto en el periodo de la guerra como en la posguerra. Durante la guerra, toda la contratación relacionada con la industria de la guerra produce grandes beneficios, además, se presenta escasez de mano de obra, pues está se destina a la guerra, y esto conlleva una acelerada mecanización de la industria; todo esto, durante la posguerra, se traduce en importantes cambios en la producción industrial apoyada por el mejorando de la tecnología que permiten alcanzar mayores niveles de crecimiento económico.

Ruttan (2006), encuentra que el gasto militar y su contribución al desarrollo tecnológico, han sido importantes en el desarrollo de muchas industrias, el avión, la energía nuclear, los semiconductores, los ordenadores, la comunicación espacial, el internet, todos inventos tecnológicos que surgieron a raíz de la guerra. De acuerdo con este autor, la guerra es necesaria para el crecimiento económico. En esta misma línea, Milionis y Vonyó (2015), encontraron a través de un análisis contrafactual, que el crecimiento económico generado después de la Segunda Guerra Mundial se debe en gran medida al proceso de reconstrucción post bélico, sin este proceso, el crecimiento hubiera sido un 40% menor. De acuerdo con los autores, la dinámica de reconstrucción después de la Guerra tuvo un efecto sobre el crecimiento económico que duro hasta los años setenta. Estos resultados coinciden con los hallados por Ben-David, Lumsdaine y Papell (2003), quienes encontraron que tres décadas después del final de la Segunda Guerra Mundial, al terminar la dinámica de reconstrucción de la guerra, se presentó una ruptura en la tendencia de crecimiento de la posguerra en los países miembros de la OCDE.

De acuerdo con Organski y Kugler (1977), un país reconstruido después de la guerra puede ser más eficiente pues tiene a su disposición mayores y actualizadas industrias tecnológicas que le permite obtener mayores beneficios económicos.

Por otro lado, Gallman (1960), fue uno de los primeros estudiosos en plantear que la guerra no tiene efectos positivos sobre el crecimiento económico; en el caso puntual de la Guerra Civil Americana, Gallman considera que el país, incluso antes de la guerra, ya venía generando un proceso rápido de cambio de la agricultura a las manufacturas, lo que le permitió alcanzar mayores niveles de crecimiento económico. Engerman (1966), considera que la Guerra Civil Americana, debe ser observada como un periodo de retroceso para el desarrollo económico del país, pues entre 1860 y 1870 (periodo de la guerra y parte de la posguerra), los niveles de crecimiento de la producción de productos básicos y el valor agregado alcanzaron las tasas promedios más bajas de toda la década del siglo XIX.

Makdisi (2004), en el caso de la Guerra Civil de Líbano, encuentra que, aunque durante los dos primeros años posteriores a la guerra, el PIB aumenta a causa del aumento de la inversión pública, en los cinco años posteriores, el crecimiento disminuye considerablemente, a causa de la difícil situación fiscal, provocada por una disminución en la inversión privada. De acuerdo con Arunatilake, Jayasuriya y Kelegama (2001), el periodo de inestabilidad posbélico de Sri Lanka, tuvo consecuencias económicas muy negativas, provocando inestabilidad lo que hizo caer el crecimiento económico. Por otro lado, Hoeffler y Reynal-Querol (2003) argumentan que el aumento del gasto militar durante la guerra afecta significativamente el crecimiento económico, pues son recursos de fondos públicos que se desvían de otros fondos con aparentes mayores niveles de productividad. Knight, Loayza y Villanueva (1996) encuentra que un 2.2% adicional de gasto del PIB en consumos militares durante siete años consecutivos, genera una pérdida permanente del PIB alrededor de un 2%, es decir, un incremento del gasto militar disminuye el crecimiento del PIB.

Collier (1999), usando funciones de producción de Cobb-Douglas para el ámbito de las guerras civiles, concluye que no existe un dividendo de paz automático,



pues los efectos positivos o negativos de la guerra sobre la producción dependen, de acuerdo con el autor, de la duración del conflicto, pues esto determina el tiempo necesario que necesitan los factores de producción endógenos para alcanzar su nivel óptimo. En este mismo sentido, Minhas y Radford (2016), encuentra que el impacto económico de la guerra depende fundamentalmente de la ubicación del conflicto respecto a los principales centros urbanos del país, pues son las grandes ciudades las que mayor contribuyen al crecimiento económico, de ahí, los efectos positivos o negativos de la guerra sobre el crecimiento económico.

Efectos de la Guerra Sobre los Factores Productivos

Son varios los efectos que tiene la guerra sobre los distintos factores productivos, entre ellos la población. Generalmente la guerra trae consigo incrementos en las tasas de mortalidad, especialmente de los jóvenes hombres, lo que se traduce en menores relaciones sociales, especialmente de pareja, pues al haber una menor cantidad de hombres, se presentan menos matrimonios, y esto reduce las tasas de natalidad; esto genera huecos en la pirámide poblacional (Mendershausen, 1940), lo que produce un desequilibrio en los grupos poblacionales en términos económicos, especialmente desajustes en la demanda y la oferta de trabajo. Otro efecto de la guerra sobre la población, radica en que aumenta el número de enfermedades de largo plazo (Ghobarah, Huth y Russet, 2003), regresar con vida de la guerra genera situaciones traumáticas que les dificulta la adaptación y la inclusión en el mercado laboral, lo que se traduce en reducciones de la productividad y por ende de los ingresos.

Vandenbroucke (2014) estudia los efectos de la Primera Guerra Mundial sobre Francia, en donde, durante el conflicto, la tasa de natalidad cayó un 50%, y se perdieron cerca de 1.4 millones de vidas. A través de un modelo de econométrico de probabilidad, el autor encontró que la caída en los ingresos, y el temor de la mujer a quedarse viuda, disminuye la probabilidad de tener un hijo en un 91%. Por otro lado, la guerra, además de las muertes en el campo de batalla, se debe adicionar las muertes provocadas por enfermedades y pandemias, pues el traslado

de personas de un lugar a otro, lleva consigo enfermos nuevas para estos territorios, que suelen propagarse de manera fácil porque existe una menor resistencia individual y mayores condiciones de propagación, pues se presentan menores condiciones de higiene, peores condiciones de alimentación y alojamiento. En este sentido, Mendershausen (1940) llega a afirmar que durante el siglo XIX fueron mayores las muertes por epidemias que en el frente de ataque. Ghobarah, Huth y Russet (2003), consideran que estos efectos de la guerra se extienden hasta muchos años después de haber finalizado el conflicto; los autores estiman ocho millones de muertes en 1999, como resultado de grupos de enfermedades fruto de las guerras civiles durante los años 1991-1997. Pero no solamente enfermedades físicas traen como consecuencia la guerra, Murthy y Lakshminarayana (2006) observan un incremento en la incidencia de prevalencia de enfermedades mentales tras investigaciones realizadas en Afganistán, los Balcanes, Camboya, Israel, Líbano, Palestina, Iraq, Ruanda, Somalia, Sri Lanka y Uganda. Soares (2006) en Colombia, estima que la guerra civil disminuyó la esperanza de vida al nacer en 2.2 años, produciendo una pérdida de 9.7% en el PIB, con esto concluye que las reducidas condiciones de salud, tanto físicas como mentales, así como la reducción de la esperanza de vida de la población, tienen efectos importantes sobre la producción.

El capital es otro de los grandes factores productivos afectados por la guerra. El tipo de conflicto, la capacidad destructiva y las características de las armas utilizadas, determinan la magnitud del daño. Estos efectos pueden presentarse de forma directa, destrucción durante la guerra, e indirecta, falta de mantenimiento. Durante el conflicto las fuerzas productivas que no son indispensables para el funcionamiento del país se paralizan, por ejemplo, maquinaria destinada a determinada actividad económica, de esta forma no se genera nuevo capital, y el existente tiende sobreutilizarse por lo que presenta un desgaste adicional.

Durante el conflicto, generalmente el capital físico es tomado como objetivo militar, como estrategia de debilitamiento de la contraparte, las telecomunicaciones, aeropuertos, puertos, carreteras y puentes son destruidos, además de casas, escuelas y hospitales.

De acuerdo Hoeffler y Reynal-Querol (2003), en Mozambique fue destruido cerca del 40% del capital físico, en Liberia se destruyó gran parte de la capacidad de generación de energía eléctrica y se eliminaron los sistemas de transporte y distribución de energía. Según Collier (1999), la reducción del stock de factores productivos nacionales genera una salida de los mismos factores nacionales y extranjeros del país, en especial en países en vía de desarrollo, en donde la huida de capitales les genera grandes problemas económicos pues en estos países el porcentaje de inversión extranjera suele ser significativo. En este sentido Collier y Hoeffler (2002) calcularon que durante el conflicto de Uganda salió de país cerca del 19.7% de la riqueza, frente al 8.6% que se desplazaba antes del conflicto. De acuerdo con Matovu y Stewar (2001), en este mismo país, dos tercios de las personas afectadas por el conflicto manifestaron haber perdido sus pertenencias. Knight, Loayza y Villanueva (1996) demuestran empíricamente que un aumento en el gasto militar disminuye el stock de capital público destinado a otras actividades diferentes a la guerra tales como la producción, la educación o las innovaciones tecnológicas orientadas al mercado. En este mismo sentido, Kentor y Kick (2008) concluyen que el fin del conflicto supondría un incremento del capital destinado a otras actividades, por la reducción del gasto militar, de acuerdo con los autores, esto se conoce como los dividendos de la paz. Pero la existencia de un dividendo de paz o no, dependerá, de acuerdo con Collier (1999), del stock de factores óptimos tras la guerra, pues si el factor capital a tenido el tiempo suficiente para llegar a un nuevo óptimo, entonces la paz generará un dividendo, y el efecto en la economía será positivo; por el contrario, si el país no ha alcanzado su nivel óptimo, y se genera un nuevo conflicto, los dividendos de la paz serán negativos.

En cuanto al capital humano, la teoría del capital humano (Schultz (1959), Becker (1964), Mincer (1974)), considera el capital humano como una inversión que genera rendimientos en el futuro, pues el aumento de la productividad de los trabajadores, se traducirá, a nivel microeconómico, en mejores salarios, aumentando el consumo lo que genera, a nivel macroeconómico, un mayor desarrollo económico.

De esta forma, la acumulación de capital humano conlleva beneficios tanto privados como sociales, de ahí la importancia de su desarrollo para la economía. De acuerdo con González (2017), las guerras, a través de la destrucción de infraestructura, el reclutamiento de jóvenes y niños para que participen en ella, el estallido de epidemias y otras múltiples situaciones de riesgo, son susceptibles de entorpecer los procesos educativos durante el conflicto, afectando el desarrollo del capital humano; generalmente las pérdidas de capital humano se extienden temporalmente más allá de la finalización del mismo, pues pueden llegar a condenar a generaciones completas a sueldos más bajos y condiciones de vida más precarias.

Chamarbagwala y Morán (2011) analizaron los efectos de la guerra civil de Guatemala en la acumulación de capital humano; teniendo en cuenta como variable de referencia el período de escolarización, condicionado por el año de nacimiento y el departamento de origen, los autores encontraron que el conflicto tuvo efectos negativos sobre el capital humano especialmente después de haber terminado, afectando de manera más considerable a los hombres y mujeres mayas de las zonas rurales. Akbulut-Yuksel (2009) llegan a resultados similares al estudiar los efectos psicológicos y económicos de largo plazo de los niños que experimentaron la Segunda Guerra Mundial en Alemania; de acuerdo con los autores, los niños que sufrieron esta situación, en la edad adulta presentaron entre 0.4 años y 1.2 años menos de educación, en comparación con personas que no vivieron la guerra, lo que genera que estos individuos terminen ganando un 6% menos de salario que el resto de la población.



Metodología

Este trabajo se sustenta en una investigación de tipo cuantitativo, debido a que el propósito es determinar la relación entre la producción agrícola de los municipios del departamento del Huila y un conjunto de variables indicativas del conflicto armado. Hernández y otros (2016), plantea que, en el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza sus diseños para analizar la certeza del problema planteado y aportar evidencias respecto a los lineamientos de la investigación. Además, este artículo se ajusta a los propósitos de la investigación no experimental, también conocida como investigación ex post facto, término que en latín significa, después de ocurridos los hechos. “La investigación no experimental es un tipo de investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables” (Kerlinger, 1987, p. 269). Con el propósito de determinar la relación existente entre el conflicto armado y los rendimientos de la producción agrícola en los municipios del departamento del Huila que evidenciaron al menos un acto terrorista durante el periodo de 2012 a 2018, se tuvo en cuenta la producción agrícola a nivel municipal, así como diferentes variables pertenecientes al conflicto armado. Los datos son de periodicidad anual para cada una de las variables y provienen de la información suministrada por la Evaluación Agropecuaria de la Gobernación del Huila, Registro Único de Víctimas – RUV y del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE.

La relación entre el conflicto armado y la producción agrícola por departamento, se abordó a partir de la estimación de un modelo econométrico de panel de datos, el cual, que de acuerdo Wooldridge (2015), consiste en una serie de tiempo por cada unidad de una base de datos de corte transversal, siendo este tipo de estructura de datos muy útiles para el análisis de políticas. Uno de los principales objetivos de aplicar los métodos de datos de panel, es capturar la heterogeneidad inobservable, ya sea entre las unidades analizadas o en el tiempo, dado que la heterogeneidad no se puede tratar con datos de corte transversal ni con datos de series de tiempo.

En este caso, se siguió al mismo municipio a lo largo de todo el periodo de estudio. El modelo estimado permite conocer la relación existente entre las variables independientes que para este caso serán el desplazamiento forzado, amenazas, secuestro y homicidio, enmarcados en el contexto del conflicto armado en los diferentes municipios que componen el departamento del Huila, y así, saber cuál es la característica que presenta un mayor efecto sobre la variable dependiente que para este caso será la producción del sector agrícola de los municipios del Huila.

De esta forma la ecuación planteada corresponde a:

$$\text{Log}(producción)_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{Log}(Amenazas)_{it} + \beta_2 \text{Homicidios}_{it} + \beta_3 \text{Log}(Desplazados)_{it} + \beta_4 \text{Log}(Secuestros)_{it} + \mu_{it} \quad [2.1]$$

Donde, el subíndice i denota al municipio, y t al año. $\text{Log}(producción)_{it}$ la variable dependiente o explicada del modelo, es el logaritmo de la producción del sector agrícola del departamento del Huila, nuestra variable de interés, pues se cree que es afectada de manera negativa por los diferentes indicadores del conflicto armado colombiano. El conjunto de variables independientes o explicativas está compuesto por el $\text{Log}(Amenazas)_{it}$ que representa el logaritmo de las amenazas de los habitantes de los municipios del Huila, aquí solamente se tienen en cuenta las amenazas producto del conflicto armado. Homicidios_{it} está medida en número de homicidios por cada mil habitantes, también tiene en cuenta los homicidios generados a causa del conflicto. $\text{Log}(Desplazados)_{it}$ indica el logaritmo de la población desplazada a causa del conflicto armado. Y $\text{Log}(Secuestros)_{it}$ representa el logaritmo de los secuestrados por municipio de nuevo a causa del conflicto armado. Las variables explicativas que están expresadas en logaritmo, permite estimar elasticidades, en este caso con respecto a la producción, y las variables que están en niveles, permiten estimar semielasticidades. Todas estas variables son importantes porque se considera afectan directamente el factor del capital humano, ciertamente, un aumento de estas variables, disminuye la disponibilidad de mano de obra, lo que se traduciría en una disminución de la producción.

Por lo tanto, la hipótesis principal que se quiere corroborar con este trabajo es que, existe de una relación causal negativa entre la producción agrícola de los municipios del departamento del Huila, y las variables indicativas del conflicto armado.

En este trabajo se aplicaron dos especificaciones del modelo de panel de datos, a saber: i) Efectos fijos (MEF), que utiliza un mecanismo de transformación, que consiste en expresar cada variable como una desviación de su valor medio para eliminar la heterogeneidad inobservable antes de la estimación; y ii) Efectos aleatorios (MEA), que como mecanismos de transformación, utiliza un parámetro λ , como proporción de los valores medios temporales, el cual está entre 0 y 1 y depende del tiempo y de las varianzas. Además, se estimó un modelo de regresión lineal múltiple agrupado, es decir sin tener en cuenta el efecto temporal y la distribución por ciudades, con fines comparativos.

Sin embargo, es importante identificar cuál de los modelos estimados es el que ofrece mejores resultados. En este sentido, se estimó la prueba de Breusch-Pagan y la prueba de Hausman que permite identificar la presencia de efectos constantes en el término error de un modelo estimado, brindando de este modo un referente para elegir entre un modelo de efectos fijos y un modelo de efectos aleatorios. Hausman permite identificar la existencia de diferencias sistemáticas entre las estimaciones por el método de efectos fijos y efectos aleatorios.

Resultados

Niveles y áreas productivas de los municipios del Huila

De acuerdo con la Secretaría de Agricultura y Minería en convenio con el Observatorio de Territorios Rurales y a través de las Evaluaciones Agropecuarias Municipales, para el año 2018 en el Huila existían 317.010 hectáreas sembradas y 263.796 hectáreas cosechadas para un total de producción agrícola para ese periodo de 861.237 toneladas. De esta manera junto con la producción pecuaria (carne bovino y leche) y piscícola se obtuvo una producción total agropecuaria de 1.059.554 toneladas y un valor bruto de la producción de 2.280.556,7 millones

(Véase tabla 2).

Tabla 2.
Indicadores agropecuarios del Huila año 2018

Tipo de Indicador	Cantidad
Agrícola	
Área sembrada (ha)	317.010,80
Área cosechada (ha)	263.796,70
Producción (ton)	861.237,30
Pecuario	
Área en pastos y forrajes (ha)	724.390
Inventario bovino (unidad)	415.246
Número de predios (unidad)	15.022
Producción carne bovinos (ton)	43.303
Producción leche (ton)	84.308
Piscícola	
Área total espejo de agua (ha)	588,5
Área estanques en tierra (ha)	547,8
Área jaulas (ha)	40,8
Producción total (ton)	38.130
Producción estanques tierra (ha)	12.285
Producción jaulas (ha)	25.845
Valor y volumen de la producción	
Agropecuaria (\$ millones)	2.280.556,70
Producción total agropecuaria ton	1.059.554,20

Fuente: Secretaría de agricultura y minería. Observatorio de territorios rurales. Evaluaciones agropecuarias municipales.

De la Evaluación Agropecuaria del Huila, se observa que el sector agrícola obtuvo una participación de 861.237 toneladas en producción para el año 2018 con un área sembrada de 317.010 hectáreas de esta manera generó una producción de 1.736.521 millones de pesos. Por su parte, el sector pecuario obtuvo una participación de 160.186 toneladas en producción, con un área de ocupación de 724.390 hectáreas de esta manera generó un valor de producción de 324.009 millones de pesos. Finalmente, el sector piscícola obtuvo una participación de 38.130 toneladas en producción, con un área ocupación de 588 hectáreas, generando un valor de producción de 220.025 millones de pesos. De esta manera se establece que durante este periodo la actividad agrícola tuvo la mayor participación dentro del sector agropecuario para el departamento del Huila.



Tabla 3.
Resumen área (h), producción (ton) y valor de la producción (\$), agropecuaria Huila 2017

SUBSECTOR	ÁREA SEMBRADA		PRODUCCIÓN		VALOR PRODUCCIÓN	
	HECTÁREAS	% TOTAL	TONELADAS	% TOTAL	\$ Millones	%TOTAL
AGRÍCOLA	317.011	30,420%	861.237	81,28%	\$ 1.736.522	76,14%
PECUARIO	724.390	69,520%	160.187	15,12%	\$ 324.009	14,21%
PISCÍCOLA	589	0,06%	38.130	3,60%	\$ 220.026	9,65%
TOTAL	1.041.989		1.059.554		\$ 2.280.557	

Fuente: Secretaría de agricultura y minería. Observatorio de territorios rurales. Evaluaciones agropecuarias municipales.

La participación porcentual de las áreas sembradas en los diferentes subsectores muestra que la actividad pecuaria es la que mayor participación presenta en cuanto a las hectáreas sembradas, con respecto a la actividad agrícola y piscícola; del mismo modo, se observa que, en cuanto a producción, el 81.28% corresponde a productos del sector agropecuario, seguido por la actividad pecuaria con 15,12% y por último la actividad piscícola con 3,6%. Finalmente, con respecto al valor de la producción, es la producción agrícola la que mayor participación registra, 76.14%, seguido de la actividad pecuaria (14.21%) y la piscícola (9.65%).

De acuerdo con cifras de las cuentas nacionales y departamentales del DANE, la participación porcentual por rama de actividad dentro del Producto Interno Bruto (PIB) departamental, para el periodo 2018 fue en su orden: construcción (17.6%), actividades de servicios sociales y comunales (16.7%), agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (15.5%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (13.5%), comercio, reparación, restaurantes y hoteles (11.1%), establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas (8,7%), explotación de minas y canteras (5.1%), suministro de electricidad, gas y agua (4.3%), e industria manufacturera (3.7%). En este sentido, se registra incremento en la participación en el año 2018 respecto al año 2017 en áreas como la agricultura, el suministro de electricidad, gas y agua, la construcción y las actividades de servicios sociales. Mientras que en sectores como la explotación de minas y canteras hubo una disminución significativa de la participación, pasando de 7.7% en el año 2016 a 5.1% en el año 2017.

El sector de la construcción sigue liderando la participación dentro de las diferentes ramas, con un aporte de 17.6% en el año 2017, aunque si bien es cierto el departamento del Huila se ha destacado por su producción agrícola, durante los últimos años la construcción ha sido pionera sobre todo en la capital del departamento. Es importante resaltar que los tres ejes fundamentales de dinamizan la economía huilense se enmarcan en la construcción, las actividades de servicios sociales, comunales y personales y la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.

Análisis descriptivo del conflicto armado

De acuerdo con cifras de la Red de Víctimas, el Huila ha sido uno de los departamentos más afectados por el conflicto armado en Colombia, 32 de los 37 municipios del Huila han sufrido algún acto terrorista durante el periodo 2012-2018. Neiva, es la ciudad con mayores actos terroristas, 234 en el periodo estudiado, seguido por Algeciras (70) y Campoalegre (63). El desplazamiento forzado es la modalidad del conflicto armado más recurrente en todos los municipios del Huila; de nuevo Neiva (5.415), con cerca del 30% de la población del Huila, presenta el mayor número de desplazamientos, seguido de Algeciras (5.046) y Pitalito (3.617). Neiva, Pitalito y Garzón, son los municipios que registran mayor número de secuestros, 14, 10 y 9, respectivamente; en su orden son los municipios con mayor población (ver anexo 1).

Al analizar la información expresada en grupos de población por mil habitante, se encontró que el municipio de Algeciras, un municipio netamente agricultor, conocido como la despensa agrícola del Huila, cercano a Neiva y que limita con el departamento de Caquetá, es reconocido históricamente por ser uno de los municipios más golpeados por el conflicto armado en Colombia; es el municipio con mayor número de actos terroristas en el Huila expresado por habitante, en el periodo 2012-2018 se presentaron 2.85 actos terroristas por cada mil habitantes, es el municipio con mayor desplazamiento, 205.4 por cada mil habitantes, y es el municipio con mayor homicidios, 4.52 homicidios por cada mil habitantes. También es el segundo municipio con mayor número de amenazas, 37.41 amenazas por cada mil habitantes.

Baraya es otro de los municipios del Huila más afectados por el conflicto armado, durante el periodo de estudio se presentaron 160 desplazamientos por cada mil habitantes, 35.74 amenazas y 3.42 homicidios .

Si bien, Neiva registra mayor cantidad de hechos victimizantes, al analizarlo teniendo en cuenta la población, es uno de los municipios con indicadores más bajo; durante el periodo de estudio se presentaron 0.68 actos terroristas por cada mil habitantes, 15.74 secuestros, y 3.76 amenazas. A nivel departamental, teniendo en cuenta los hechos victimizantes presentados en los 32 municipios durante el periodo 2012-2018, se presentaron 43 desplazados por cada mil habitantes, 8.8 amenazas, 1.09 homicidios, y 0.53 actos terroristas, para todos los casos, por cada mil habitantes. Ciudades como Neiva, Pitalito y Garzón, quienes registran los mayores índices de población, presentan indicadores de victimización por debajo del promedio departamental .

Respecto al número de hechos victimizantes por año, 2013 es uno de los años donde se presentaron mayores hechos, 211 actos terroristas en todo el Huila, 2303 amenazas y 8811 desplazados. Posteriormente, los actos terroristas empezaron a disminuir hasta llegar a 11 en 2018, las amenazas también disminuyeron, al igual que el desplazamiento, los homicidios y el secuestro .

Tabla 4.
Hechos Victimizantes por año, 2012-2018.

Año	Actos				
	terroristas	Amenazas	Desplazamientos	Homicidios	Secuestros
2012	65	378	7408	353	8
2013	74	603	7265	339	18
2014	138	1815	7260	247	9
2015	211	2303	8811	219	18
2016	82	2300	9343	48	2
2017	36	1942	7452	47	2
2018	11	994	3052	19	2

Fuente: Elaboración propia con base en información de la Red de Víctimas.

Análisis econométrico

La metodología más simple para la estimación de un modelo de panel de datos, supone omitir las dimensiones del tiempo y el espacio, y estimar un modelo de regresión por mínimos cuadrados ordinarios (MCO) agrupados (Pool OLS).

Los resultados de las estimaciones se muestran en el primer recuadro de la tabla 5. Sin embargo, el modelo por MCO, parte del supuesto que el intercepto de la regresión es igual para todos los individuos, en este caso, municipios del departamento del Huila. Sin embargo, es importante que se pueda controlar el carácter individual de cada municipio, para lo cual se estimó el modelo de efectos aleatorios, el cual supone que cada municipio tiene un intercepto diferente (Ver tabla 5).

Tabla 5.
Estimación con datos de panel

Variable dependiente Log(Producción Agrícola)	Pool OLS		Random-effects		Fixed-effects	
	Coef.	SE-Robt.	Coef.	SE-Robt.	Coef.	SE-Robt.
Log(Amenazas)	0,1104**	0,0474	0,0250**	0,0112	0,0236**	0,0109
Homicidios	0,0073	0,0045	-0,0021*	-0,0021	-0,0022**	0,0011
Log(Desplazados)	0,1938***	0,0615	-0,0241	0,0200	-0,0333*	0,0195
Log(Secuestros)	0,0960	0,1676	0,0034	0,0393	0,0015	0,0380
Constante	8,4514***	0,2101	9,8467***	0,1378	9,8970***	0,0836
F / Wald test	F	21,78	chi2	12,37	F	3,64
	Prob.	0,000	Prob.	0,000	Prob.	0,007
Within	R-squared	0,2846	0,0696		0,0718	
Overall			0,0162		0,0742	
Between			0,1652		0,294	
Observations	224		224		224	
Grupo de Individuos			32		32	

Note: ***, **, * denotes 1%, 5%, and 10% significance level, respectively.

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar si es necesario estimar el modelo de mínimos cuadrados ordinarios agrupados o efectos aleatorios, se realizó la prueba del Multiplicador de Lagrange para Efectos Aleatorios de Breusch y Pagan. La hipótesis nula de esta prueba sostiene que la varianza del error es cero ($\sigma_{\mu^2}=0$). La estimación de la prueba se muestra en el anexo 2. Los resultados permiten rechazar la hipótesis nula, por lo que es preferible estimar el modelo por efectos aleatorios que por el modelo por el método de mínimos cuadrados ordinarios agrupados.

El carácter individual de cada municipio también se puede controlar, a través de un modelo de efectos fijos, el cual supone que las diferencias entre municipios son fijas o constantes, y no aleatorias. Las estimaciones del modelo de efectos fijos se muestran en el tercer recuadro de la tabla 5. La prueba F de significancia de los efectos fijos, indica que es preferible usar el método de efectos fijos al método de mínimos cuadrados ordinarios agrupado.



Tanto la prueba de efectos aleatorios de Breusch y Pagan, como la prueba F de significancia de los efectos fijos, indican que el modelo de efectos aleatorios y de efectos fijos, son preferidos al modelo agrupado. Para establecer cuál de los dos modelos, efectos fijos o aleatorios, es el más adecuado estimar, es importante identificar la posible correlación entre el error individual μ_i y las variables explicativas X. En el modelo de efectos aleatorios se supone que está correlación es cero. El test de Hausman, define como hipótesis nula, la no correlación entre μ_i y X, estableciendo que los estimadores de efectos fijos y aleatorios no difieren sustancialmente. En el anexo 3 se muestran los resultados de la estimación de la prueba de Hausman, de cual se concluye que se rechaza la hipótesis nula, por lo que sí existe diferencia entre los dos estimadores. Por lo tanto, conviene estimar el modelo a través del método de efectos fijos.

Los tres modelos estimados no presentan diferencias sustanciales. La variable amenaza es significativa en los tres modelos, y presenta un efecto positivo sobre la producción agrícola. La variable homicidios es significativa en los dos modelos de panel de datos y presenta un efecto negativo sobre la variable dependiente. El desplazamiento presenta un efecto negativo y significativo en el modelo por mínimos cuadrados ordinarios y agrupados y el panel de datos de efectos fijos. Finalmente, la variable secuestros, no es significativa en ninguno de los tres modelos.

Después de determinar que el modelo de panel de efectos fijos es el más indicado para analizar la relación entre el conjunto de variables que indican el conflicto armado y la producción agrícola en los municipios del departamento del Huila, se encontró que las variables que son estadísticas significativas son las amenazas, los homicidios y los desplazamientos. No existe evidencia empírica para suponer que los secuestros se relacionan con la producción agrícola.

Los resultados muestran que el desplazamiento se relaciona negativamente con la producción agrícola, por un aumento de un punto porcentual en el número de desplazados, la producción agrícola se reduce en 0.033%, manteniendo constante el efecto de las demás variables. Esto era de esperarse, pues el aumento

de los desplazados disminuye la proporción de la población económicamente activa destinada a la producción agrícola, pues son menos los campesinos destinados al proceso productivo.

Por otra parte, parece que las amenazas no tienen efecto negativo sobre la producción agrícola, es más, el efecto es positivo y significativo, pues por un aumento de 1% en el número de personas amenazadas, aumenta la producción agrícola en 0.023%. El tema de las amenazas debe ser analizado con detenimiento, pues generalmente las amenazas se relacionan con la extorsión; particularmente los amenazados tienen dos opciones, i) ceden ante la amenaza, regularmente a través de la extorsión, y ii) no ceden, por lo cual está en juego sus propias vidas, y la integridad física de las instalaciones productivas; aquí deben decidir si se quedan en sus lugares de producción, en donde pueden sufrir de homicidios, o se van, lo cual se relaciona con el desplazamiento. Tanto los homicidios como el desplazamiento se relacionan negativamente con la producción. Ahora bien, si ceden ante las amenazas, ocurre algo similar a lo que acontecía en la época del feudalismo, guardando las debidas proporciones, en donde la producción del campesino se dividía para su consumo y para el señor feudal, en este caso, el último no tiene el derecho de propiedad sobre la tierra, el campesino aun la conserva, no obstante, el feudalita reclama su porción de renta. Por lo anterior, el campesino se ve en la necesidad de aumentar sus niveles de producción, pues ahora tiene una renta adicional que debe pagar, y no es por no poseer la tierra, porque de hecho es suya, sino por conservar la vida. De esta forma, se presenta una relación positiva, al menos en una etapa inicial, entre la producción agrícola y las amenazas.

Los homicidios son la materialización de la amenaza y la extorsión, si el campesino no cede ante estos hechos, pues los asesinan, de ahí la relación positiva entre los homicidios y la producción, por lo tanto, por un aumento de un homicidio por cada mil habitantes a causa del conflicto armado, la producción agrícola disminuye en 0.22%. Los homicidios son esa voz de alerta dentro de la población, es el acto que confirma la amenaza por lo que la población decide salir de sus acopios productivos, dejando todo atrás, de nuevo, esto disminuye la población dedicada a la

producción, factor productivo del trabajo, lo que se refleja en una disminución en los niveles de producción.

Como se puede evidenciar, los resultados encontrados en este trabajo, coinciden con el marco teórico "War Ruin", que considera los efectos negativos de la guerra, especialmente los relacionados con la escasez de mano de obra que lleva a una reducción en los niveles de producción. Russett (1970), Chan (1985), Diehl y Goertz (1985), así como Gallman (1960), fueron uno de los primeros estudiosos en considerar que la guerra no tiene efectos positivos sobre la producción. Este trabajo, al igual que el desarrollado por Soares (2006), se suma a la literatura existente que sobre el tema se ha desarrollado en Colombia, en donde se evidencia el efecto negativo del conflicto armado colombiano sobre la producción de la economía. De esta forma, se valida la hipótesis planteada.

Finalmente, en cuanto a la bondad de ajuste, los tres modelos estimados son globalmente significativos (prueba F y χ^2). En cuanto al modelo de efectos fijos, la variación de las variables explicativas dentro de cada grupo a través del tiempo, en este caso, cada municipio, explican el 7.18% de la variación de la producción agrícola, lo que indica que a través del tiempo no se presentan muchas diferencias en cada municipio, la situación económica y de conflicto permanecieron relativamente estables a través del tiempo. En este tipo de modelos la variación o el ajuste más importante es el que se presenta entre grupos, es decir entre los diferentes municipios, de esta forma, las diferencias de las variables indicativas del conflicto armado que se presentan entre los diferentes municipios analizados explican el 29.4% de la variación total de la producción agrícola. Justamente lo que garantiza la metodología de efectos fijos es que los modelos tengan un mayor ajuste en comparación con las demás estimaciones.

Conclusiones

La historia colombiana durante los últimos sesenta años ha estado marcada el uso de la violencia y la lucha armada, en el marco del conflicto armado, que década tras década se reforzaba aún más con la irrupción del narcotráfico y el narcoterrorismo. De esta forma, las dinámicas políticas y sociales de Colombia, desde que se instauró la República, en el siglo XIX, hasta el 2016, han estado marcadas por las desigualdades, el uso de la violencia y la lucha por el poder. Si bien muchas de estas problemáticas aún persisten, incluso después del 2016, de la firma del Acuerdo de Paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, estas no están sustentadas en una estructura organizada de un grupo armado al nivel de las antiguas FARC, ELN, EPL, entre otros.

El departamento del Huila es una de las regiones de Colombia que más ha sido golpeada por el conflicto armado. Algeciras, el municipio más afectado en el Huila, fue el único municipio a nivel departamental elegido para que haga parte del Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial, dirigido especialmente a los municipios más afectados por el conflicto armado. Además, Algeciras también es el único municipio del Huila que tiene una circunscripción especial transitoria de paz, de las 167 que se establecieron en todo el país.

El desplazamiento es el hecho victimizante con mayor presencia en el departamento del Huila, seguida de las amenazas y los homicidios. En 32 de los 37 municipios del Huila se han presentado actos terroristas, en todos los 37 municipios se han presentado desplazamientos y amenazas, en 31 municipios se presentaron homicidios. Esto indica la magnitud del conflicto armado en el Huila.

Un hecho importante es que el número de hechos victimizantes ha venido disminuyendo durante los últimos años, esto en todos los municipios del Huila, especialmente por el proceso de negociación y firma acuerdo de fin del conflicto armado con las Fuerzas Revolucionarias de Colombia, el cual empezó en septiembre del 2012, periodo estudiado en este trabajo.



Con este artículo se buscó determinar la relación existente entre algunas variables que caracterizan en el conflicto armado, tales como amenazas, desplazamiento, homicidios y secuestros, y la producción agrícola de los diferentes municipios del departamento del Huila. Esto se realizó a través de un modelo econométrico de panel de datos de efecto fijos. De esta forma, la principal conclusión de este trabajo es que las variables indicadoras del conflicto armado estudiadas, tienen efectos negativos sobre la producción agrícola del departamento del Huila.

En particular, las amenazas parecen ser la primera fase de la estrategia en contra de la población en un conflicto armado; las amenazas generalmente están relacionadas con la extorsión, en donde los individuos, al estar en juego su vida y su patrimonio, deben trabajar mucho más para intentar mantener sus estándares de vida. Es por esto, que la producción tiende a aumentar. Cuando el individuo no puede cumplir con la extorsión impuesta, normalmente se presentan dos escenarios; por un lado, aumenta el número de desplazados, quienes en un intento por salvar sus vidas, dejan todo atrás, sus propiedades, sus familias; y por otro lado, quienes se rehúsan a dejar todo abandonado, o tienen los medios de emigrar, son asesinados; los asesinatos también son una firma de advertencia a la población de las consecuencias que pueden padecer sino cumplen con lo que ellos les están exigiendo. De cualquier modo, en ambos casos, se presenta una disminución en la mano de obra disponible lo que se refleja en menores niveles de producción.

Este es un estudio que se realizó durante el periodo 2002 al 2018, desde que empezaron las negociaciones de paz con las FARC, y hasta, dos años después de la firma del Acuerdo de Paz; esto impide conocer el efecto este Acuerdo, por lo que sería importante en futuras investigaciones, determinar el impacto real de la firma del Acuerdo con las FARC sobre la producción agrícola, no solo del Huila, sino de los territorios más golpeados por el conflicto armado. Además, sería importante también, conocer el efecto del conflicto armado sobre la producción antes del inicio de las negociaciones, es decir antes del 2012, y hacer comparaciones con periodos posteriores, para determinar si el mencionado Acuerdo favoreció la producción agrícola.

Este análisis se puede extender a los demás sectores de la economía.

Agradecimientos

A nuestra alma mater, la Universidad Surcolombiana, a la Facultad de Economía y Administración, por apoyarnos económicamente para la realización de esta investigación a través de la Vicerrectoría de Investigación Proyección Social, siendo promotora e impulsadora del talento investigativo y de la apropiación social del conocimiento.

Referencias

- Akbulut-Yuksel, M. (2014). Children of War The Long-Run Effects of Large-Scale Physical Destruction and Warfare on Children. *Journal of Human Resources*, 49 (3), 634-662
- Arunatilake, N., Jayasuriya, S., & Kelegama, S. (2001). The economic cost of the war in Sri Lanka. *World Development*, 29(9), 1483-1500
- Beard, C. A., Beard, M. R., & Parrington, V. L. (1927). *The rise of American civilization*.
- Becker, G. S. (1964): *Human capital, A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*, Columbia-Nueva York.
- Ben-David, D., Lumsdaine, R. L., & Papell, D. H. (2003). Unit roots, postwar slowdowns and long-run growth: evidence from two structural breaks. *Empirical Economics*, 28(2), 303-319.
- Chamarbagwala, R., & Morán, H. E. (2011). The human capital consequences of civil war: Evidence from Guatemala. *Journal of Development Economics*, 94(1), 41-61.
- Chan, S. (1985). "The Impact of Defense Spending on Economic Performance: A Survey of Evidence and Problems." *Orbis* 29(2): 403-34.
- Collier, P. (1999). On the economic consequences of civil war. *Oxford economic papers*, 51(1), 168-183
- Collier, P & Hoeffler, A. (2002). Greed and Grievance in Civil Wars. *Centre for the Study of African Economies*.
- Collier, P., Conte, C. R., & Duque, V. M. (2005). El desafío global de los conflictos locales (No. 4). Banco Mundial.
- Delgado, Martha; Samir Ulloa, Cristian; Ramírez, Juan Mauricio. (2015). *La economía del departamento del Huila: Diagnostico y perspectivas de mediano plazo*. Bogotá D.C.
- Diehl, P. y Goertz G. (1985). "Trends in Military Allocation since 1816: What Goes Up Does Not Always Come Down." *Armed Forces and Society* 12(1): 134-44.
- Engerman, S. L. (1966). The economic impact of the Civil War. *Explorations in Economic History*, 3(3), 176-199.
- Fajardo, D. (2015). Estudio sobre los orígenes del conflicto social armado, razones de su persistencia y sus efectos más profundos en la sociedad colombiana. *Conflicto social y rebelión armada en Colombia*.
- Fernández, P., & Pérez, H. R. (1999). *Valoración de empresas* (No. 658.16/F36v). Barcelona: Gestión 2000.
- Gallman E. R. (1960). *Commodity output, 1839-1899*. Princeton.
- Gobernación del Huila. (2015). *Evaluación Agropecuaria*. Neiva.
- González, María Helena (2017). *Los Efectos Económicos de la Guerra* (Tesis de grado). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Ghobarah, H. A., Huth, P., & Russett, B. (2003). Civil wars kill and maim people—long after the shooting stops. *American Political Science Review*, 97(02), 189-202.
- Guerra, María del Rosario. & Plata, Juan José. (2005). Estado de la investigación sobre conflicto, posconflicto, reconciliación y papel de la sociedad civil en Colombia. *Revista de estudios sociales*, (21), 81-92.
- Hacker, L. M. (1940). *The triumph of American capitalism: the development of forces in American history to the end of the nineteenth century*. Simon and Schuster.



- Hernández Sampieri, R., Cuevas Romo, A., Leal Pérez, B. E., & Mendoza Torres, C. P. (2016). Enseñanza aprendizaje de ciencia e investigación en educación básica en México. *Revista electrónica de investigación educativa*, 18(3), 187-200.
- Hoeffler, A., & Reynal-Querol, M. (2003). *Measuring the costs of conflict*. Washington, DC: World Bank.
- Humphreys, M. (2003). *Economics and violent conflict*. Cambridge, MA.
- Kant I. (1975). La paz perpetua. *Revista de Estudios Sociales*, año 1998 (2), 142-144.
- Kentor, J., & Kick, E. (2008). Bringing the military back in: Military expenditures and economic growth 1990 to 2003. *Journal of World-Systems Research*, 14(2), 142-172.
- Kerlinger, F. (1983). *Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología* (2° edición). Editorial Interamericana.
- Knight, M., Loayza, N. & Villanueva, D. (1996). The Peace Dividend: Military Spending Cuts and Economic Growth. *IMF Staff Papers* 43 (1): 1-37.
- Matovu, J. M. y F. Stewart (2001). Uganda: The Social and Economic Costs of Conflict. Chapter 9 in Stewart, F., V. Fitzgerald and Associates. *War and Underdevelopment*. Vol. 2. Oxford: Oxford University Press.
- Makdisi, S. (2004). *The lessons of Lebanon: The economics of war and development*. IB Tauris.
- Mendershausen, H. (1940). *The Economics of war*. New York: Prentice-hall.
- Milionis, P., & Vonyó, T. (2015). *Reconstruction Dynamics: The Impact of World War II on Post War Economic Growth*.
- Mincer J. (1974): *Schooling, experience and earnings*, National Bureau of Economic Research, Nueva York.
- Minhas, S., & Radford, B. J. (2016). Enemy at the Gates: Variation in Economic Growth from Civil Conflict. *Journal of Conflict Resolution*.
- Murthy, R. S., & Lakshminarayana, R. (2006). Mental health consequences of war: a brief review of research findings. *World Psychiatry*, 5(1), 25-30
- Oficina de las naciones unidas contra la droga y el delito, *Informe Mundial sobre las Drogas*. 2016. Viena.
- Olson, M. (1982). *The Rise and Decline of Nations*. New Haven: Yale University Press.
- Organski, A. F. K. y Kugler, J. (1980). *The War Ledger*. Chicago: University of Chicago Press.
- Organski, A. F. K., y Kugler, J. (1977). "The Costs of Major Wars: The Phoenix Factor." *American Political Science Review* 71(4): 1347-66.
- Ortego Maté, María del Carmen; López González, Santiago; Álvarez Trigueros, María. (2010). Tema 9: Los conflictos. *Ciencias Psicosociales I*. Universidad de Cantabria.
- Rasler, Karen A., y Thompson, W. R. (1985). "War and the Economic Growth of Major Powers." *American Journal of Political Science* 29(3): 513-38
- Restrepo, J., & Aponte, A. C. (2009). *Guerra y violencias en Colombia: herramientas e interpretaciones*. Cerac. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. Disponible en: <http://www.cerac.org.co/es/publicaciones/libros/guerrayviolencias/contenido/>
- Registro Único de Víctimas. (07, 10, 2017). *Unidad para las víctimas*. <https://www.unidadvictimas.gov.co/es/registro-unico-de-victimas-ruv/37394>
- Russett, B. (1970). *What Price Vigilance? The Burdens of National Defense*. New Haven: Yale University Press.
- Ruttan, V. W. (2006). *Is war necessary for economic growth?: military procurement and technology development*. Oxford University Press

Schultz T. (1959): Investment in man: An economist's view. En *Social Service Review*, núm. 33, pp. 110-117.

Silva García, G. (22 de Julio de 2008). La teoría del conflicto. Un marco teórico necesario. *Prolegómenos. Derechos y valores*, 11 (22).

Soares, R. (2006). "The welfare cost of violence across countries," *Journal of Health Economics*, forthcoming.

Touzard, H. (1981). *La mediación y la solución de los conflictos*. Barcelona: Editorial Herder.

Wooldridge , Jeffrey M. (2015). *Introducción a la econometría Un enfoque moderno*. México, D.F.: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Vandenbroucke, G. (2014). Fertility and Wars: the case of world war I in France. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 6(2), 108-136.

ANEXOS

Anexo 1. Hechos Victimizantes por municipio, 2012-2018.

Municipio	Actos terroristas	Amenazas	Desplazamientos	Homicidios	Secuestros
Acevedo	9	481	2629	29	1
Aipe	5	290	1028	51	0
Algeciras	70	919	5046	111	5
Baraya	8	345	1547	33	2
Campoalegre	63	269	1347	71	1
Colombia	13	328	1968	46	1
Garzon	12	503	2994	80	9
Gigante	5	392	1707	17	0
Guadalupe	6	175	1352	38	0
Hobo	4	67	332	5	0
Iquira	3	642	1638	20	0
Isnos	14	453	2203	41	6
La Argentina	6	274	1248	37	0
La Plata	15	600	2712	38	2
Nataga	8	110	431	0	0
Neiva	234	1295	5415	180	14
Paicol	1	19	86	0	1
Palermo	9	207	863	42	1
Palestina	3	69	412	10	0
Pital	2	70	294	7	0
Pitalito	28	717	3617	167	10
Rivera	7	115	549	54	0
Saladoblanco	13	160	726	43	0
San Agustin	33	455	2751	60	1
Santa Maria	3	180	739	7	0
Suaza	4	201	998	18	1
Tarqui	3	100	1715	7	0
Tello	19	376	1812	13	1
Teruel	2	73	351	15	1
Tesalia	1	97	390	0	2
Timana	4	102	468	14	1
Villavieja	10	99	281	0	0

Fuente: Elaboración propia con base en la información de la Red de Víctimas.

Anexo 2. Prueba del Multiplicador de Lagrange para Efectos Aleatorios de Breusch y Pagan

Chibar2(01)	468.64
Prob>chibar2	0.000

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3. Prueba de Hausman

Ho: No existen diferencias sistemas en los coeficientes	
Chi2(12)	19.12
Prob>chi2	0.000

Fuente: Elaboración propia.

La gestión de las compensaciones como estrategia para la retención, la eficiencia y la eficacia del talento humano: caso de estudio método HAY (Sistema de Escalas y Perfiles de Valoraciones de Puestos)

Compensation management as a strategy for the retention, efficiency and effectiveness of human talent: case study of the HAY method (System of Scales and Profiles of Job Valuations)

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6645

Resumen

Al hablar de organizaciones viables desde el enfoque del talento humano, no solo habría que referirse a las que captan y emplean el personal de manera eficiente y adecuada, sino también a aquellas que saben retenerlo. Lograr esto, al tiempo que se crea y mantiene el sentido de pertenencia por parte del recurso humano, requiere una serie de decisiones y acciones a nivel organizacional que tienen que ver con el sistema de remuneración, las prestaciones sociales, la higiene y la seguridad en el trabajo, entre otras. El objetivo principal de este artículo, producto de un trabajo de campo llevado a cabo en una empresa del sector solidario, es identificar la relación existente entre las compensaciones, la motivación humana y la eficiencia y eficacia organizacional, así como las posibles restricciones que se pudieran presentar en la implementación de la nueva política de compensaciones. Entre los hallazgos más relevantes del estudio aquí expuesto resalta la identificación de la importancia de definir un sistema de compensaciones variables que atraiga, retenga y motive a los trabajadores a comprometerse con los objetivos de la empresa.

Palabras clave: Compensación; Eficiencia; Eficacia; Remuneración; Talento humano; Método HAY.

Abstract

When speaking of viable organizations from the perspective of human talent, we should not only refer to those that recruit and employ personnel efficiently and appropriately, but also to those that know how to retain them. Achieving this, while creating and maintaining a sense of belonging by the human resource, requires a series of decisions and actions at the organizational level that have to do with the remuneration system, social benefits, hygiene and safety in work, among others. The main objective of this article, the product of fieldwork carried out in a company in the solidarity sector, is to identify the relationship between compensation, human motivation and organizational efficiency and effectiveness, as well as any possible restrictions that may be present in the implementation of the new compensation policy. Among the most relevant findings of the study presented here is the identification of the importance of defining a variable compensation system that attracts, retains, and motivates workers to commit to the company's objectives.

Keywords: Compensation; Efficiency; Effectiveness; Remuneration; Human talent; HAY method.

Harold Steve Lora-Guzmán

PhD Cultura y Educación, PhD Ciencias Sociales mención gerencia. Msc Desarrollo Empresarial, Magister en Educación. Ingeniero de Producción y Calidad. Docente de Tiempo Completo de la Universidad de Cartagena - Colombia. Investigador Minciencias. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6945-0999> Contacto: hlomag@unicartagena.edu.co

José Morelos-Gómez

PhD en Ciencias Sociales, mención gerencia. Investigador Minciencias. Docente de Tiempo Completo de la Universidad de Cartagena - Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0334-0575> Contacto: jmorelos@unicartagena.edu.co

Zilath Romero-González

PhD en Ciencias de la Educación, Magister en Administración. Par Minciencias. Directora del Grupo de Investigación Ciencia Libre. Docente Titular de la Universidad Libre - Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4588-288X> Contacto: zilathromero@yahoo.com

Cómo citar: *Cómo citar: Romero González, Z., Lora Guzmán, H. S., & Morelos Gómez, J. (2020). La Gestión De Las Compensaciones Como Estrategia Para La Retención, La Eficiencia Y La Eficacia Del Talento Humano: Caso De Estudio Método Hay (Sistema De Escalas Y Perfiles De Valoraciones De Puestos). Dictamen Libre, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6645>*

Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional



RECIBIDO:
3 de Marzo de 2020
ACEPTADO:
24 de Junio de 2020



Introducción

La relación contractual entre las organizaciones y los individuos que conforman el talento humano está mediada por la intención que tienen estos de obtener algún beneficio económico o material a cambio del esfuerzo físico e intelectual invertido en la consecución de los resultados de la organización. Actualmente, la forma de pago más representativa en Colombia es la retribución económica definida como sueldo o salario; de ahí que el trabajador asalariado suele tener entre sus aspiraciones la obtención de mayores ingresos que le permitan satisfacer mejor y más ampliamente sus necesidades. Aunque el estipendio devengado no es necesariamente un factor de motivación, las formas de comportamiento y los procesos culturales lo han convertido en un distintivo de estatus, prestigio y dignidad, cargado de connotaciones sociales, económicas y jurídicas.

Basados en lo anterior, las organizaciones han llegado a considerar la utilización de mecanismos que favorezcan la retribución de sus trabajadores. Sin embargo, existen discrepancias entre las propuestas técnicas y los métodos que buscan la mejor forma de retribuir al trabajador por la labor realizada. La administración de las compensaciones, o administración de sueldos y salarios, se constituye así en una herramienta fundamental para la gerencia del talento humano y la competitividad empresarial. Los procesos de análisis ocupacional (descripción de cargos, reclutamiento, selección, entrenamiento y evaluación de desempeño) mantienen una relación intrínseca con las compensaciones, pues las decisiones que se tomen en cada uno de estos procesos repercuten directamente en la remuneración del empleado, así como en su motivación, eficiencia y eficacia organizacional.

Teorías sobre la motivación

La motivación es “el conjunto de razones por las que el individuo genera un comportamiento” (Santrock, 2002, p. 432), y es, por tanto, el soporte del progreso de actividades específicas en las que toma parte la persona (Ajello, 2003). Desde 1960, la psicología ha puesto especial interés en el estudio de las experiencias conscientes ligada a los logros que se obtiene a nivel personal.

Por ejemplo, la teoría de Atkinson (2004) plantea que la motivación se establece por la importancia y las posibilidades del logro, teniendo en cuenta las condiciones de las personas en cuanto a la alta o baja necesidad de rendimiento, ansiedad y control interno. Sin embargo, hacia la década 1970, las teorías cognitivas dieron mayor relevancia a lo que se denomina elementos constitutivos, entre los cuales destaca el autoconcepto como elemento fundamental en las teorías motivacionales.

García (2008) plantea diferencias importantes en cuanto a motivadores y motivaciones, teniendo en cuenta que los primeros son elementos que sirven como catalizadores para el alto desempeño en los individuos, mientras que las motivaciones son las manifestaciones de los deseos del individuo. En suma, los motivadores son las recompensas o incentivos que generan un cambio en la forma comportamental para lograr satisfacer esos deseos. Es decir, la motivación implica una acción hacia un objetivo, mientras que la satisfacción es la experiencia del resultado.

El enfoque humanista en el estudio de la motivación se hace presente con los aportes de Abraham Maslow, para quien las necesidades son resueltas en un orden de prioridades que va desde las fisiológicas más básicas, pasando por las de seguridad, de afiliación y de reconocimiento, hasta llegar a las más complejas que están ligadas a la autorrealización del individuo (citado por Santrock, 2002). Bizquera (2000) advierte que la insatisfacción de estas necesidades tiene un efecto emocional negativo, mientras que Valdés (2005) señala la existencia de dos nuevas necesidades, propuestas por el propio Maslow bajo el rótulo de cognoscitivas. Estas serían experimentadas por quienes han completado el ciclo de la pirámide de necesidades y pasan entonces a desear, por un lado, un mayor conocimiento del mundo que los rodea y, por el otro, el disfrute de la satisfacción estética, referida a la apreciación de la belleza, la simetría y el arte en general.



Figura 1: La jerarquía de las necesidades de Maslow
Fuente: Elaboración de los autores con base en García (2008)

McClelland (citado por Hampton, Summer y Webber, 1989) señala que existen tres tipos de motivaciones (logro, afiliación y poder), las cuales resultan importantes en la medida en que animan a las personas a asumir comportamientos que afectan su desempeño en trabajos y tareas. García (2008) aclara que estas necesidades son de índole social y que se asimilan de manera inconsciente como resultado de la interacción con el medio. Además, considera que los estímulos que resultan de una conducta la refuerzan e incrementan la posibilidad de que ocurra nuevamente.



Figura 2: Teoría de las Necesidades de McClelland
Fuente: Elaboración de los autores con base en García (2008)

Métodos de compensación salarial

Existen múltiples investigaciones que confirman que las estrategias y prácticas del talento humano ejercen gran influencia, positiva o negativa, sobre los resultados organizacionales. A nivel empresarial, la acción estratégica del área de talento humano conlleva la implementación y perfeccionamiento de un modelo de administración de personal que conduzca al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Este modelo se aplica de manera incipiente, teniendo en cuenta que el área de talento humano ha sido relegada por mucho tiempo a una función de servicio y soporte (Maella, 2010). Esto se debe a que, en algunos casos, los empresarios no perciben lo importante que es la vinculación del talento humano en todos los niveles organizativos para la implementación y puesta en marcha de las diferentes estrategias (Jiménez, 2016).

Teniendo en cuenta lo anterior, es menester que las organizaciones reconozcan que las estrategias del área de talento humano permiten intervenir en el comportamiento de los empleados, agregando una ventaja competitiva (Maella, 2010; Osorio, 2016) para la organización. Mintzberg (en Montoya, 2005) entiende la administración del recurso humano como una serie de ejercicios, gestiones y acciones que se han perfeccionado a lo largo de los años y, a pesar de la falta de planeación, cumplen siempre un propósito estratégico, muchas veces tácito, dentro de la organización (estrategia contingencial). En ese orden de ideas, la compensación se podría definir como una estrategia deliberada y consciente por parte de la organización, capaz de hacer que la remuneración sea “un instrumento estratégico de talento humano” (Puchol, 2012, p. 228) en lugar de la mera contraprestación del trabajo ejecutado por el colaborador.

En otras palabras, las estrategias de talento humano deben estar orientadas a alinear los fines individuales del colaborador con los de la empresa, propiciando actuaciones que favorezcan a la organización a través de un incremento en el cumplimiento de las funciones de los colaboradores (Blanco & Castro, 2011) y una mejor aceptación de las metas y los valores de la organización (Betanzos & Paz, 2007).



Métodos básicos en la evaluación de puestos

Antes de abordar la conceptualización y la posibilidades de aplicación del método Hay para la valoración de puestos, conviene recordar que existen varios procedimientos para este fin. Así, por ejemplo, está la jerarquización, consistente en ubicar cada puesto en una escala subjetiva previamente determinada, teniendo en cuenta su importancia relativa frente a los demás cargos. Por su parte, el método de comparación de factores permite realizar la valoración teniendo en cuenta aspectos como el nivel de responsabilidad, las condiciones de trabajo y los requerimientos de esfuerzo y entrenamiento.

Otros métodos de valoración de cargos muy empleados son la clasificación y el sistema de puntos por factor. El primero consiste en establecer un grado para cada cargo y clasificar éstos de acuerdo con la similitud que tengan con la descripción del grado. El sistema de puntos por factor es el más empleado para la valoración de cargos, pues, en lugar de recurrir a niveles salariales (como el método de comparación por factores), utiliza puntos.

Método Hay. Este método fue desarrollado a principios de los años 50 en Estados Unidos por un grupo de consultores, entre los cuales figuraban Edward N. Hay y D. Purves. Actualmente es utilizado en más de treinta países, entre ellos Colombia, con un porcentaje de uso del 10%. Este método se apoya en la comparación de tres factores (saber, actuar y pensar), al tiempo que adapta los niveles o grados utilizados en el sistema de clasificación por puntos. Su mayor uso se da en la valoración de los puestos directivos, administrativos y técnicos, sobre la base de tres factores comunes: conocimientos y habilidades, solución de problemas y responsabilidad por resultados (González Ariza, 2010).

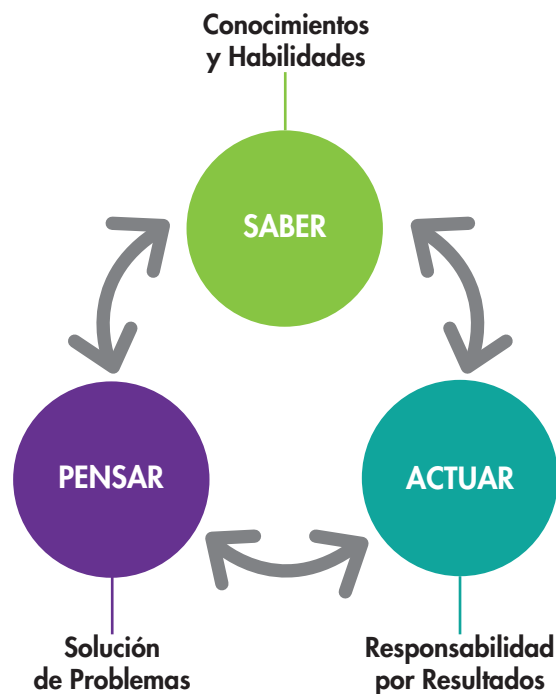


Figura 3: Factores con base en el Método Hay
Fuente: Elaboración propia de los autores con base en (R. Wayne & Noe, 2005)

Factor Conocimientos y habilidades. Este factor considera las habilidades técnicas y gerenciales requeridas por el cargo, tal como se detalla a continuación (el Anexo 1 muestra la guía para la valoración de cargos según la metodología de perfiles y escalas de guía de Hay Group, para el grupo de habilidades correspondientes al factor Conocimientos y habilidades):

Habilidad técnica. Es el conjunto de habilidades o competencias relacionadas con los conocimientos obtenidos por medio del entrenamiento o de la experiencia, especialmente en lo relativo a reglas, técnicas y operaciones. Este factor permite calificar la idoneidad del personal mediante una valoración de su competencia que va desde un nivel de formación básica, pasando por niveles de especialización media o avanzada hasta la maestría profesional (R. Wayne & Noe, 2005).

Habilidad gerencial. Se refiere al nivel de conocimiento acerca del funcionamiento de la empresa y la destreza para aplicar procesos administrativos y evaluar los resultados finales, en función de su impacto en el desarrollo y el sostenimiento de la organización. Los subfactores pertenecientes a esta familia de habilidades se expresan en números romanos asociados a una descripción que puede ser: I. Mínima, II. Homogénea, III. Heterogénea, IV. Total.

Habilidad en relaciones humanas. Como su nombre lo indica, tienen que ver con la capacidad para formar parte de equipos de trabajo orientados al logro de objetivos comunes. Los subfactores que configuran esta habilidad se expresan en números arábigos y se valora así: 1. Básica, 2. Importante, 3. Crítica (R. Wayne & Noe, 2005).

Factor Solución de Problemas. Mide la capacidad de emplear los conocimientos y habilidades (primer factor) propios del cargo para examinar, valorar, establecer, inferir y enunciar conclusiones necesarias para la resolución de problemas. Este factor comprende dos dimensiones (en el Anexo 2 se muestra la guía para la valoración de cargos según la metodología de perfiles y escalas de guía de Hay Group, para el factor de solución de problemas).

Marco de referencia. Abarca las normas que permiten resolver problemas desde la especificidad de cada cargo. En una gradación que va de la A a la G, define las distintas formas en que se deben abordar situaciones específicas del funcionamiento de la organización.

Complejidad de pensamiento. Valora la capacidad para detectar, identificar, valorar y resolver problemas con distintos niveles de dificultad propios de cada cargo (Wayne & Noe, 2005).

Factor Responsabilidad. Este factor tiene que ver con los resultados finales de la organización. Está compuesto por tres dimensiones, a saber: Libertad de actuación, Magnitud e Impacto (Wayne & Noe, 2005). La libertad de actuación se refiere al grado de alineación y revisión del proceso y sus operaciones respectivas, desde un cierto grado de autonomía

para la toma de decisiones. La magnitud tiene que ver con las cifras en pesos que permiten comprender el tipo de operación y el tamaño de la empresa, mientras que el impacto habla del grado de incidencia del desarrollo y funcionalidad del cargo frente a los resultados finales. (En el Anexo 3 se muestra la guía para la valoración de cargos según la metodología de perfiles y escalas de guía de Hay Group para el factor de responsabilidad).

Desarrollo del método Hay para la categorización de cargos en la organización

El análisis ocupacional (descripción de cargos y valoración de puestos de trabajo) es de vital importancia en la administración salarial, lo cual no les resta importancia a otros procesos de compensación a nivel organizacional, tales como la evaluación de desempeño, el reconocimiento del mérito, el análisis del mercado profesional y las convenciones colectivas establecidas con los sindicatos. Una estructura de compensación basada en los puestos muestra la correlación de la asignación salarial con la dificultad en la ejecución de la tarea, fijando así un coste para el cargo que permite alcanzar un mayor equilibrio salarial.

La evaluación del cargo es el medio más expedito y eficaz para lograr la "equidad interna" en la estructura de compensación; asimismo, aporta elementos importantes en un procedimiento de promoción y contribuye al mejoramiento del "clima laboral", favoreciendo tanto a la organización como al empleado. La valoración y el análisis de cargos se ha convertido en una herramienta racional que sirve de base para la contratación laboral, las negociaciones sindicales y la determinación de los incrementos salariales. El colaborador tiene también la posibilidad de evaluar su contribución al logro de los objetivos de la compañía, entendiendo los resultados de su ejercicio contractual en relación con la recompensa que recibe por él, tanto en términos salariales como en beneficios no económicos que contribuyen a su realización como ser humano.

En el marco de implementación del método, una vez realizado el procedimiento y obtenida la evaluación de oficios, se procede a determinar el número de



clases y niveles que deben formar el manual de escala de clasificación (Morales & Velandia, 1999). Para ello se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Construir unas reglas de categorización para cada clase, teniendo en cuenta las valoraciones arrojadas en cada una de las dimensiones del método (habilidades y conocimientos, la capacidad para resolver problemas y el nivel de responsabilidad)
- Concretar un número pertinente clases, diferenciadas con exactitud y sentido discriminativo. La decisión de la amplitud se establecerá por los puntajes mínimo y máximo resultantes del número de clases. Estas categorías serán definidas de acuerdo con la homogeneidad de los puntajes obtenidos y sobre la base de una política de gestión salarial que permita definir los salarios básicos, los ajustes salariales y los reconocimientos al desempeño en el trabajo.

Escala de compensación salarial

Además de obtener un panorama claro sobre la estructura organizacional en función de los distintos cargos que la configuran, el grado de responsabilidad y el impacto que cada individuo genera desde sus diferentes competencias, el método Hay posibilita la definición de una escala salarial más justa y apegada a la naturaleza de cada puesto.

Urquijo & Bonilla (2008) señalan que un sistema de compensación bien establecido sienta las bases de las relaciones entre los individuos y la organización, toda vez que tiende a buscar un equilibrio entre el salario y la carga laboral. Por esta razón debe considerar, además de los salarios actuales de los cargos, las compensaciones financieras indirectas y aquellas otras compensaciones no financieras que, sin embargo, aportan al bienestar del empleado en respuesta al cumplimiento de las funciones y responsabilidades exigidas por el cargo. En este sentido, el método Hay propone que los manuales de funciones y las descripciones del cargo se decanten hacia las habilidades, las relaciones humanas y el nivel de responsabilidad exigidos por el mismo, de manera que se pueda definir una escala de

compensaciones justa, tanto en respuesta a los objetivos de la organización como frente a las aspiraciones y necesidades del empleado.

Resultados

Los resultados expuestos a continuación corresponden a la aplicación del método Hay en una empresa correspondiente al sector solidario. Una vez revisado su manual de funciones y la descripción de cada uno de los cargos, se realizaron entrevistas directas a cada uno de los empleados que ejercían esos cargos. Esto, con el fin de contrastar la información suministrada por la organización y la experiencias de estas personas, en relación con su carga laboral, el nivel de responsabilidad asociado a las funciones específicas del cargo (incluso cuando no están consignadas en el manual de funciones) y la percepción del empleado sobre la compensación recibida en contraprestación por su labor.

Categorización de cargos

Un cargo compone una unidad de la empresa, consiste en un agregado de obligaciones que lo hacen diferente de los demás cargos. La colocación del puesto en el organigrama precisa su nivel jerárquicamente, la subordinación (a quién reporta), sus colaboradores (a quién supervisa), el área, división o departamento y sus relaciones laterales (con otros cargos). Esto enlaza definir categorías. En las mismas, pueden estar abarcados varios cargos por funciones, experiencia, mérito, asignación de puntos en los procesos de evaluación, etc.; bajo esta afirmación, se utiliza como clasificación las relaciones laterales teniendo como base los puntajes arrojados en el método utilizado, los cuales fueron resultado de la valoración de los distintos subfactores que debemos tener en cuenta basados en el método. Además de lo anterior, se añade la educación y experiencia exigida para abordar las responsabilidades que ameritan los cargos. A continuación, se exponen las categorías constituidas por los cargos de la organización, objetos de estudio, a partir de los puntajes conseguidos en el método de valoración Hay.

Tabla 1.
Cargos constituidos en cada categoría.

CATEGORÍA	CARGOS CONSTITUIDOS
1	Servicios Generales, Mensajero, Secretaría-Recepcionista, Auxiliar de Bienestar, Tesorero, Auxiliar Contable
2	Analista de Créditos. Coordinador de Bienestar.
3	Representante de Gerencia, Asistente Administrativo.
4	Contador.
5	Gerente.

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en los cargos de la empresa

Tabla 2.
Relación cargo categoría puntuación

CARGO	PUNTUACIÓN	CATEGORÍA
Servicios Generales	75	1
Mensajería	85	
Secretaría-Recepcionista	156	
Auxiliar de Bienestar	156	
Tesorero	177	
Auxiliar Contable	202	2
Analista de Créditos	363	
Coordinador de Bienestar.	402	3
Representante de Gerencia	616	
Asistente Administrativo	647	
Contador	878	4
Gerente	1357	5

Fuente: Resultados de estudio de compensación salarial en la empresa

Estimación y estructura salarial

Una vez realizada la valoración de cargos (asignación de puntos porcentuales vs. Salario actual), se procede a realizar las estimaciones y los cálculos de la estructura salarial. Para su construcción de manera inicial se determinó la línea de tendencia, es decir, determinar el comportamiento normal de cada cargo frente a su remuneración, recordar que la aproximación del punto a la línea implica que menor será su desviación estándar. Al analizar la compensación en una organización, este procedimiento permite prestar atención en la proximidad que guarda cada punto (cargo- salario) con ella, esto dará a conocer la equidad interna; esta correspondencia se consigue mediante el uso de un gráfico de dispersión o distribución, que muestra la nube de puntos que representan cada cargo.

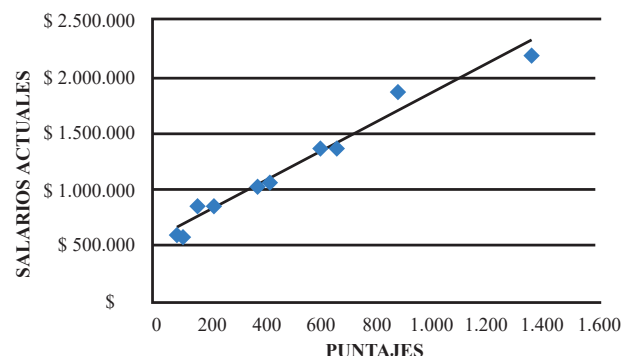


Figura 4: Gráfico de dispersión
Fuente: Resultados de estudio de Compensación Salarial realizado en la empresa

En la tabla 3. se muestran los cargos con su respectivo puntaje de valoración y salario básico, y a continuación el gráfico del diagrama de dispersión de los puntos y sus respectivos salarios

Tabla 3.
Cargos con su respectivo puntaje de valoración y salario básico

CARGO	PUNTOS	SALARIO ACTUAL
Servicios Generales	75	\$ 979.090
Mensajería	85	\$ 806.186
Secretaría Recepcionista	186	\$ 1.134.225
Auxiliar de Bienestar	156	\$ 1.204.160
Tesorero	177	\$ 1.204.160
Auxiliar Contable	202	\$ 1.204.160
Analista de Créditos	384	\$ 1.481.458
Coordinador de Bienestar	402	\$ 1.508.892
Representante de gerencia	616	\$ 1.968.120
Asistente Administrativo	647	\$ 1.968.120
Contador	878	\$ 2.686.782
Gerente	1357	\$ 3.132.400

Fuente: Resultados del estudio de compensación salarial realizado por la empresa.

Nota: solo se realizaron ajustes a los cargos afectados por el SMLMV

Posterior a ello, se identificaron los puntajes mínimos y máximos aproximados al puntaje mínimo y máximo entre la totalidad de los cargos, con el fin de que en intervalo de puntos entre categorías fuera un número entero.

Tabla 4.
Puntajes mínimos y máximos

Puntajes mínimo y máximo obtenidos	Puntaje mínimo y máximo aproximados
en la valoración de cargos	aproximados
75	70
1.357	1.400

Fuente: Resultados del estudio de compensación salarial realizado por la empresa



El intervalo de clases es la relación entre el puntaje límite mínimo y máximo entre los cuales se agrupan los puntos de oficios de una misma clase; el intervalo entre categorías, se determinó con la siguiente ecuación: $lc = (P_{\text{máx}} - P_{\text{mín}}) / n$, donde: lc = Intervalo de Categorías $P_{\text{máx}}$ = Puntaje máximo aproximado $P_{\text{mín}}$ = Puntaje mínimo aproximado n = Numero de categorías establecidas Luego de ese proceso, se establece, para cada una de las categorías, un puntaje medio, el cual es la base de los cálculos numéricos realizados para la determinación del salario propuesto para cada cargo, es decir, el puntaje medio permite no sesgar los resultados, sino que da mayor objetividad en el proceso ya que no se tiende al límite superior ni al límite inferior en la asignación del salario para cada cargo. Los resultados de esta etapa de la estructura salarial, fueron los siguientes:

Tabla 5
Puntajes máximos y mínimos por cada categoría

CATEGORIA	Pmin	Pmed	Pmax
1	70,0	203,0	336,0
2	337,0	469,5	602,0
3	603,0	735,5	868,0
4	869,0	1001,5	1134,0
5	1135,0	1267,5	1400,0

Fuente: Resultados del estudio de compensación salarial realizado por la empresa

Determinados los puntos medios, se inicia el trazado de los límites superiores e inferiores en el gráfico para determinar lo máximo que se puede transponer la línea de tendencia central hacia el límite máximo (superior) o hacia el límite mínimo (inferior). Es sabido que la ecuación aritmética de toda pendiente es $Y = a + b \cdot x$, por lo que cada límite graficado implica la existencia de una ecuación de la forma anteriormente descrita; para este estudio las ecuaciones de estos límites son las que se muestran a continuación: Ecuación Límite Inferior = $y = 1.015,0x + 383.448,8$ Ecuación Límite Superior = $y = 1.352,7x + 585.392,2$ Estas ecuaciones son la base para calcular los márgenes inferiores y superiores salariales de cada categoría, reemplazando en la variable x el valor del punto medio de cada categoría.

El intervalo entre los márgenes límites de cada categoría puede resultar bastante amplio, por lo que se debe calcular márgenes intermedios, donde la diferencia del último margen con el inmediatamente anterior sea razonable para un incremento salarial. -El número de márgenes a integrar la escala salarial se decide por el comité de evaluación-. Los mismos permiten incrementar, el valor del salario, basado en las políticas de la empresa hasta llevar al margen superior sin que el trabajador, indirectamente, sufra descontento o desmotivación. La composición de los rangos resultantes en los márgenes de cada clase conforma la escala salarial. El cómputo de estos márgenes se obtiene de la divergencia entre el margen superior y el margen inferior de cada categoría entre el número de pasos que componen la escala salarial más el margen inferior.

Tabla 6
Escala salarial y superposición

Minf	M1	M-2	M-3	M-4	M-5	M-6	M-7	SUPERPOSICIÓN
\$ 979.090	\$ 1.018.254	\$ 1.058.984	\$ 1.101.343	\$ 1.145.397	\$ 1.191.213	\$ 1.238.861		
\$ 806.186	\$ 838.433	\$ 871.971	\$ 906.850	\$ 943.124	\$ 980.849	\$ 1.020.082		0%
\$ 1.129.981	\$ 1.175.180	\$ 1.222.187	\$ 1.271.075	\$ 1.321.918	\$ 1.374.795	\$ 1.429.786		25,10%
\$ 1.399.971	\$ 1.455.970	\$ 1.514.209	\$ 1.574.777	\$ 1.637.768	\$ 1.703.279	\$ 1.771.410		40,00%
\$ 1.670.000	\$ 1.736.800	\$ 1.806.272	\$ 1.878.523	\$ 1.953.664	\$ 2.031.810	\$ 2.113.083		50,00%

Fuente: Resultados del estudio de compensación salarial realizado por la empresa

Al concertar la remuneración para cada colaborador con base en el aumento salarial que estipula el gobierno, se recomienda el establecimiento de una política basada en el incremento del SMMLV al considerarlo una variable exógena no controlable por las organizaciones, determinado por la inflación y es ésta quien afecta el poder adquisitivo de los asalariados; la exclusión de este aumento en el sueldo de los colaboradores, reduce de una manera significativa su capacidad de compra y por ende, la satisfacción de sus necesidades. Otro factor que se debe tener en consideración para el ajuste de los salarios de las personas es la asignación de puntos a tener en cuenta por la dirección, ya que éste sea convertido en un factor motivacional para los empleados.

Luego de lo expuesto, la estructura salarial, propuesta para la empresa se muestra a continuación, considerándose la última columna el salario referente a considerar, no incluidos los puntos como factor motivacional para con sus clientes internos (empleados).

Tabla 7
Estructura salarial propuesta para la empresa

CATEGORIA	CARGO	PUNTOS	SALARIO ACTUAL	SALARIO PROPUESTO	MARGEN	INCREMENTO	INCR%	OBSERVACIONES	PROPUESTO+ POLITICA SALARIAL 14021	SALARIO PROPUESTO+ POLITICA SALARIAL Ro)
1	Servicios Generales	75	\$ 979.090	\$ 979.090	M-1	\$ 0	0,00%	Cargo Nivelado	Cargo Nivelado	\$ 294.750
70.335	Mensajero	85	\$ 806.186	\$ 837.951	M-1	\$ 521.754	3,80%	Cargo a Nivelar	\$ 871.469	\$ 871.469
	Secretaría Recepcionista	156	\$ 1.134.225	\$ 1.195.479	M-7	\$ 61.254	7,70%	Cargo a Nivelar	\$ 1.243.298	\$ 1.243.298
	Auxiliar de Bienestar	156	\$ 1.204.160	\$ 1.216.160	M-7	\$ 12.000	1,40%	Cargo a Nivelar	\$ 1.264.806	\$ 1.264.806
	Tesorero	177	\$ 1.204.160	\$ 1.216.160	M-7	\$ am	1,40%	Cargo a Nivelar	\$ 1.264.806	\$ 1.264.806
	Auxiliar Contable	202	\$ 1.204.160	\$ 1.216.160	M-7	\$ 12.000	1,40%	Cargo a Nivelar	\$ 1.264.806	\$ 1.264.806
2	Analista de Crédito	384	\$ 1.481.458	\$ 1.538.498	M-5	\$ 57.040	5,50%	Cargo a Nivelar	\$ 1.600.038	
337-502	Coordinador de Bienestar	402	\$ 1.508.892	\$ 1.546.612	M-5	\$ 37.720	3,50%	Cargo a Nivelar	\$ 1.608.476	
3	Representante de Gerencia	516	\$ 1.968.120	\$ 2.012.316	M-5	\$ 44.195	3,20%	Cargo a Nivelar	\$ 2.092.808	
603-868	Asistente Administrativo	647	\$ 1.968.120	\$ 1.968.120	M-5	\$ 44.196	3,20%	Cargo a Nivelar	\$ 2.092.809	
4	Contador	878	\$ 2.686.782	\$ 2.734.803	M-7	\$ 48.021	2,50%	Cargo a Nivelar	\$ 2.844.195	\$ 2.844.195
869-1134										
5	Gerente	1.357	\$ 3.132.400	\$ 3.212.400	M-7	\$ 80.000	3,60%	Cargo a Nivelar	\$ 3.340.896	\$ 3.340.896
1135-1400										

Fuente: Elaboración propia de los autores

Solamente se reajustaron los cargos afectados por el incremento del SMLMV. Se reajusta el cargo servicios generales a media jornada laboral.

Conclusiones

Por mucho tiempo, los métodos de compensación salarial han sido vistos únicamente como mecanismo de remuneración al empleado por el aporte que hace a la empresa en la realización de su labor. Este enfoque, por demás tradicionalista, se ha empleado como un paradigma para muchas empresas a lo largo y ancho del país. Desde la concepción estratégica del talento humano, es importante entender que las nuevas perspectivas en cuanto a sistemas de compensación exigen redefinir el concepto de remuneración, asumiéndola como una inversión con

el potencial para mejorar la eficiencia y la eficacia organizacional a partir de una estructura y una política salariales claramente definidas.

Estas nuevas tendencias parten de la necesidad de garantizar la atracción y retención del mejor talento humano disponible en el mercado laboral. El trabajo de campo permitió diseñar un sistema de compensación variable con atributos para convertirse en un factor motivacional, capaz de mejorar el desempeño de los empleados y, por ende, los resultados obtenidos a nivel individual, de área y organizacional.



Referencias

- Ajello, A. M. (2003). La motivación para aprender. En C. Pontecorvo (Coord.), Manual de psicología de la educación (pp. 251-271). España: Popular
- Betanzos, N. y Paz, F. (2011). Compromiso Organizacional en profesionales de la salud. Revisión bibliográfica. Rev Enferm Inst Mex Seguro Soc; Vol 19 (1) Pp. 35-41
- Blanco, M., & Castro, P. (2011, agosto). Análisis comparativo del compromiso organizacional manifestado por madres y mujeres sin hijos. *Ajayu*, 9(2), 215-233.
- García, A. E. (2008). Motivación individual. Consultado el 7 de junio del 2008, de: http://grupos.emagister.com/documento/administracion_motivacion_y_organizacion_/1048-38669
- Hampton, D., Summer, C., y Webber, R. (1989). Manual de desarrollo de recursos humanos. México D.F. Ed. Trillas.
- González Ariza, Ángel León (2006) Métodos de Compensación Basados en Competencias. Bogotá, Ediciones Uninorte
- Jiménez, D. P. (2016). Manual de recursos humanos (3a edición ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Maella, P. (2010). ¿Cómo establecer una estrategia de recursos humanos eficaz? IESE Occasional Papers. Business School, Universidad de Navarra.
- Montoya, L. A. (2005). Visitando a Mintzberg: su concepto de estrategia y sus principales escuelas. *Revista escuela de administración de negocios* (55), 84 - 93.
- Morales, J. A. & Velandia, N. (2003). Salarios: estrategia y sistema salarial o de compensaciones. Bogotá: McGraw-Hill.
- Puchol, L. (2012). Dirección y gestión de recursos humanos. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Sánchez Vega, (2007) ISBN: 978-84-7978-789-9 Depósito legal: M. 15.271-2007
- Santrock, J. (2002). Psicología de la educación. México: Mc Graw-Hill.
- Urquijo & Bonilla. (2008). Remuneración y salario: perspectivas para el cooperativismo 2019. Recuperado de: <http://www.confecoop.coop/wp-content/uploads/2019/06/Observatorio-No-50.pdf>
- Valdés, C. (2005). Motivación. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/canales5/rrhh/lamotivacion.htm>
- Wayne & Noe. (2005). Administración de recursos humano, 9 edición 9 Santibáñez Lara

Anexo 1: Guía para la valoración de cargos según la metodología de perfiles y escalas de guía de Hay Group. para el factor conocimientos y habilidades

Habilidad en Relaciones Humanas		Habilidad Gerencial											
		I. MINIMA			II. HOMOGENEA			III. HETEROGENEA			IV. TOTAL		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Habilidad Técnica	A. BASICA Educación elemental básica, equivalente a instrucción primaria y secundaria más conocimientos esenciales de introducción al puesto	50	57	66	66	76	87	87	100	115	115	132	152
		57	66	76	76	87	100	100	115	132	132	152	175
		66	76	87	87	100	115	115	132	152	152	175	200
	B. OFICIO O ESPECIALIDAD ELEMENTAL Familiaridad con trabajo rutinario normalizado y/o uso de equipos o máquinas sencillas.	66	76	87	87	100	115	115	132	152	152	175	200
		76	87	100	100	115	132	132	152	175	175	200	230
		87	100	115	115	132	152	152	175	200	200	230	264
	C. OFICIO O ESPECIALIDAD Pericia en procedimientos o sistemas que puede incluir destreza en el uso de equipo especializado.	87	100	115	115	132	152	152	175	200	200	230	264
		100	115	132	132	152	175	175	200	200	230	264	304
	115	132	152	152	175	200	200	230	264	264	304	350	
D. OFICIO ESPECIALIDAD AVANZADA Algunas especializaciones (destrezas no generalmente técnicas), adquiridas en o fuera del puesto que de mayor amplitud o profundidad a una función generalmente única.	115	132	152	152	175	200	200	230	264	264	304	350	
	132	152	175	175	200	230	230	264	304	304	350	400	
	152	175	200	200	230	264	264	304	350	350	400	460	
E. ESPECIALIZACIÓN O TÉCNICA Suficiencia en una actividad o técnica que involucra comprensión de sus prácticas o precedentes ó una teoría científica y sus principios.	152	175	200	200	230	264	264	304	350	350	400	460	
	175	200	230	230	264	304	304	350	400	400	460	528	
	200	230	264	264	304	350	350	400	460	460	528	608	
F. ESPECIALIZACIÓN O TÉCNICA MADURADA Competencia en una actividad especializada ó técnica, combinando una basta comprensión de sus practicas y precedentes o una teoría científica y sus principios.	200	230	264	264	304	350	350	400	460	460	528	608	
	230	264	304	304	350	400	400	460	528	528	608	700	
	264	304	350	350	400	460	460	528	608	608	700	800	
G. LA MÁS ALTA ESPECIALIZACIÓN O TÉCNICA Maestría en técnicas, prácticas y teorías adquiridas por vasta experiencia y/o desarrollo especial.	264	304	350	350	400	460	460	528	608	608	700	800	
	304	350	400	400	460	528	528	608	700	700	800	920	
	350	400	460	460	528	608	608	700	800	800	920	1056	
H. MAESTRÍA PROFESIONAL Competencia excepcional y maestría única en un campo profesional.	350	400	460	460	528	608							
	400	460	528	528	608	700							
	460	528	608	608	700	800							

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en (R. Wayne & Noe, 2005).

Anexo 2. Guía para la valoración de cargos según la metodología de perfiles y escalas de guía de Hay Group. para el factor de solución de problemas

		** COMPLEJIDAD				
		1. SENCILLA	2. CON MODELOS	3. INTERPRETACIÓN	4. ADAPTACIÓN	5. SIN GUIAS
* MARCO DE REFERENCIA	A. RUTINA ESTRUCTA Razonamiento limitado por reglas e instrucciones específicas.	10%	14%	19%	25%	33%
		12%	16%	22%	29%	36%
	B. RUTINA Razonamiento dentro de instrucciones establecidas.	12%	16%	22%	29%	36%
		14%	19%	25%	33%	43%
	C. SEMI-RUTINA Razonamiento dentro de procedimientos y precedentes bien definidos, algo diversificados.	14%	19%	25%	33%	43%
		16%	22%	29%	36%	50%
	D. ESTANDARIADO Razonamiento dentro de procedimientos sustancialmente diversificados y estandares especializados.	16%	22%	29%	36%	50%
		19%	25%	33%	43%	57%
E. CLARAMENTE DEFINIDO Razonamiento dentro de politicas principios claramente definidos.	19%	25%	33%	43%	57%	
	22%	29%	36%	50%	64%	
F. AMPLIAMENTE DEFINIDO Razonamiento dentro de politicas generales y objetivos finales.	22%	29%	36%	50%	64%	
	25%	33%	43%	57%	76%	
G. GENERICAMENTE DEFINIDO Razonamiento dentro de politicas amplias y misión de la empresa.	25%	33%	43%	57%	76%	
	29%	36%	50%	64%	87%	

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en (R. Wayne & Noe, 2005).



Anexo 3. Guía para la valoración de cargos según la metodología de perfiles y escalas de guía de Hay Group. para el factor de responsabilidad

		*** MAGNITUD →															
		1. MUY PEQUEÑA				2. PEQUEÑA				3. MEDIANA				4. GRANDE			
		R	C	S	P	R	C	S	P	R	C	S	P	R	C	S	P
** IMPACTO →																	
* LIBERTAD PARA ACTUAR	A. PRESCRITO Estos puestos están sujetos a órdenes o instrucciones directas y detalladas, así como a estrecha supervisión.	10	14	19	25	14	19	25	33	19	25	33	43	25	33	43	57
		12	16	22	29	16	22	29	38	22	29	38	50	29	38	50	66
		14	19	25	33	19	25	33	43	25	33	43	57	33	43	57	76
	B. CONTROLADO Estos puestos están sujetos a instrucciones y rutinas de trabajo establecidas así como a estrecha supervisión.	16	22	29	38	22	29	38	50	29	38	50	66	38	50	66	87
		19	25	33	43	25	33	43	57	33	43	57	76	43	57	76	100
		22	29	38	50	29	38	50	66	38	50	66	87	50	66	87	115
	C. ESTANDARIZADO Estos puestos están sujetos parcial o solamente a prácticas y procedimientos estandarizados. Instrucciones generales de trabajo. Supervisión.	25	33	43	57	33	43	57	76	43	57	76	100	57	76	100	132
		29	38	43	66	38	50	66	87	50	66	87	115	66	87	115	152
		33	43	57	76	43	57	76	100	57	76	100	132	76	100	132	175
	D. REGLAMENTADO EN GENERAL Estos puestos están sujetos total o parcialmente a prácticas y procedimientos respaldados en precedentes o políticas muy específicas. Supervisión general	38	50	66	87	50	66	87	115	66	87	115	152	87	115	152	200
		43	57	76	100	57	76	100	132	76	100	132	175	100	132	175	230
		50	66	87	115	66	87	115	152	87	115	152	200	115	152	200	264
	E. DIRIGIDO Estos puestos por su naturaleza o dimensión, están sujetos a prácticas amplias y procedimientos respaldados.	57	76	100	132	76	100	132	175	100	132	175	230	132	175	230	304
		66	87	115	152	87	115	152	200	115	152	200	264	152	200	264	350
		76	100	132	175	100	132	175	230	132	175	230	304	175	230	304	400
	F. DIRECCIÓN GENERAL Funcionamiento dentro de políticas generales y objetivos finales.	87	115	152	200	115	152	200	264	152	200	264	350	200	264	350	460
		100	132	175	230	132	175	230	304	175	230	304	400	230	304	400	528
		115	152	200	264	150	200	264	350	200	264	350	460	264	350	460	608
	G. PRIENTACIÓN Razonamiento dentro de políticas amplias y misión de la empresa.	132	175	230	304	175	230	304	400	230	304	400	528	304	400	528	700
		152	200	264	350	200	264	350	460	264	350	460	608	350	460	608	800
		175	230	304	400	230	304	400	528	304	400	528	700	400	528	700	920

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en (R. Wayne & Noe, 2005).



La modelación matemática como propuesta didáctica en el resguardo indígena Kankuamo del municipio de Valledupar

Mathematical Modeling as a didactic proposal in the Kankuamo indigenous shelter of the municipality of Valledupar

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6646

Resumen

En el presente artículo se presenta un punto de vista sobre el uso de las estrategias implementadas por la modelación matemática como propuesta didáctica para la enseñanza de la aritmética en las instituciones educativas del resguardo indígena kankuamo en educación básica primaria en Valledupar, nos apoyamos de las líneas teóricas de Bassanezi (2002), Biembengut y Hein (2003) y Villa (2007), quienes plantean la modelación matemática como la mejor forma de investigar dentro y fuera del aula para mejorar los aprendizajes de los estudiantes y reformular la práctica docente con situaciones del mundo real; a su vez despertar en los estudiantes el interés por temas de su contexto y contribuir en este caso al fortalecimiento de su cultura y tradición. Teniendo muy en cuenta el modelo educativo que se lleva en estos establecimientos, se propuso algunas estrategias transversales a los docentes que permitió resignificar la concepción de una práctica docente teniendo en cuenta lineamientos curriculares del ministerio de educación nacional y ver la modelación como pertinente e innovadora en su quehacer pedagógico, que a su vez evite ese constante desinterés por la asignatura y que ocasiona en gran porcentaje los malos resultados en pruebas aplicadas.

Palabras clave: Competencias; Modelación; Creatividad; Formulación; Resolución de problemas.

Abstract

This article presents a point of view on the use of the strategies implemented by mathematical modeling as a didactic proposal for teaching arithmetic in educational institutions of the Kankuamo indigenous reservation in primary basic education in Valledupar, we rely on the lines Theories of Bassanezi (2002), Biembengut and Hein (2003) and Villa (2007), who propose mathematical modeling as the best way to investigate inside and outside the classroom to improve student learning and reformulate teaching practice with situations of the real world; in turn, awaken in students the interest in issues of their context and contribute in this case to the strengthening of their culture and tradition. Taking into account the educational model that is carried out in these establishments, some transversal strategies were proposed to the teachers that allowed to resignify the conception of a teaching practice taking into account curricular guidelines of the national education ministry and see the modeling as pertinent and innovative in his pedagogical work, which in turn avoids this constant disinterest in the subject and which causes a large percentage of poor results in applied tests.

Keywords: Competencies; Modeling; Creativity; Formulation; Problem solving.

Marlón de Jesús Rondón Meza

Post Dr. Didáctica de la Investigación Científica, PhD. Educación, Msc. en Matemáticas, Universidad Popular del Cesar.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4172-8319>
Contacto: marlonrondonm@unicesar.edu.co

Cómo citar: Rondón Meza, M. de J. (2020). *La Modelación Matemática Como Propuesta Didáctica En El Resguardo Indígena Kankuamo Del Municipio De Valledupar. Dictamen Libre, (27)*. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6646>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
17 de Mayo de 2020
ACEPTADO:
5 de Agosto de 2020



Introducción

La visión que propone el Ministerio de Educación Nacional en sus referentes de calidad y curriculares invitan a que todos los docentes del país en cada uno de los niveles desarrollen las competencias necesarias que deben tener los estudiantes y en el área de matemáticas es fundamental que eso suceda en relación con lo que se está mostrando en las aulas de los establecimientos educativos del municipio de Valledupar, en ese sentido se vienen implementando varias estrategias de fortalecimiento pero los resultados son negativos, a pesar de los esfuerzos, durante estos últimos años se aparece ocupando los últimos lugares en las pruebas internas y externas de matemáticas aplicadas a los estudiantes y la formulación y resolución de problemas es uno de los principales aspectos a trabajar.

De igual manera el Modelo Educativo Kankuamo se comenzó en 2007 con la estructuración de los proyectos que son eje del Modelo Educativo: Territorio, Identidad, Autodeterminación, Autoprotección y Modelo Económico Propio, para la educación inicial y la básica primaria, mediante el trabajo colectivo con madres comunitarias, docentes, mayores, autoridades y miembros de la comunidad educativa en general.

Como resultado de este primer proceso se obtuvieron en 2008 las Guías Orientadoras para la Educación Inicial (que reúne los cinco proyectos en uno) y para la Básica Primaria (con el desarrollo de los cinco proyectos), como dos documentos independientes, que durante estos años se pusieron a prueba y que en la labor cotidiana, mediante la reflexión permanente, mostraron los aspectos que era necesario ajustar para facilitar la implementación del MEK (Modelo Educativo Kankuamo) y obtener mejores resultados con los niños y niñas. Posteriormente se avanzó en la construcción correspondiente a la básica secundaria y media, trabajando los ejes de los proyectos desde cada una de las asignaturas definida por el Ordenamiento Educativo Kankuamo.

A pesar de esta caracterización que tiene la zona, la evaluación y el seguimiento que se le hace a los estudiantes es el que propone el MEN, otro factor

por mencionar es la globalización del conocimiento la cual permite que todo este modelo se vea afectado en un gran porcentaje, por tal razón se exige un sin número de estrategias que invitan al cambio en la educación, y en esta zona no es la excepción, en Valledupar, todos los aspectos, de avance en lo social, económico, político y cultural tiene una relación directa con la educación y especialmente con la formación de los estudiantes, muchas dificultades que están presentes en todo nuestra nación en el campo educativo, se evidencian en el contexto escolar de las instituciones educativas de nuestro municipio y las zonas rurales son muestran enormes de lo que pasa.

Abordamos dos comunidades de las doce incluidas en el resguardo, en ellas revisamos las debilidades en la enseñanza y los aprendizaje de las matemáticas en las instituciones educativas de el corregimiento de Atanquez y la Mina del municipio de Valledupar, se evidenciaron debilidades desde el manejo de las operaciones aritméticas, los sistemas de medidas, las interpretaciones de graficas estadísticas hasta la resolución de problemas del contexto, donde está siendo analizado precisamente el entorno de los estudiantes, estos conocimientos que van enlazados con los anteriores y la didáctica que se utiliza para que ellos sean fortalecidos cada vez que se ejecuten, aprendizajes que no fueron bien asimilados y con el uso equivocado de alguna estrategia que impiden comprender los conceptos y procedimientos matemáticos. (Rondón, 2020).

Villa (2007); plantea que es posible recrear el proceso al elaborar modelos matemáticos en el salón de clases, recreación que denomina modelación matemática. En este sentido, las etapas vividas deben ser consideradas por el profesor al plantear sus actividades de clase, aunque sus fines cambian, pues el primero persigue la resolución de problemas de la realidad, mientras el segundo persigue fines pedagógicos. Es decir, las actividades de modelación deben ser preparadas, a priori, por el profesor, pasando por un ciclo de: observación y experimentación, delimitación del problema, selección de estrategias, presentación de soluciones, evaluación y validación y, conexión con otros modelos y situaciones.

Partiendo de esta situación, la modelación será la estrategia de enseñanza- aprendizaje planteada como un elemento clave en la práctica pedagógica de los futuros egresados de Licenciatura en Matemáticas y Física de la Universidad Popular del Cesar, con esas competencias no solo podrán laborar en el resguardo sino también en las zonas rurales y urbanas del municipio con otras concepciones acerca de la enseñanza. Por tal razón en nuestro grupo de investigación interdisciplinario Pensamiento Numérico (PENUME) se asume que el profesor debe propiciar experiencias y oportunidades de reflexión y análisis del rol de esta estrategia en la enseñanza de los contenidos matemáticos, con la didáctica necesaria para que los aprendizajes puedan darse y generar competencias en los estudiantes de las Instituciones Educativas del Departamento del Cesar y en especial del Municipio de Valledupar.

Es importante señalar que los docentes vinculados a los establecimientos educativos de la región en su mayoría son egresados de nuestra alma mater y la idea es poder complementar su formación con la estrategia y a pesar que se lleva el modelo MEK, puedan tener la alternativa para apropiarse a los estudiantes de los contenidos matemáticos de una manera más emotiva, por eso mismo es necesario que desde la formación a nuestros licenciados se proponga concebir la modelación como una fortaleza didáctica para la enseñanza y aprendizaje de las matemáticas, además brinde la posibilidad de reevaluar la manera como se están abordando los contenidos, y así, acercar a los estudiantes a mejorar sus competencias y sus aprendizajes.

La modelación matemática, originalmente, como metodología de enseñanza, parte de un tema y sobre él desarrolla cuestiones o preguntas que quiere comprender, resolver o inferir. Esas preguntas deberán ser respondidas mediante el uso del conjunto de herramientas matemáticas y de la investigación sobre el tema. La idea de muchos defensores de la modelación en la enseñanza es la de que cada alumno pueda elegir un tema de algún área de su interés, hacer una investigación al respecto, proponer cuestiones y, bajo la orientación del profesor, elaborar un modelo matemático.

En estos términos, el alumno pasa a ser responsable de su aprendizaje y el profesor, un orientador (Bassanezi, 2002)

Cuando se planea usar la modelación matemática como método de enseñanza y aprendizaje, el docente debe tener en cuenta ciertos aspectos, a los que hacen referencia Biembengut y Hein (2003), Para implementar la modelación matemática en la enseñanza, el profesor actúa en dos tipos de abordajes: el primero, le permite desarrollar el contenido programático a partir de modelos matemáticos aplicados a las más diversas áreas del conocimiento y el segundo orienta a sus alumnos para que hagan un trabajo de modelaje. La modelación puede ser implementada en cualquier nivel de escolaridad: desde el ciclo primario hasta la licenciatura.

Villa (2007) afirma que la modelación como estrategia didáctica considera una serie de variables que permiten describir, experimentar y representar una situación en sus diferentes etapas hasta llegar a la validación del modelo, por lo cual el motivo es dar una mayor significación al proceso de enseñanza.

Es por esa razón que el estudio sobre una construcción social del conocimiento matemático produjo la aparición de investigaciones que versaban sobre procesos de modelación matemática. Retomando la modelación matemática como una estrategia didáctica, esta se definió como un proceso cíclico en el que se plantea a los estudiantes una situación problema enmarcada en un aspecto de la vida cotidiana, se promueve su resolución a través de la creación de un modelo matemático que ha de ser resuelto y cuya respuesta debe estar ligada al contexto inicial en el cual fue inserto el problema (Quiroz, 2015).



Desarrollo

Contexto Kankuamo

El pueblo indígena kankuamo está ubicado en la Sierra Nevada de Santa Marta en los corregimientos de Atánquez, Guatapurí, Chemesquemena, Los Haticos, La Mina y Río Seco en el Departamento del Cesar; pertenecen a la familia lingüística chibcha; el kampanake era la lengua nativa que se hablaba en Atánquez, los actuales indígenas ya no hablan sino español (Trillos, 1998).

Los kankuamos desarrollan su proceso educativo propio a través del proyecto denominado Makú Jogúki: Ordenamiento Educativo del Pueblo Indígena Kankuamo, orientado por un equipo coordinador del proyecto conformado por especialistas en administración educativa, etnoeducadores, antropólogas y docentes, con el apoyo y acompañamiento del Cabildo Mayor Kankuamo y financiado por el Ministerio de Educación Nacional y del Consejo Noruego para Refugiados. Además, entienden y valoran la educación propia como aquella que se da cumpliendo a la ley de origen, y en la que acude a la tradición oral, la memoria, la familia, la comunidad y el trabajo colectivo. Desde el punto de vista pedagógico la etnoeducación de los kankuamos se fundamenta, en la investigación directa, el pensamiento, el conocimiento y el cumplimiento del orden de la naturaleza que es la ley de origen (Arias, 2008).

Según Mendoza (2008), un aspecto por destacar es la fundamentación en la educación propia, entre ellos la sabiduría y la vida en comunidad, que como principios educativos priorizan y resaltan valores como el respeto, valorar el entorno y las costumbres ancestrales y espirituales. En este proceso de la educación indígena del pueblo kankuamo se contemplan dos variables: la metodología y la práctica pedagógica. La primera es aplicada sin estar acorde con su cultura tradicional y la segunda tiene el propósito de rescatar y reconstruir su acervo cultural para lograr la permanencia, fortalecimiento y trascendencia a través de la articulación del sistema escolar del MEN al proyecto educativo indígena propio.

Arias (2008) afirma que el enfoque está conformado por lo pedagógico y por la naturaleza:

El primero busca establecer una metodología única que articule lo tradicional, cultural, político y organizativo desde la integralidad y flexibilidad, con el fin de formar estudiantes kankuamos competentes en su tradición y en el desarrollo de la educación que mejore su calidad de vida comunitaria. Consideran necesario consolidar una práctica pedagógica a partir del consejo, que permita formas del rescate de valores y principios culturales propios a partir de las escuelas. Para el desarrollo del proceso de enseñanza es necesario buscar espacios donde se interactúe con los recursos propios, haciendo las actividades académicas prácticas, además de buscar la conservación y permanencia de nuestro ambiente y de los seres existentes en él. De la misma manera se debe hacer buen uso de los recursos y transmitirlos de padre a hijo y de educador a estudiante a través del ejemplo.

El segundo (la madre naturaleza), se adquiere mediante el contacto directo, la observación, apoyado en la perseverancia y la experiencia, sobre la base del respeto recíproco en la búsqueda del equilibrio hombre-naturaleza, y se fortalece con la tradición. Es así debido a que el hombre debe conocer los reglamentos de la naturaleza para no maltratarla y poder acceder a ella de manera adecuada, pedirle permiso a la naturaleza para acceder a un animal y pagar por lo que se toma de la Madre Tierra, saber que existen espacios específicos para todo.

La metodología del aprendizaje, se basa en el consejo, la reflexión permanente del entorno, la investigación y el trabajo colectivo que le permite producir conocimiento teórico-práctico en su entorno socializando sus resultados. Es un rasgo cultural que marca la diferencia entre el pensamiento indígena y el pensamiento de la sociedad urbana no indígena. El proyecto de educación kankuamo sugiere como estrategias pedagógicas: la observación directa, la tradición oral, los trabajos comunitarios, la conversación con los mayores, las visitas familiares, los encuentros de saberes, las prácticas tradicionales, historias de vida, trabajos de campo, entrevistas, programas radiales, de televisión y la consulta referencial" (Arias, 2008).

La educación Kankuama es un proceso de toda la vida, comienza antes de nacer y va más allá de la muerte, no se constituye como práctica escolarizada, sino como una actitud frente al conocimiento y se fundamenta en valores profundamente arraigados. Desde la visión de la pedagogía indígena, para enseñar hay que tener sabiduría y conocimiento, los docentes tienen un conocimiento y es importante, pero deben aprender la ley para que conozcan lo que le es útil y cómo es la persona y lo que se enseña de acuerdo con la edad. El maestro indígena debe tener una preparación integral, al menos debe saber cómo se llega a los sitios sagrados, cómo se habla con los mayores y los Mamos, lo que se puede preguntar y lo que se puede escribir. (Agreda, 2012)

Los maestros indígenas kankuamo deben ejercer con profesionalismo su labor educativa en función de la ley de origen e historia tradicional como lo hacen con las áreas del conocimiento del MEN, y acatar el gobierno del pueblo kankuamo, para que enseñen con palabras y con actos. Los estudiantes kankuamos deben convertirse en investigadores permanentes de su realidad y para ello deben ser guiados por los principios de la investigación propios y la reflexión constante, para acceder a la investigación referencial y documental; la investigación en el sitio y de fuente directa es, en palabras de los mayores, el primer paso en la formación del investigador kankuamo (Arias, 2008).

El plan de estudio kankuamo contiene asignaturas específicas que desarrollan la cultura y tradición de forma transversal en todas las áreas del conocimiento, se desarrolla con sus usos y costumbres y con diferentes formas de concebir el mundo. Mientras el fundamento principal de la cultura propia sea fuerte y se arraigue de manera positiva, los conocimientos externos nos servirán para enriquecer cada vez más el proceso y mejorar la calidad educativa dentro del resguardo y la calidad de vida de toda la comunidad kankuama.

Abordaje metodológico

Es importante resaltar que este proceso aborda muchas reflexiones que tiene que ver con la cultura, la formación, los contextos y no solo de las comunidades

indígenas sino también de los sectores rurales y urbanos que necesitan un cambio en la manera de llevar las matemáticas al aula de clases, desde el grupo de investigación interdisciplinario Pensamiento Numérico de la universidad Popular del Cesar y junto a directivos de las instituciones educativas oficiales del municipio, la secretaria de educación, los sabios y líderes pedagógicos indígenas de la etnia Kankuama, se establecieron diálogos pertinentes que promovieron una opción para la práctica docente sin dejar de lado el modelo propio.

Teniendo en cuenta que nuestro proyecto de investigación está inmerso en la educación matemática crítica y en ese sentido tiene un enfoque investigativo, nos propusimos la investigación acción como metodología, la cual permitió conllevar esas dificultades que tiene los docentes de educación básica primaria, a un análisis según las estrategias y modelos cotidianos aplicados y posteriormente generar ciertas competencias disciplinares en los docentes y el empoderamiento de algunos modelos matemáticos que necesitan adaptar en sus clases.

Con el docente trabajamos de manera individual primero con una entrevista, la cual buscaba identificar los principales desafíos que enfrentan los docentes del resguardo abordando temas de matemáticas con el modelo MEK y posteriormente serán evaluados como todos los niños del país, así mismo hacer un análisis de los contenidos que se están desarrollando y si están acorde con las mallas de aprendizaje que son el actual insumo que deja el ministerio de educación para que los docentes orienten a sus estudiantes según las pruebas que pueden aplicárseles.

Complementamos el trabajo con los estudiantes inicialmente considerando el entorno sociocultural y utilizamos las técnicas de modelación matemática relacionadas con el aprendizaje colaborativo, el debate científico y la autorreflexión en la enseñanza y aprendizaje de las matemáticas (Acodesa), a partir de estas actividades el estudiante puede lograr representaciones funcionales espontáneas (Rfe) y a través de un proceso de comunicación va evolucionando satisfactoriamente, se considera importante las orientaciones iniciales, en donde se describan puntualmente los objetivos que se pretenden conseguir



y la realización de operaciones y acciones sean verbales, gráficas o numéricas que permitan generar las competencias propuestas en los referentes de calidad (Hift y Quiroz, 2017).

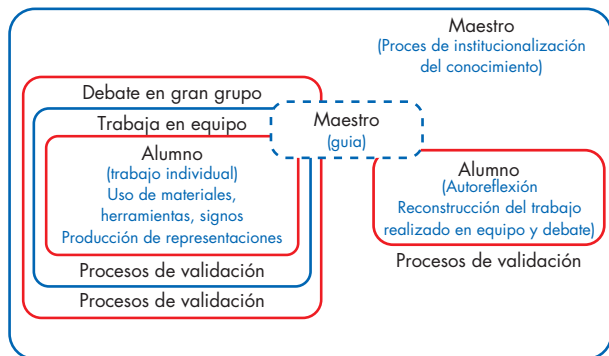


Figura 1: Proceso de Modelación matemática Acodesa
Fuente: Tomado de Hift y Quiroz 2017

Utilizamos las etapas que cita Hift y Quiroz en el cuadro anterior en donde el estudiante inicia con un trabajo individual donde logra identificar sus debilidades y fortalezas para la solución de la situación, este hecho le permite enfrentarse a una segunda etapa en donde estará enfrentado en equipo a una discusión, en ese momento sus Rfe surgirán de manera natural y tendrán mayor impacto, en el siguiente paso el docente es muy importante ya que los estudiantes en básica primaria son difíciles para la organización, discusión y manejo de una plenaria, en ese sentido el profesor crea un ambiente de discusión científica bastante adecuado y en el nivel necesario, en donde la aprobación, y validación sea el objetivo primordial de manera que se favorezca el mejor de los aprendizajes.

Cada equipo propone sus resultados y los demás compañeros los tienen en consideración, dándole el significado que se merece y en ese espacio poder llegar acuerdos con aspectos que tienen en común, en esta etapa es importante revisar, porque pueden decir que tienen el conocimiento y aún están con muchas dudas o simplemente no saber que desconocen el resultado. Luego se vuelve a revisar de manera individual para tener una autorreflexión de lo visto y que los aprendizajes no se olviden, en ese momento el docente resume las participaciones de los equipos y muestra las evoluciones de las Rfe.

El modelo que llevamos a los docentes tuvo muy en cuenta las competencias que necesitaban los niños de esa edad, los derechos básicos de aprendizaje para grado 3°, el contexto, las generalidades y características que revisan los estudiantes al realizar acciones y utilizar operaciones matemáticas, las temáticas por abordar, los contenidos, los pensamientos matemáticos y los procesos que trabajan los maestros según el modelo kankuamo y según la educación tradicional u occidental como ellos nos llaman. El siguiente gráfico muestra ese camino:

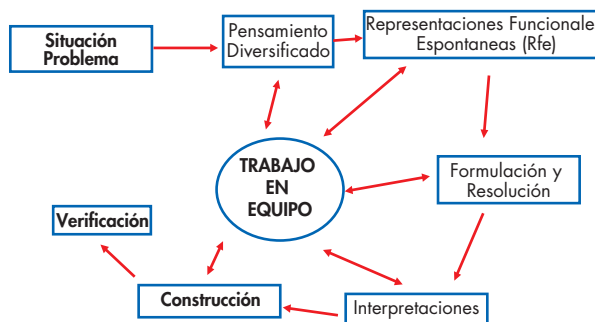


Figura 2: Esquema propuesto para la Modelación
Fuente: Elaboración propia

La recolección de información tuvo lugar en el municipio de Valledupar, en la Institución educativa La Mina, del Corregimiento La Mina, que pertenece al resguardo kankuamo. La población elegida fueron los estudiantes de grado tercero de básica primaria, en el área de matemáticas. La actividad diseñada forma parte de los insumos del proyecto que financia la universidad Popular del Cesar en donde tocamos varios pensamientos matemáticos en busca de mejorar las prácticas de aula apoyados de estrategias que vinculen la modelación matemática y que generen mejores competencias en los estudiantes.

Se trabajaron con un grupo de 16 estudiantes, con edades entre 10 y 12 años, se les solicitó especialmente a los estudiantes que produjeran una representación de la situación, ellos realizaron activamente sus dibujos (Diagramas), en ellos deberían a través del Rfe formular y resolver un problema de su contexto, compartir con sus compañeros y docente, por último, construir y verificar el modelo matemático a partir del modelo real.

La actividad se llamó "Tú Escuela", debían llevar a clase la distancia aproximada que se tiene desde sus


casas a la escuela, el tiempo aproximado que necesitan para llegar a ella y el medio de transporte que utilizan. En el aula de manera individual resolver la siguiente situación y luego compartir en grupo de 4 estudiantes, esperar las orientaciones del docente y construir el modelo. “suponga que van a cercar la escuela, en ella van a poner tres líneas de alambre y enterrar postes cada tres metros aproximadamente, calcule cuánto alambre y postes necesitan, averigua precios y dinero para gastos de materiales, que tipo de polígono resulta, encuentra área y perímetro”.

Podemos destacar que no fue nuestra intención que el estudiante hiciera graficas o dibujos, sino más bien que esas acciones lograran que se fortalecieran los conceptos vistos sobre área y perímetro, en ese primer momento realizaron la representación y luego socializaron con sus compañeros, la idea fue comparar ideas y llegar a un segundo dibujo, pero realizado en consenso, y que el dialogo permitiera espontáneamente explicar el problema planteado. Los grupos mostraron sus insumos y pensaron si desean cambiarlo o no, según lo que vieron en la propuesta de sus compañeros.

El maestro de manera muy dinámica y atenta acompañó a todos los estudiantes, aclarando situaciones particulares y contextuales, generalidades teóricas, o también disciplinares que ayudaran a que los niños tuvieran todos los insumos para tener su trabajo acorde, constantemente hace preguntas orientadoras o de reflexión en los grupos para que pueda construirse el conocimiento.

Análisis de los resultados

Apoyados de las estrategias de modelación matemática promovidas, las cuales se centran en el aprendizaje cooperativo, también con Acodesa, y después de presentada la situación problema, los estudiantes en equipo representaron gráficamente las consideraciones que tomaron luego de debatir varias posiciones personales, algunos no habían realizado nada de manera individual, otros motivados pero con interrogantes, algunos iniciaron con varias preguntas al docente, teniendo en cuenta el contexto y las medidas e información cuantitativa que traían de casa, el profesor bastante dinámico y motivador en sus apreciaciones y como estábamos acompañando en la actividad en ciertos grupos se mostró cierto recelo de hacer las cosas mal, sin embargo pudieron realizar la actividad aquí en el siguiente cuadro mostramos lo de dos grupos participantes.

G	Representación	Caracterización
1		<p>La escuela tiene un terreno rectangular por el frente como 40 metros y de largo como 20 m tiene cancha y árboles por dentro hace una división</p> $\begin{array}{r} 40 \text{ m} \\ + 20 \text{ m} \\ + 40 \text{ m} \\ + 20 \text{ m} \\ \hline 120 \end{array}$ <p>son 12 postes</p> <p>para los alambres como cada lado del colegio</p> $\begin{array}{r} 40 \\ + 20 \\ + 40 \\ + 20 \\ \hline 120 \end{array}$ <p>ya queda con 3</p> $\begin{array}{r} 120 \\ - 117 \\ \hline 3 \end{array}$ <p>El 120 es el perímetro No sabemos el área</p>

El grupo 1 logro encontrar la mayoría de sus interrogantes, solo faltó el área de la escuela y en el perímetro el docente ayudó significativamente ya que no se tenían los conceptos claros en ese aspecto

Conclusiones

El modelo hace bastante hincapié en fortalecer los aprendizajes basados en la madre tierra, los maestros desde la etapa inicial lo complementan con el juego, ya sea desde su propia cultura o alguno que permita entender procesos matemáticos, la estrategia de modelación conducen efectivamente a caminos de enseñanza bastante significativas, sin olvidar precisamente sus prácticas y saberes ancestrales.

Dentro del aula de clase los alumnos contaron siempre con el acompañamiento docente y este es el gran reto puesto que implica un esfuerzo enorme en planificación y apropiación previas de actividades, no solo en lo disciplinar sino también en lo curricular y didáctico, con la propuesta se promueven los aprendizajes basados en experimentación y construcción apoyados del aprendizaje cooperativo, aprender haciendo, uso de materiales didácticos si se requieren, generación de ambientes propicios.

La modelación matemática propuso en el grado tercero fortalecer todos los procesos de enseñanza aprendizaje, y de esas manera efectivamente lograr un vínculo directo entre docentes, estudiantes, madre tierra, modelo educativo y estrategias como Acodesa, en ese aspecto esta investigación hizo aportes generales que pertenecen al proyecto macro de investigación, por ejemplo en su sistema de numeración propio; apoyado del sistema de numeración decimal, de igual manera la medida con actividades que vinculan las panelas, las mochilas, en geometría, con actividades que vinculan la siembra de aguacate, de yuca, de guineo verde, uso e implementación de figuras planas con materiales del medio.

Referencias

Agreda (2012). La etnoeducación: una respuesta a las aspiraciones educativas de los pueblos indígenas de Colombia. Bogotá.

Arias, J. (2008). Makú Jogúki. Ordenamiento educativo del pueblo indígena kankuamo. Sierra Nevada de Santa Marta. Documento del resguardo Kankuamo

Bassanezi, (2002). El proceso de modelación matemática en las aulas escolares. A propósito de los 10 años de su inclusión en los lineamientos curriculares colombianos. Recuperado de <http://funes.unian-des.edu.co/936/1/4Cursos.pdf>

Biembengut & Hein (2004). Modelación matemática y los desafíos para enseñar matemática. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/405/40516206/> Hitt, F., y Quiroz, S. (2017). Aprendizaje de la modelación matemática en un medio sociocultural. Revista Colombiana de Educación, (73), 153-177.

Mendoza (2008). Etnoeducación indígena intercultural en el Caribe colombiano. Educación y Humanismo. No. 14. p. 195.

Rondon y otros (2020). La modelación matemática, una estrategia para la enseñanza de la estadística. Revista Boletín REDIPE. Vol 9, N° 3, pg. 153-159.

Trillos (1998). Documento Brawin sobre lenguas aborígenes de Colombia, lengua Kankuama. Vol. II, Lenguas de la Orinoquia y el norte de Colombia. Bogotá: Universidad de los Andes.

Quiroz, S. (2015). Análisis de concepciones de modelación matemática en profesores en formación de escuela primaria (tesis doctoral inédita). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Monterrey, México.

Villa J. (2007). La modelación como proceso en el aula de matemáticas: un marco de referencia y un ejemplo. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3442/344234312004.pdf>



Tendencias y características de los mercados para la exportación e importación de dispositivos biomédicos

Trends and characteristics of the markets for the export and import of biomedical devices

DOI:10.18041/2619-4244/dl.27.6647

Resumen

El presente artículo vislumbra un estudio de mercado realizado en la ciudad de Barranquilla Colombia, el cual permitió conocer las inclinaciones, estados y características de la demanda con respecto a los productos de bioingeniería. Se realizó una recolección de información (primaria y secundaria) sobre los futuros clientes, competidores, mayores distribuidores, oferta y demanda del sector de los dispositivos biomédicos, todo esto con el fin de determinar las tendencias más significativas, el comportamiento y la manera de cómo incursionar en el mercado. Este análisis sirvió para determinar la viabilidad de incursionar una incubadora de negocios en el campo de la bioingeniería.

Palabras clave: Innovaciones; Emprendimiento; Bioingeniería; Biomédico; Desarrollo Social.

Abstract

This article glimpses a market study conducted in the city of Barranquilla Colombia, which we know the inclinations, states and characteristics of the demand with respect to bioengineering products; This analysis helped to identify the macro environment specifically and specifically. Information was collected (primary and secondary) on future customers, competitors, major distributors, supply and demand of the biomedical devices sector, all this in order to determine the most specific trends, behavior and how to venture into The market This analysis served to determine the feasibility of creating a proposal for a business incubator in the field of bioengineering.

Keywords: Innovations, Entrepreneurship, Bioengineering, Biomedical, Social Development.

Stefanny Calderón Jiménez

Ingeniera Industrial. Universidad Autónoma del Caribe.

Correo: Steffy_calji23@hotmail.com

Freddy Briceño Díaz

PhD. Ciencias Gerenciales. Universidad Autónoma del Caribe.

Correo: Freddy.briceno@uac.edu.co

Vanessa María Molina Sánchez

Ingeniera Industrial. Universidad Autónoma del Caribe.

Correo: Vane_ms03@hotmail.com

Danilo Torres Pimiento

Magister Ingeniería Industrial. Universidad Autónoma del Caribe, Universidad Libre.

Correo: daentopi2@gmail.com

Gisella Borja Roncallo

Magister en Ingeniería Biomédica.

Universidad Autónoma del Caribe. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2072-5055>.

Correo: gissella.borja25@uac.edu.co

Ernesto Cantillo Guerrero

PhD. Marketing. Universidad Autónoma del Caribe.

Correo: ecantilloguerrero@gmail.com

Cómo citar: Briceño Díaz, F., Calderón Jiménez, S., Molina Sánchez, V. M., Torres Pimiento, D., Borja Roncallo, G., & Cantillo Guerrero, E. (2020). Tendencias Y Características De Los Mercados Para La Exportación E Importación De Dispositivos Biomédicos. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6647>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
11 de Mayo de 2020

ACEPTADO:
29 de Agosto de 2020



Introducción

Este análisis ayudó a identificar de manera detallada y específica el macro entorno, en el cual se estarán enfrentando a diario las empresas a crear; en la primera parte del estudio de mercado se evidencia su comportamiento; luego en segunda instancia, se identifican aquellos países con mayor participación, las principales empresas que se encargan de producir, desarrollar y comercializar dispositivos bioingenieriles, y a su vez describe los mercados de los países con mayor influencia; como tercera sección, se habla del posicionamiento y comportamiento de este sector en el ámbito nacional, mostrando datos relevantes con respecto a consumo, importaciones, exportaciones y principales productores de tecnología biomédica. Adicionalmente, se identifica la demanda actual del entorno con su respectiva segmentación de mercado general y uno más específico con los proyectos escogidos del CEBI, por otra parte, se establece la oferta y se conoce aquellas empresas e instituciones que son la competencia directa e indirecta de la posible incubadora, de los productos y proyectos de esta misma.

Metodología

Se implementó una metodología la cual permitiera aplicar un estudio descriptivo, realizando recolección de información tanto de fuentes primarias como secundarias, posteriormente se realizó una triangulación de la información que conllevó a un análisis del entorno. Dentro de las fuentes primarias se diseñaron e implementaron encuestas y entrevistas, éstas fueron avaladas por juicios de expertos del sector empresarial y tecnológico.

La encuesta fue aplicada a los estudiantes interesados en tener conocimientos y apoyar proyectos en el área de bioingeniería. En su contenido se hizo un cuestionario que constó de tres partes; la primera se obtuvo los datos personales y las necesidades de los mismos; en la segunda parte, se indagó sobre la intención de innovación y si tienen algún proyecto ya ejecutado en este campo y por último se corrobora si poseen las herramientas necesarias para crear y desarrollar ideas tecnológicas.

Marco teórico

• El mercado de bioingeniería

Es aquí donde se le dará un contexto del sector de innovación y tecnología en bioingeniería impartiendo un conocimiento de todo lo que abarca en el sector de la salud, lo que ha aportado a sus países y el comportamiento que ha tenido a lo largo de los años. En la actualidad no existe suficiente recurso humano para realizar investigaciones y a su vez desarrolle innovaciones tecnológicas, no se lleva a cabo una correcta apropiación de la ciencia, tecnología e innovación y adicional a esto hacen falta centros de incubación en áreas específicas y claramente definidas. Las empresas te esta índole tiene un rango de vida muy corto, puesto que no estipulan objetivos y estrategias a largo plazo. (Conpes, 2013).

En Colombia a diferencia de otros países desarrollados no se cuenta con inversores o capitalistas que arriesguen y patrocinen nuevos proyectos tecnológicos, lo que ha generado que la búsqueda de mercados sea un poco más complicada, ya que los mercados de productos con base tecnológica por lo general se encuentran ubicados en Latinoamérica, Estados Unidos, y países europeos. (Revista Dinero, 2018) En el año 2020 según el informe de global Health Care sector Deloitte en el 2017 se afirma que el sector de la salud tendrá alrededor de los siguientes estándares de crecimiento. A continuación, se muestra en la tabla No 1. El porcentaje de crecimiento del sector salud.

Tabla 1:

Porcentaje de crecimiento del sector de la salud

PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DEL SECTOR DE LA SALUD EN EL AÑO 2020	
Crecimiento del sector	4,56%
Economías en transición	7,50%
Asia y Australia	5%
Norte América	4,30%
América Latina	2,40%

Fuente: elaboración propia tomada de global Health Care Sector Deloitte

El cual señala que para el año 2020 el sector de la salud tendrá un crecimiento del 4.56% y los países Latino Americanos tendrán el crecimiento más bajo de forma porcentual.

• **Análisis macroeconómico de la industria.**

La bioingeniería surge en la segunda guerra mundial cuando un grupo de ingenieros aplicaron conocimientos electrónicos y científicos, para brindar soluciones de índoles biológicas y médicas. Esta rama de la ingeniería a medida que ha pasado el tiempo ha ido creciendo, evolucionando y desarrollando mejores técnicas, todo gracias a los avances tecnológicos e innovadores que se han presentado en la historia (Enrique J. Gómez Aguilera, 2007).

A nivel Latino Americano, países como Perú, Chile y Brasil cerraron el 2017 con muy buenos estándares en esta industria del mercado. En Brasil las importaciones de equipos y dispositivos médicos en el 2017 estuvo alrededor de 3.1 millones de dólares. Hubo un incremento del 1%, puesto que este año tuvo una participación del 15% y del año anterior estaba en 14%. En el caso de Chile las importaciones tuvieron un valor de más de 1,4 mil millones de dólares con un aumento del 15 % con respecto al año 2016.

En Perú el precio total de los equipos y dispositivos arrojaría un total de 389 millones de dólares para el 2017. En argentina se proyectaron ventas de 900 millones de dólares. (GHI en el 2016).

• **Mercado de los productos en bioingeniería.**

A nivel general este mercado es uno de los más dinámicos y crecientes, desde el año 2008 se han mostrado crecimiento en las ventas de estos productos con un promedio de 210.000 millones de dólares, con respecto a un estudio realizado en el año 2017 este sector tuvo un incremento del doble de sus ventas, lo que quiere decir que aumenta alrededor de un 6% anualmente. (Medical Technology in Europe, 2009).

En la siguiente gráfica se puede observar la producción que se ha generado de los productos biomédicos y se realiza una estimación de los años 2019 y 2020.

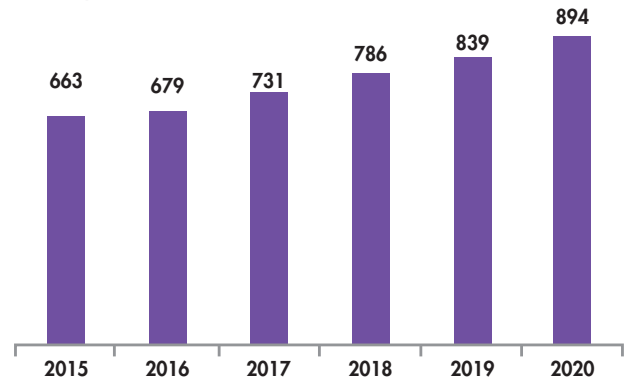


Gráfico 1: Producción mundial de dispositivos médicos. (2015-2020). En miles de millones de dólares.

Fuente: Elaboración propia tomada de IHS, datos 2019-2020 corresponden a proyecciones

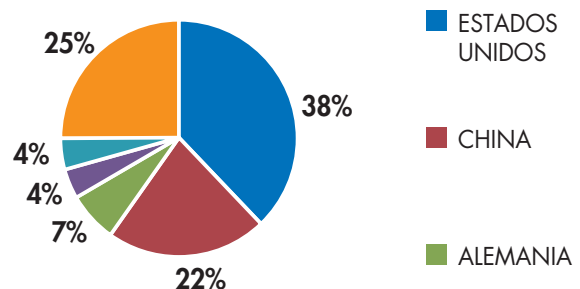


Gráfico 2: Participación del mercado de dispositivos médicos.

Fuente: Elaboración propia tomada de IHS, 2017.

Según el gráfico anterior, muestra que los porcentajes de participación que tiene Estados Unidos, China y Alemania, es de 38%, 22% y el 7% respectivamente, lo que indica que es en ellos donde se concentra la mayor intervención.

En el recuadro que viene a continuación se mostraran los principales fabricantes de dispositivos bioingenieriles en el 2016.



Tabla 2:

Principales empresas productoras del mercado de dispositivos médicos.

PUESTO	FABRICANTE	PUNTUACION
1	JÓHNSON & JOHNSON	10000
2	WELCH ALLYN	8244
3	BAXTER	7868
4	3M HEALTH CARE CO	7656
5	MEDTRONIC	7626
6	SIEMENS	6819
7	ABBOTT	6744
8	BRAUN	5725
9	BECTON DICKINSON	4951
10	BOSTON SCIENTIFIC	3000

Fuente: elaboración propia con base en: The world medical markets fact book 2016

Se realizó un pronóstico de los siguientes 5 años, este estudio fue realizado en Reino Unido, el cual reveló que el mercado tendrá un crecimiento anual alrededor del 10% entre los años 2019 y 2023. (Technavio Research, 2018).

En la siguiente gráfica se podrá observar los ingresos que se obtuvieron desde el año 2011 y se estima las ganancias desde el año 2019 al 2024.

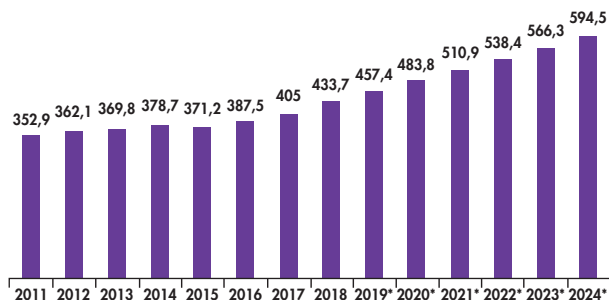


Gráfico 3: Ingresos globales de la industria de tecnología médica de 2011 a 2024 (en miles de millones de dólares)

Fuente: Elaboración propia tomada de The world medical

Por otra parte, el gráfico que viene a continuación brindará información del crecimiento progresivo del consumo global de este tipo de productos. (IHS, 2018)

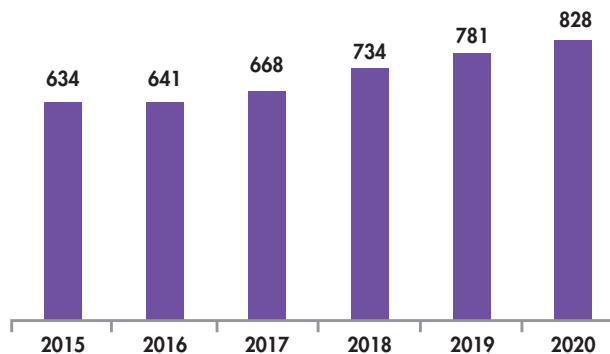


Gráfico 4: Consumo mundial de dispositivos médicos 2015-2020 (miles de millones de dólar)

Fuente: elaboración propia tomada de IHS.

Para el año 2020, se estima que el consumo mundial de dispositivos biomédicos crezca en una tasa promedio anual del 5.5%. Acción que se refleja en el gráfico siguiente, en él se muestra los principales países que compran este tipo de equipos.

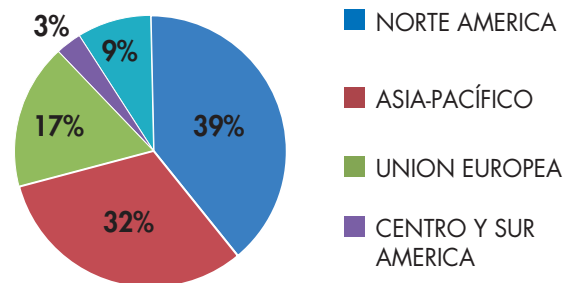


Gráfico 5: Consumo mundial de dispositivos médicos por países.

Fuente: elaboración propia tomada de IHS

Países como Estados Unidos y China mantuvieron en el año 2014 una participación del 64% del consumo mundial de dispositivos tecnológicos en biomedicina. Las exportaciones aumentaron las cuales en el 2016 cerraron con 221.527 millones de dólares, estas fueron las exportaciones entre el año 2012 al 2016.

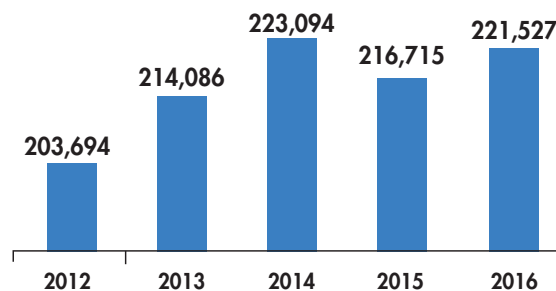


Gráfico 6: Exportaciones mundiales de dispositivos médicos 2012-2016 Millones de USD

Fuente: elaboración propia tomada de PROCOMER, TradeMap.



Por otro lado, las importaciones a nivel mundial superaron los 222.000 millones de dólares, son cifras relativamente buenas, que demuestran el buen comportamiento de este sector. Los países que realizaron mayor participación se podrá observar en el gráfico a continuación. (PROCOMER, 2016)

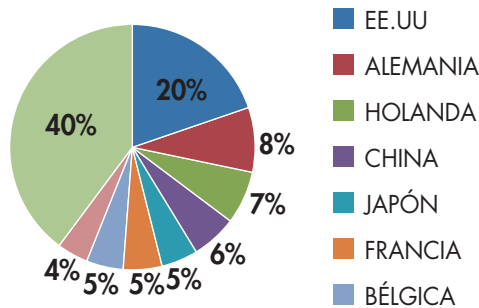


Gráfico 7: Importaciones de los países en dispositivos médicos
Fuente: elaboración propia

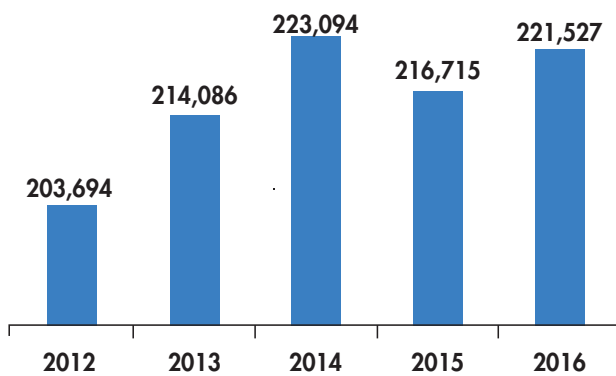


Gráfico 8: Exportaciones mundiales de dispositivos médicos 2012-2016 Millones de USD
Fuente: elaboración propia tomada de PROCOMER, TradeMap.

Estados Unidos se mantiene como líder mundial de dispositivos biomédicos, con una participación del 20% de las exportaciones totales, siguiéndole Alemania y Holanda con participación del 8% y 7% respectivamente.

El sector de la bioingeniería se encuentra en un constante crecimiento a nivel mundial en todas sus ramas. Investigaciones anteriores señalaron que en el año 2019 la participación en las ventas mundiales aumentaría en un 26%. (Sánchez, 2017)

• Mercado de EE.UU.

Estados Unidos es el país que lidera el desarrollo de productos en bioingeniería, representando un tercio del mercado total de este sector. Maneja alrededor de 2.270 empresas las cuales han producido

ingresos de 106.000 millones de dólares en el 2017. (IBISWorld, 2018) En la siguiente tabla se enmarca la demanda, la cantidad de empresas y el empleo que ha generado en este país desde el año 2008 hasta el año 2017.

Tabla 3.
Comportamiento de la demanda de EEUU (2008-2017)

Año	Demanda Interna		
	(millones de \$)	Empresas	Empleo
2008	96.364,10	1.914	311.837
2009	95.266,40	1.853	296.388
2010	98.959,80	1.900	283.917
2011	104.050,80	1.947	279.957
2012	105.685,40	2.176	306.634
2013	104.455,00	2.158	297.483
2014	105.806,20	2.125	290.610
2015	111.936,40	2.157	294.957
2016	118.492,60	2.255	308.518
2017	118.952,60	2.270	308.827

Fuente: elaboración propia tomada de IBISWorld 2018

La generación de nuevas empresas en desarrollo de dispositivos biomédicos ha aumentado, igual que la demanda del país con respecto al sector. Adicionalmente se realizó un estudio donde se espera obtener los siguientes resultados.

Tabla 4
Comportamiento estimado de la demanda de EEUU de dispositivos médicos. (2018-2022)

Año	Demanda Interna		
	(millones de \$)	Empresas	Empleo
2018	123.844,90	2.372	320.833
2019	123.771,90	2.388	319.570
2020	123.733,10	2.465	323.82
2021	124.239,70	2.466	323.042
2022	124.216,50	2.533	326.182

Fuente: elaboración propia tomada de IBISWorld, 2018.



• Mercado Alemán

Este mercado es uno de los más grandes de la industria de producción de dispositivos biomédicos basados en bioingeniería. Obtuvo ventas alrededor de 27 millones de euros según BvMed Annual Report en el 2013. En la siguiente gráfica se muestra el comportamiento de Alemania en el continente europeo con respecto al equipamiento de dispositivos bioingenieriles. (Giesen, 2015)

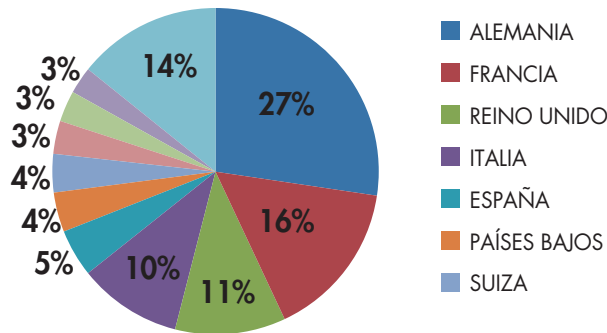


Gráfico 9: Mercado de dispositivos médicos en Europa
Fuente: elaboración propia TechMed 2017

Como se puede observar Alemania tiene el 27% en equipamiento de dispositivos biomédicos, es decir, que más del tercio del mercado europeo es abastecido por este mismo. Luego continúa Francia y reino unido con un 16% y 11% respectivamente. Han alcanzado aproximadamente 65 millones de euros en sus ventas.

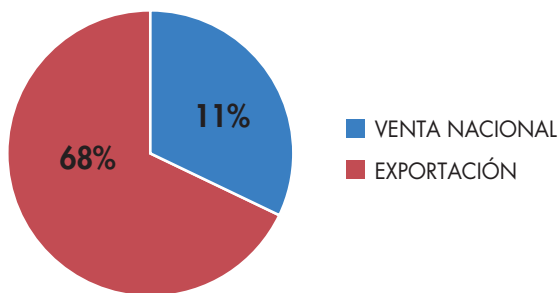


Gráfico 10: Producción nacional de dispositivos médicos en 22.8 millones de euros
Fuente: elaboración propia Spectaris

Tal como se aprecia en el gráfico, la venta nacional son menores que las ventas en el extranjero con una participación del 68% de sus exportaciones, a

Continuación se observa una comparación entre las exportaciones e importaciones de este país.

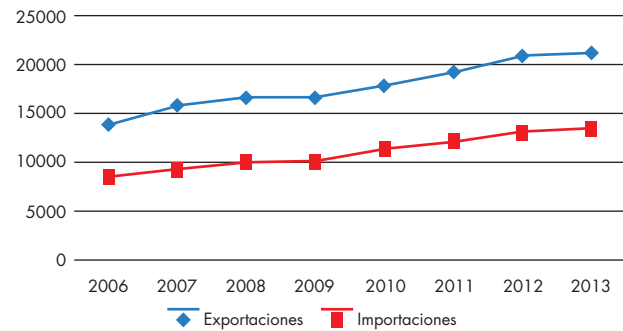


Gráfico 11: Evolución del comercio internacional de equipamiento médico en Alemania (millones de €)
Fuente: elaboración propia, basado en Estacom, 2017

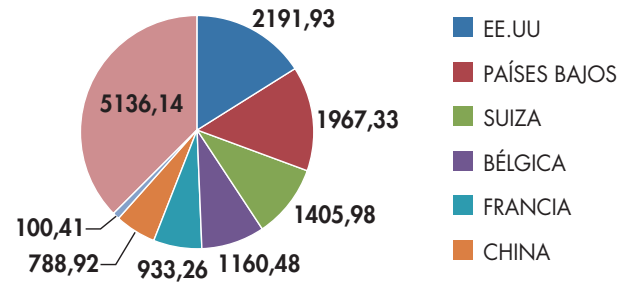


Gráfico 12: Importaciones 2016 (millones de €)
Fuente: elaboración propia Estacom, 2017

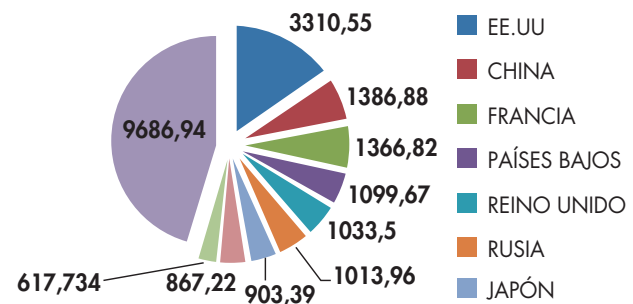


Gráfico 13: Exportaciones 2016 (millones de €)
Fuente: elaboración propia tomada de Estacom, 2017

• Mercado de Brasil

En el año de 2017 Brasil obtuvo una mayor participación de los productos en bioingeniería con un 43%, las importaciones y las ventas aumentaron significativamente durante la primera mitad del 2017. El valor en general de los equipos y dispositivos

médicos en base tecnológica que fueron importados en este país estuvo alrededor de 3.1 millones de dólares, lo cual hizo que sus importaciones se incrementaron en un 15% en el año 2017, en comparación al año anterior (2016) que obtuvo una importación en el 14%. (GHI, 2018).

A continuación, se señala las importaciones de Brasil en millones de dólares en los años 2016 y 2017.

Tabla 5
Importaciones en millones de dólares (2016-2017)

IMPORTACIONES BRASIL		
ORIGEN	2016	2017
EE. UU.	846,9	809,3
ALEMANIA	342,4	353,7
CHINA	254,1	328,4
MALASIA	114,7	138,3
JAPÓN	127,1	123,3
COREA DEL SUR	102,1	93,8
FRANCIA	80,1	85,3
SUIZA	89,2	79,2
IRLANDIA	86,6	71,6
REINO UNIDO	54,6	64,1
Total 10 Primeros orígenes	2097,8	2147
Total Importaciones	2650	2740

Fuente: Elaboración propia con datos de ABIMO, 2018

En el Gráfico posterior se detalla gráficamente las proporciones de las exportaciones.

Por otro lado, las exportaciones brasileñas del sector ascendieron obteniendo 557,61 millones de dólares con un 9.9% de crecimiento en el año 2017 con respecto al 2016. El primer país donde radican sus exportaciones es Estados Unidos, exportando alrededor de 155,5 millones de dólares, luego México, con 48,1 millones de dólares, y posteriormente Argentina como tercer país con 42,7 millones de dólares. A continuación, se apreciara las exportaciones de Brasil en millones de dólares en los años 2016 y 2017.

Tabla 6
Exportaciones Brasil en Billones de Dólares (2016-2017)

IMPORTACIONES BRASIL		
PAIS	Sep-16	Sep-17
EE.UU.	129,5	155,5
MÉXICO	29,4	48,1
ARGENTINA	38,3	42,7
CHINA	24,6	24,8
CHILE	25,1	23,4
BÉLGICA	27,4	22,6
COLOMBIA	20,7	20,3
SUIZA	13,4	18,7
PARAGUAY	18,9	16,4
JAPÓN	6,2	15,8
Total 10 Primeros Orígenes	189	388,3
Total Importaciones	507,3	557,6

Fuente: Elaboración propia con datos de ABIMO

Según ABIMO se puede apreciar un crecimiento en las exportaciones en el cuadro comparativo, Estados Unidos sigue liderando entre los países a los que más se les exporta, posteriormente México y Argentina; México presenta un aumento importante en sus exportaciones. En la siguiente imagen se apreciará gráficamente el crecimiento de las exportaciones e importaciones con respecto a los dos años.

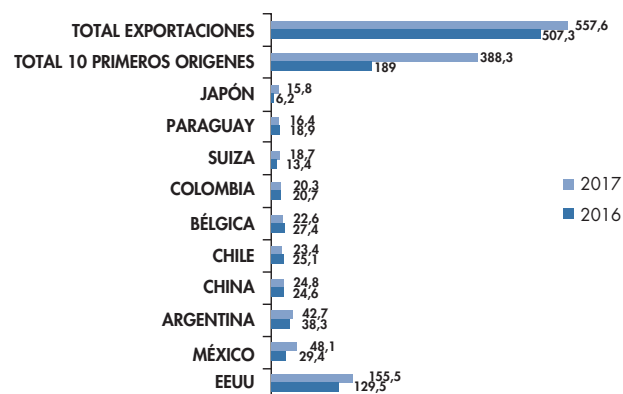


Gráfico 14: Exportaciones Brasil (2016-2017)
Fuente: elaboración propia con datos de ABIMO



El primer país donde radican sus exportaciones es Estados Unidos, exportando alrededor de 155,5 millones de dólares, luego México, con 48,1 millones de dólares, y posteriormente Argentina como tercer país con 42,7 millones de dólares. A continuación, se apreciará las exportaciones de Brasil en millones de dólares en los años 2016 y 2017.

Tabla 7

Exportaciones Brasil en millones de dólares (2016-2017)

IMPORTACIONES BRASIL		
PAIS	Sep-16	Sep-17
EE.UU.	129,5	155,5
MÉXICO	29,4	48,1
ARGENTINA	38,3	42,7
CHINA	24,6	24,8
CHILE	25,1	23,4
BÉLGICA	27,4	22,6
COLOMBIA	20,7	20,3
SUIZA	13,4	18,7
PARAGUAY	18,9	16,4
JAPÓN	6,2	15,8
Total 10 Primeros Orígenes	189	388,3
Total Importaciones	507,3	557,6

Fuente: Elaboración propia con datos de ABIMO

En la siguiente imagen se observa gráficamente el crecimiento de las exportaciones con respecto a los dos años.

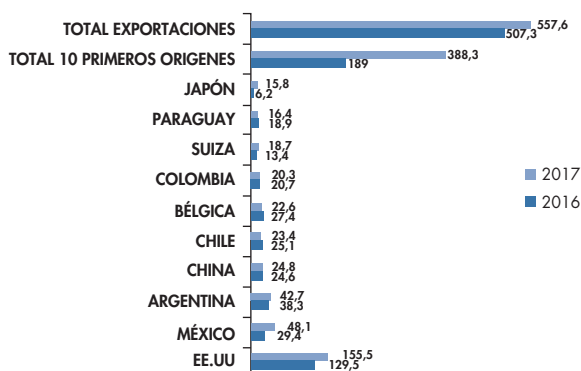


Gráfico 15: Exportaciones Brasil (2016-2017)

Fuente: elaboración propia con datos de ABIMO

Se puede observar el crecimiento que se ha venido presentando en el año 2017. A continuación, se observa una comparación de las importaciones y exportaciones de Brasil en los años 2016 y 2017.

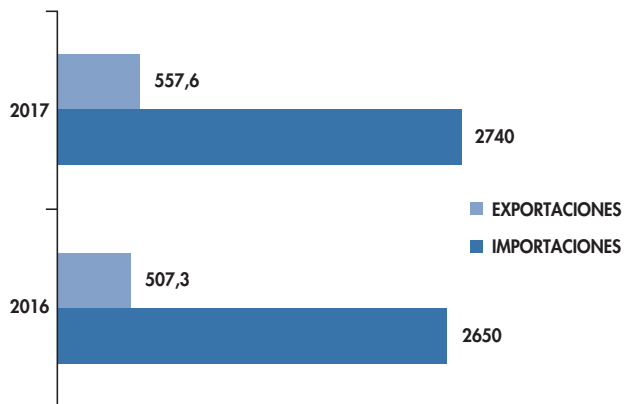


Gráfico 16: Comparación de importaciones y exportaciones (2016 y 2017)

Fuente: elaboración propia con datos de ABIMO

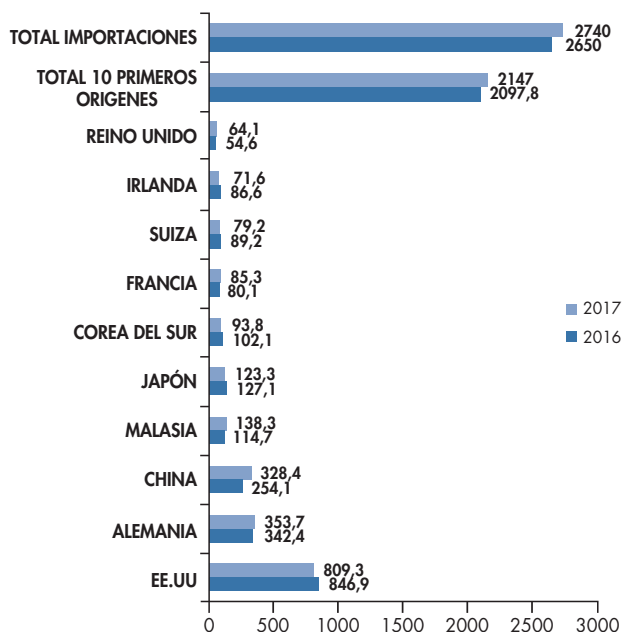


Gráfico 17: Importaciones de Brasil (2016-2017)

Fuente: Elaboración propia con datos de ABIMO, 2018

• **La industria en Colombia**

En Colombia este mercado ha tenido participaciones negativas y positivas, se espera obtener mejores resultados en los próximos años, pero en general ha tenido un buen progreso según estudios realizados por la DIAN en el 2018.

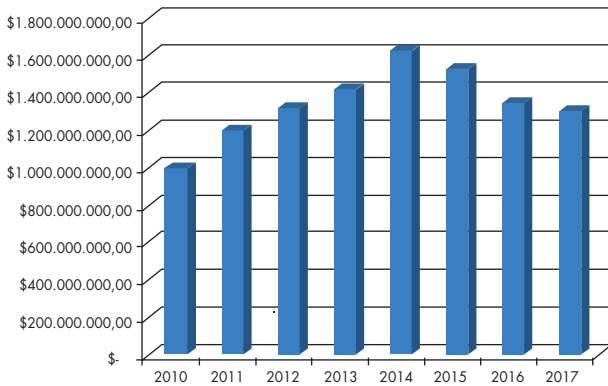


Gráfico 18: Participación del mercado colombiano en dispositivos biomédicos. Fuente: elaboración propia tomada de la DIAN, Centro Virtual de Negocios

Importaciones y exportaciones colombianas en dispositivos biomédicos

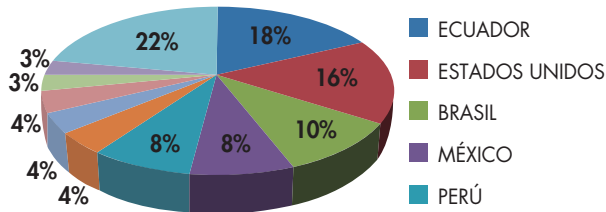


Gráfico 19: Exportaciones en porcentaje. Fuente: elaboración propia tomada de DANE

Con respecto a las importaciones de este sector sumaron alrededor de USD 1.082.003 en el 2017, este es el tercer país en Latinoamérica con el país más grande, primero esta Brasil y México, adicionalmente aporta un 2.7% del PIB colombiano. (Global Health Intelligence, 2018). El 29% de las importaciones totales provienen de Estados Unidos.

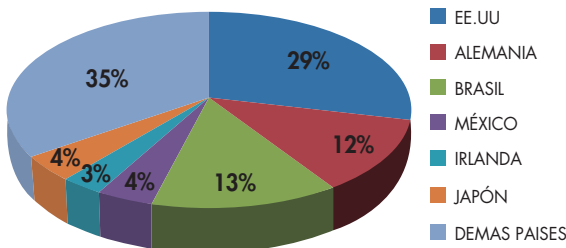


Gráfico 20: Participación principales países dentro del total de Importaciones 2018. Fuente: Elaboración propia tomada de la DIAN, Centro Virtual de Negocios.

• **Tamaño del mercado colombiano.**

Según el Business Monitor International, en su reporte sobre los dispositivos médicos en Colombia del primer trimestre del año 2016, el tamaño del mercado de los instrumentos oftálmicos ha pasado de US\$6,3 millones en 2009 a US\$14,1 millones en 2015, y mantendrá una tendencia de crecimiento moderado en los próximos años hasta alcanzar los US\$20,3 millones en 2019. (Monitor International, 2018)

Análisis de las exportaciones de Productos de Medicina en departamentos de Colombia:

Según el reporte estadístico publicado por DATLAS COLOMBIA y por fuente de la DIAN del año 2017, los departamentos de Colombia que exportan los productos de medicina son:

Tabla 8

Departamentos de Colombia que exportan los productos de medicina.

DEPARTAMENTOS	EXPORTACIONES
Antioquia	\$ 1.581.036
Atlántico	\$ 4.459.381
Bogotá	\$ 5.579.114
Bolívar	\$ 88.954
Cundinamarca	\$ 35.086
Nariño	\$ 29.311
Santander	\$ 59.959
Valle del Cauca	\$ 13.857.733

Fuente: elaboración propia tomada de DATLAS 2017

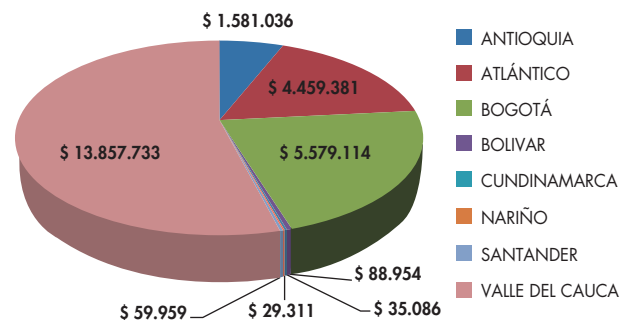


Gráfico 21: Exportaciones Colombianas. Fuente: elaboración propia tomada de Datlas Colombia – DIAN (2017)



• **Importaciones.**

Según un estudio realizado La Cámara de Dispositivos Médicos e Insumos para la Salud, cámara sectorial de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) en el 2018, las importaciones presentaron un crecimiento significativo entre los años 2009 y 2015, pero en el año 2016 y 2017 hubo un decrecimiento como se observa en la gráfica a continuación.

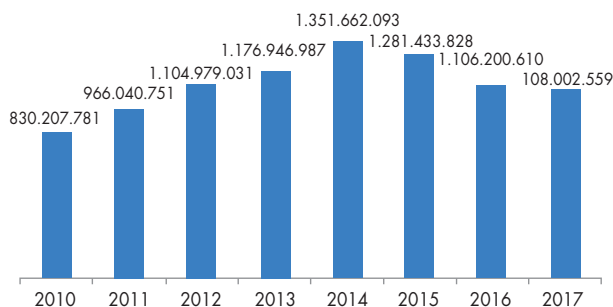


Gráfico 21: Importaciones de dispositivos biomédicos
Fuente: elaboración propia tomada de ANDI 2018

Se puede destacar la disminución en las importaciones, esto se debe a los altos precios que se han manejado en el mercado; adicionalmente se realizó un análisis de primer semestre del 2018 con respecto a las compras realizadas en el 2018-1.

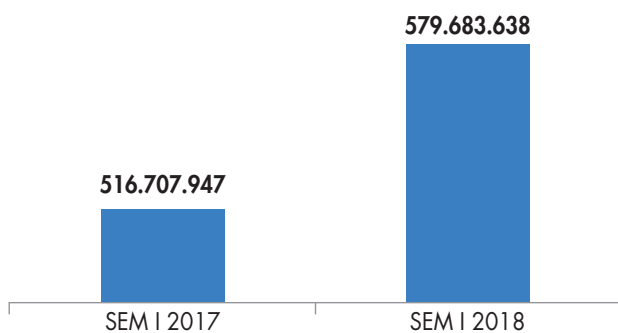


Gráfico 22: importaciones colombianas
Fuente: elaboración propia tomada de ANDI 2018

Las compras de productos de biomédicos de base tecnológica, con respecto al semestre I de 2017 en el 2018 ha incrementado un 12%, lo que hace estimar que en el 2019 las importaciones que Colombia realice aumente.

• **Competidores significativos en el mercado colombiano.**

En Colombia existen 2.136 empresas que proveen insumos y DM que se constituyen en parte fundamentales en la prestación de los servicios de salud, y que son afectadas directamente por los problemas que le atañen al sector, (EL HOSPITAL 2015). Pero hay alrededor de 30 empresas fuertemente consolidadas las cuales se pueden considerar como fuertes competidores es decir competencia directa para la incubadora.

• **Mercado de incubadoras de empresas**

Las incubadoras fueron creadas en los años de 1970, creando así mismos parques tecnológicos, que promovieran a la innovación tecnológica. (Colombo y Delmastro, 2002).

Según un estudio realizado mundialmente el 70% de las empresas fracasan entre los primeros 10 años, pero este mismo estudio revelo que si son pasadas por una incubadora de empresas el porcentaje de fracaso disminuye a un 10%, esto radica a que las empresas salen muy preparadas y estables, lo que proporciona estabilidad en el tiempo. (Espectador, 2018)

Un estudio reciente que realizo KPMG International Global CEO Outlook Growth pains en el 2018, arrojó que habrá cada vez más empresas que impartan o desarrollen programas de incubación de empresas los cuales serán dirigidos a jóvenes empresarios, que quieran desarrollar su potencial en innovación y tecnología creando nuevas empresas; todo esto con el fin de sean estas las que se unan a sus compañías y formar así una sinergia entre ellas.

Es por esto que en la actualidad hay alrededor de 1000 incubadoras de empresas solo en Estados Unidos, que han realizado inversiones de 190 millones de dólares para un total de 900 startups y en Latinoamérica se han invertido 30 millones de dólares en los cuales han sobresalido países como Chile Uruguay y Brasil. (Global Accelerator Report, 2018).



Análisis de la industria de los dispositivos biomédicos

Para realizar este análisis, se hizo necesario implementar un estudio de mercado el cual permitiera conocer las tendencias, identificar el comportamiento las inclinaciones y principales características de la oferta y demanda de los dispositivos biomédicos. Dentro de las acciones establecidas, se conoció el listado de los proyectos que han desarrollado y ejecutado el grupo de investigación CEBI-UAC de la universidad y posteriormente se seleccionaron los trabajos más destacados.

Una vez concretado el estudio de mercado, se estableció para la incubadora de empresas, los dos tipos de clientes: los clientes internos, el cual está conformado por la comunidad estudiantil y profesorado de la Universidad Autónoma del Caribe; y los clientes externos, que están conformado por las empresas del sector público y privado, en quien reposa la responsabilidad de realizar las inversiones necesarias para el desarrollo y posterior comercialización, venta y distribución de los productos a terceros.

Por otra parte, con base en varios estudios de mercado realizados por fuentes externas (ver referencias) se obtuvieron datos que determinaron el comportamiento del mercado, tanto para los dispositivos biomédicos como para las incubadoras, señalando que los mercados son altamente competitivos (Arciniégas C, 2017). Con respecto a la biomedicina se encontró que es un sector muy dinámico y ha tenido un crecimiento en los últimos 5 años de 2.41% 7.65% 7.52%, 6.74%, 6.55% respectivamente, (IHS - 2018), Adicional a ello, Techavio Resaerch (2018), pronosticaron que entre los años 2019 y 2023 se presentará un crecimiento del 10% en el mercado biomédico. (Ver gráfico 1), Una de las razones se debe por la existencia de enfermedades que han evolucionado de manera exponencial y además han aparecido nuevas, lo que conlleva a que la tecnología pueda dar solución de manera rápida y eficaz a las necesidades. Países como Estados Unidos, Alemania, Japón y China, lideran este sector según IHS (2017). La producción de este tipo de dispositivos a nivel mundial aumenta significativamente, ha tenido grandes representaciones en ventas con respecto

a los demás sectores, lo que permite mayor número de exportaciones e importaciones, repercutiendo en un mercado competitivo con alta oferta y demanda.

A su vez, Colombia junto con Brasil, México, Perú y Chile, han conformado un bloque económico que impulsa la tecnología en biomedicina (El hospital, 2018) con el propósito de realizar investigaciones conjuntas que permitan incursionar en diferentes mercados en el ámbito mundial, pero los recursos que se han utilizado para financiar este tipo de investigación no han sido suficiente.

Por otra parte, Colombia ha establecido lazos económicos –a través de sus diferentes gobiernos-, por medio de los tratados de libre comercio con Estados Unidos, China y otros países, con el objeto de acrecentar la compra y ventas de dispositivos biomédicos; siendo el sector de la salud pública el que más invierte en innovación biomédica. Cabe mencionar que el gobierno actual y el anterior, han superado barreras económicas y han hecho esfuerzos por invertir en este campo, con el propósito de aumentar su cobertura y expandiéndose a todo en ámbito nacional, sin embargo este segmento de mercado es uno de los más afectos.

Una vez realizado el estudio de mercado (por medio de fuentes de información primaria) y un análisis del mercado en el ámbito internacional (datos obtenidos de fuentes secundarias) se procedió a establecer la segmentación del mercado de cada uno de los dispositivos y proyectos seleccionados del grupo CEBI. Los proyectos escogidos son:

- Monitoreo de la frecuencia cardíaca de un deportista en actividad a través de una aplicación Android.
- Diseño e implementación de un sistema de control de desplazamiento y velocidad para una silla de ruedas eléctrica, por medio del movimiento de los ojos y del censado del entorno.
- Diseño de un electro miógrafo implementado en una prótesis de mano.



En consiguiente, se procedió a ejecutar un diagnóstico del sector de discapacidad en donde el ministerio de salud en el 2018 resaltó que los individuos en condición de discapacidad han aumentado, esto se debe al nivel de occidentalismo en Colombia, como tal no hay datos exactos de cuantas personas en esta condición existen, en el 2005 se realizó un censo el cual arroja que el 6.3% de la población Colombia se encuentra en esta condición. A partir de ese año se empezaron a sistematizar los nuevos registros de las personas que presenten alguna discapacidad en esta situación, es por esto que no son datos exactos.

Posteriormente se hizo un diagnóstico de dispositivos de monitoreo de frecuencias cardiacas, el cual arroja que, Un dispositivo que permita conocer la frecuencia cardiaca por medio de un sistema inalámbrico, le permitirá al especialista encargado llevar a cabo un monitoreo exacto, determinado y preciso de las frecuencias cardiacas del individuo expuesto. Este instrumento tecnológico es un gran avance para el área de la salud y en la actualidad las instituciones prestadoras de salud se apropian de este tipo de tecnología pues es de uso práctico, económico, inalámbrico y es una alternativa de comunicación con los pacientes, adicional a esto tenemos los centros deportivos, los cuales se les hace necesario la aplicación del monitorio y control del estado de salud de cada deportista. Este dispositivo inalámbrico sería de gran ayuda y utilidad en todos estos centros o gimnasios.

El área de la salud busca cada vez más aplicar dispositivos en bioingeniería que faciliten, que tenga comodidad, exactitud y cuidado preventivo en los pacientes, con el propósito de que todos los seres humanos tengan acceso a este tipo de dispositivos hospitalarios en sus hogares.

Por último, se procede a conocer la demanda interna, basado en los estudiantes. en lo cual, se determinan las características y necesidades de estos mismos. Se diseñó una encuesta, de la que se obtuvo información clara y certera sobre los dicentes, con el fin de poder establecer esos tipos distintivos que definen a los estudiantes y saber qué y cómo ofrecerles. Adicionalmente se determinó el interés y aceptación del desarrollo de un centro de incubación.

Con este cuestionario se determinó que hay estudiantes que han desarrollado investigaciones en bioingeniería, y los estudiantes poseen un instinto emprendedor, pero reflejan que la universidad no brinda suficientes elementos que influyan de manera positiva en la creación de nuevos proyectos biomédicos y tecnológicos. Luego se ejecutó una entrevista la cual fue avalada por expertos en la que se menciona la importancia de la creación de un centro que estimule en la creación de empresas.

Discusión

Con el estudio se pudo determinar que el mercado de los dispositivos biomédicos con aplicaciones tecnológicas cada vez está aumentando, esto se debe a que mantiene una demanda creciente y sostenida, ya que las evoluciones de las enfermedades y el aumento de los usuarios con necesidades que se deben resolver son cada vez más. A pesar de las principales demandas que existen no solo a nivel nacional sino internacional como lo son los escasos de los recursos financieros, la situación económica de cada país, la débil imagen tecnológica, la falta de desarrollo de estrategias de las empresas creadoras de este tipo de innovación entre muchas más no han impedido el crecimiento de este sector. La demanda de hospitales, de los centros prestadores de la salud, y como tal del todo el gremio de la salud, crecen exponencialmente, y cada vez son más las empresas de este tipo que se están privatizando, es decir, que necesitaran muchos más dispositivos biomédicos.

En Colombia las exportaciones han aumentado a lo largo del tiempo y las importaciones han disminuido esto se debe a que hay mayor participación en ventas que en la compra de dispositivos biomédicos en el exterior.

Adicionalmente con el cuestionario se determinó que hay estudiantes que han desarrollado investigaciones en bioingeniería, y los estudiantes poseen un instinto emprendedor, pero reflejan que la universidad no brinda suficientes elementos que influyan de manera positiva en la creación de nuevos proyectos biomédicos y tecnológicos. Luego se ejecutó una entrevista la cual fue avalada por expertos en la que se menciona la importancia de la creación de un centro que estimule en la creación de empresas.

Referencias

- Acuerdo de la Alianza del Pacífico: El hospital, Nuevo acuerdo para mercado de dispositivos médicos en cuatro países de Latinoamérica. P.1
- Acorda Soluciona (2018), La realidad del mercado global en la actualidad. <https://acordasolucionacom/la-realidad-del-mercado-global-la-actualidad/>
- Alonso J.O. (2018), Colombia en incubación de empresas. <http://blogs.portafolio.co/pensamiento-emprendedor/2018/04/06/incubacion-de-empresas-en-colombia/>
- Arciniégas C, L., Camacho O, M., Camacho O, M., Duarte F, E., Duarte F, E., Naranjo L, A., & Naranjo L, A. (2017). Medición del desempeño de la red de suministros de medicamentos en un hospital público de tercer nivel en la ciudad de Bogotá, a través del cuadro de mando integral. *Revista Ingeniare*, 20(20), 75-90. Recuperado a partir de: <http://ojsinvestigacion.unilibrebaq.edu.co/ojsinvestigacion/index.php/ingeniare/article/view/745>
- Atlas LR. A Practicum for biomedical engineering and technology management issues. Dubuque, Kendall Hunt Publishing, 2008.
- Biocat. (2017). Robots, chips, 'apps' y otros avances en bioingeniería ayudarán a la gente mayor a vivir más sanos y autónomos.
- Bóveda, J; Oviedo, A; Luba, A (2015). Manual de Implementación de Incubadoras de Empresas, Productiva – Servicio de Desarrollo Empresarial; Incuna.
- Bravo, S. (2009). Conferencia las Incubadoras como Modelo de Desarrollo Empresarial, Universidad del Valle, Colombia
- Butter M et al. Robotics for healthcare. Final Report. Comisión Europea, DG de la Sociedad de la Información, 2008.
- BvMed Annual Report, 2013
- CARDOZA, G, Competitive Police, ACAL, 1984.
- Colciencias, Incubadoras de empresas de base tecnológica IEBT, 2007.
- Castaño A. (octubre 10 de 2016) Los mejores fabricantes de dispositivos médicos en 2016. *Revista dinero*. P (1).
- Consultora de mercados Global Health Intelligence (GHI), 2018
- De la Inv, (2014), técnicas de recolección de información para un trabajo de investigación. <http://metodelainv.blogspot.es/>
- Design Thinking España (2019), Nueva edición del Programa de Aceleración de Proyectos Innovadores de ESIC. <https://xn-designthinkingespa-d4b.com/programa-de-aceleracion-de-proyectos>
- Deustopush (2015), Aceleración de Proyectos. <https://blogs.deusto.es/deustopush/sobre-deustopush/accelerator-2/>
- Dispositivos médicos, cvn Posted 28 noviembre, 2018 In Noticias Salud
- DNP. CONPES 3582. (27 abril 2009). Consultado el 19 de noviembre de 2013 en: <https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3582.pdf>.
- Drew & Wilfred, B. (2003). Wireless Networks: New Meaning to Ubiquitous Computing. *Journal of Academic Librarianship*, 29(2), pp.102-106.
- El mercado de dispositivos médicos renovados en América Latina y América del Norte en el 2019 (2018) https://www.fimeshow.com/content/dam/Informa/fimeshow/es/downloads/FIME19_Refurbished_medicaldevices_NorthLatAm_Spanish.pdf



- El espectador, (2018), ¿Por qué el 70% de las empresas en Colombia fracasan en los primeros cinco años?, revista El Espectador.
- El Tiempo, (1996), 15 empresas de incubadora, Revista El Tiempo.
- Enrique J. Gómez Aguilera "Bioingeniería" <http://www.educa2.madrid.org/web/educamadrid/principales/c7827e52-4001-4b73-99b7-3868374f71a7/Presentacion-BIO-GBT-alumnos.pdf>
- FIDE (2015), Programa de Incubación, servicios y carrera emprendedora. <http://incubadoracordoba.org.ar/servicios2/>
- Ford, O. (2009). Heart attack patients get Guardian Angel with implantable device. Medical Device Daily, 13(181), p.1.
- Gaev J. Technology in health care. In: Dyro J, ed. Clinical engineering handbook. Burlington, Elsevier Academic Press, 2004:342-345.
- Giesen H. (marzo de 2018) La industria de la tecnología médica en Alemania. El hospital. P (1)
- Gómez, L (2019), Evaluación del Impacto de las Incubadoras de Empresas: Estudios Realizados. División Ciencias Administrativas Universidad del Norte. https://www.academia.edu/7545915/EVALUACION%20DEL%20IMPACTO_DE_LAS_INCUBADORAS_DE_EMPRESAS_ESTUDIOS_REALIZADOS
- Heinzelmann, P., Lugn, N. & Kvedar, J. (2005). Telemedicine in the future. Journal of Telemedicine and Telecare, 11(8), pp.384-390.
- Huérffano, M (2013), Incubadoras de empresa, plataformas estratégicas para emprender, Colombia Inn.
- Incubar Colombia (2016), Incubadora de empresas de base tecnológica. <http://www.incubarcolombia.org.co/>
- Innovation Factoring Institute (2019), Dinámica de Aceleración de Proyectos. <https://www.innovationfactoryinstitute.com/cursos-otros-formatos/dinamicas-de-aceleracion-de-proyectos>
- Llamas, Fernández (2018), La metodología Lean Startup: Desarrollo y aplicación para el emprendimiento.
- López, et al. (2009). Manual para la gestión en incubación Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas (SNCIE) Colombia.
- López García (2013), Análisis y Evaluación de Modelos de Negocios. <http://umh1259.edu.umh.es/wp->
- Julien, Pierre. André. (2005), Emprendimiento regional y economía del conocimiento: una metáfora de las novelas policíacas. Cali, Editorial Sello Editorial Javeriano.
- Más que Negocios (2015), Porque es Necesaria la segmentación del Mercado. <https://www.masquenegocio.com/2015/08/26/segmentacion-mercados/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). República de Colombia, Política de Emprendimiento.
- Modelo Canvas (2019), Relación con los Tipos de Clientes – Tipos de Relación. <https://modelocanvas.info/relacion-clientes/>
- Murillo, Arcila (2012), Estudio de Factibilidad para la creación de la empresa Incubadora Proyectar Candelaria S.A.S.
- Nacional de Creación e Incubación de Empresas (SNCIE) Colombia.
- Nuño (2017), ¿Cómo funciona una incubadora de empresas? <https://www.emprendepyme.net/como-funciona-una-incubadora-de-empresas.html>
- Organización de Estados Americanos-OEA (2014). Sistema de Información sobre el Comercio Exterior

- Oliveros, I; Hernández, R (1999), Solución a problemas de las ciencias biológicas y médicas apoyados en la Ingeniería, Ingeniería & Desarrollo, Universidad del Norte
- Palacio, M; Duque E (2011), Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad.
- Padilla. A., Serrano. C. y Mejía. C. (2011). Centro de incubación de empresas para la escuela de ingeniería industrial. [Tesis de pregrado]. Universidad de el salvador.
- Pro Argentina (2005), Insumos y Equipamientos Médicos. http://www.funcex.org.br/material/redemercosul_bibliografia/-biblioteca/ESTUDOS_ARGENTINA/ARG_61.pdf
- Quincuagésima octava Asamblea Mundial de la Salud, 2005
- Revista dinero (2000) Incubadoras de valor. <https://www.dinero.com/edicion-impres/emprendedores/articulo/incubadoras-valor/9759>
- Sanchez M (2017) Una difícil situación para el sector de dispositivos médicos en Colombia, recuperado de <http://www.elhospital.com/temas/Una-dificil-situacion-para-el-sector-de-dispositivos-medicos-en-Colombia+108238>
- Sandoval, Emprender Fácil (2014), Segmento del Cliente Canvas. <https://www.emprender-facil.com/es/segmento-de-clientes-canvas/>
- Santiago (2017), Una gallega en la élite de la bioingeniería, La Opinión a Coruña.
- Significados, (2017), Significado de Desarrollo social.
- Schumpeter, A. (1971a), Capitalismo, socialismo y democracia, Madrid. Aguilar.
- Schumpeter, A. (2002), Ciclos Económicos; Análisis teórico, histórico y estadístico del proceso capitalista. Zaragoza; Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Stainsack, Cristiane, Curitiba, 2003; Estructuración organización, organización de gestión de incubadoras tecnológicas. Modelo Bolton.
- Thompson (2019), Incubadora de Negocios. https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/-varios_incubadoras_de_negocios.htm
- Universidad Nacional de Cuyo (2012), Vinculación productiva para desarrollar la articulación e integración de la Universidad – Empresa. <http://www.vinculacion.uncu.edu.ar/upload/sitevi2012.pdf>
- Velásquez. P importación de dispositivos médicos en Latinoamérica, consultor salud junio 5 – 2019
- Wilkinson J. Medical technology in Europe, 6 de marzo de 2009, recuperado de <http://www.eucomedia.org/~media/784F449C2154F8E9207E8E57B19DD4B.ash>



Identificación y apropiación de los signos identitarios de la marca Barranquilla en jóvenes universitarios

Identification and appropriation of the identity signs of the Barranquilla brand in university students

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6648

Resumen

Este estudio nace con el propósito de identificar en jóvenes universitarios los símbolos más representativos de la ciudad de Barranquilla. Se emplea el método de comunicación mediante la técnica de cuestionario estructurado, con el cual, se construye un mapa perceptual, usando la técnica multivariada de escalamiento multidimensional con apoyo del software estadístico SPSS 25. Se observa que existen diferentes patrones en la semiótica de la ciudad que tienen injerencia en los recuerdos de los jóvenes, las comidas, lugares y canciones son una extensión de la época con algunas herencias culturales y con transformaciones propias. Los signos identificados forman un inventario necesario para la construcción de políticas de comunicación de marca ciudad enfocadas a este segmento.

Palabras clave: Marketing de territorios; Marca ciudad; Escalamiento multidimensional.

Abstract

This study was born with the purpose of identifying in university students the most representative symbols of the city of Barranquilla. The communication method using the structured questionnaire technique is used, with which a perceptual map is constructed, using the multivariate multidimensional scaling technique with the support of the statistical software SPSS 25. It is observed that there are different patterns in the semiotics of the city that have an influence on the memories of young people, the foods, places and songs are an extension of the time with some cultural inheritances and with their own transformations. The signs identified form an inventory necessary for the construction of city brand communication policies focused on this segment.

Keywords: Territory Marketing; City Brand; Multidimensional Scaling.

Domingo Martínez Díaz

Estadístico, Universidad de la Salle; Doctor en Psicología, Universidad del Norte. Adscrito al grupo GIM clasificación A en Colciencias. Profesor Asistente, Escuela de Negocios Universidad del Norte.
Correo: domimart@uninorte.edu.co

David Juliao Esparragoza

Economista, Universidad del Atlántico; Magister en Administración de Empresas, Universidad del Norte. Adscrito al grupo GIM clasificación A en Colciencias. Profesor Asistente, Escuela de Negocios Universidad del Norte.
Correo: djuliae@uninorte.edu.co

Harold Silva Guerra

Administrador de Empresas de la Universidad del Norte Barranquilla – Colombia. M.B.A de la Universidad del Norte Barranquilla – Colombia. Master of Arts in International Business Administration Bournemouth University - United Kingdom. Phd in Management University of St. Gallen- Switzerland. Profesor Asociado Escuela de Negocios Universidad del Norte
Correo: hsilva@uninorte.edu.co

Cómo citar: Juliao Esparragoza, D., Martínez Díaz, D., & Silva Guerra, H. (2020). Identificación Y Apropiación De Los Signos Identitarios De La Marca Barranquilla En Jóvenes Universitarios. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6648>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
11 de Mayo de 2020

ACEPTADO:
29 de Agosto de 2020



Introducción

Las marcas se consideran en muchos sentidos como poder tangibilizar el esfuerzo de marketing para promover asociaciones deseadas con el mercado objetivo (Keller, 2008). Una marca promueve identidad y le entrega al mercado una forma de diferenciación para que éste pueda evaluarla entre muchas opciones (Garrido y Ramos, 2013).

La marca hoy día se promueve en escenarios múltiples cobijando el terreno de los más diversos usos. Existe en la comercialización, en el campo industrial, en la política, en servicios especializados, en el desarrollo y promoción de profesionales (Martínez-Díaz, Juliao-Esparragoza y Jaramillo-Naranjo, 2017) y por supuesto para el terreno de las ciudades como producto entendiendo o dando paso al marketing de ciudad o marca de ciudad. (Precedo, Orosa, y Míguez, 2010). Para llegar a conceptualizar sobre marca ciudad es necesario comprender que este concepto está inserto en la definición del marketing Urbano.

El marketing urbano nace de un proceso sistemático del ejercicio estratégico de comercialización del territorio. En términos de marketing, el producto es la ciudad y su propósito es la venta de la misma (Andrade, 2016). Según otros autores el marketing urbano consiste en “diseñar y proyectar una imagen de la ciudad y sus atributos, teniendo siempre presente las necesidades, expectativas e intereses de los potenciales compradores” (Duque, 2011 pp. 30-31). El término de marketing urbano surge a partir de la lógica de la competitividad cuyo eje central es atraer inversionistas, empresas y visitantes (Muñoz y Cervantes, 2010). En este orden de ideas, una ciudad con estrategias de este tipo, establecidas y fortalecidas, es más competitiva, y por lo tanto, tiene una mayor posibilidad de aprovechar oportunidades de desarrollo y crecimiento.

El marketing urbano estudia la conducta de las ciudades a partir de sus necesidades y deseos siendo un vehículo propicio para una comunicación efectiva ante su público objetivo normalmente inversores y turistas (De San Eugenio-Vela 2014)

El marketing urbano es una herramienta de gestión clave en el proceso de intercambio que establece la ciudad con su mercado. Como aplicación requiere destinar en sus esfuerzos un entendimiento profundo de las características del territorio, su idiosincracia, sus símbolos, su legado cultural y en fin todas las características que hacen del territorio un lugar claro para articular estrategias para la puesta en valor de lo local (Benko, 2000). En concreto, el marketing urbano conecta a la ciudad con su mercado al investigar las necesidades y deseos de este mismo.

En el sentido del marketing urbano, la ciudad es tomada como el producto o la mercancía a vender. Para poder lograr este objetivo con éxito, es importante entender tanto el mercado en el que desea participar, como las características que definen su valor agregado y competitividad (De San Eugenio-Vela, 2013)

Arantes, Vainer y Maricato (2000) hacen referencia a la existencia de tres tendencias. En la primera las preferencias de los consumidores externos se antepone a las necesidades de los ciudadanos. Esto significa que se quiere mostrar la ciudad como un objeto competitivo o una mercancía de opulencia donde lo que importa es la productividad expuesta en resultados.

En la segunda tendencia, las ciudades son vistas como un producto o marca que se adapta al mercado que cambia de manera constante a través del tiempo y aprovecha las oportunidades que ofrece el mercado respondiendo así a retos económicos. Esto quiere decir, que todos los elementos que compongan a la ciudad son considerados como productos que deben ser comercializados. Asimismo, los elementos que no se logren comercializar toman el riesgo de una declinación en el mercado. En la tercera tendencia, la ciudad se muestra como una oferta más no como un producto donde todo lo que se ofrezca se enfocará en los propios ciudadanos como usuarios y consumidores. (Citado en Duque, 2011)

El papel del ciudadano en el proceso de construcción del marketing urbano es fundamental. Por una parte se encuentra una población destinada a formar parte de las campañas de marketing al residente en consonancia

con los principios de identidad y afianzamiento cultural respetadas por la comunicación especializada en la elaboración de marca ciudad (De San Eugenio-Vela, 2012) donde es de suma importancia primero entender que identifica la ciudad utilizando conductores técnicos y perceptuales para afianzar en las fortalezas turísticas las campañas de comunicación al interior y fuera de la ciudad. Para esto es necesario siempre medir el pulso perceptual de imaginarios y su evolución en el tiempo formando fotografías vívidas que permitan explicar las dinámicas de la ciudad y sus habitantes brindando una brújula a dirigentes para encaminar aspectos a preservar, resaltar o cambiar en el posicionamiento deseado de la ciudad (Reguillo, 2007)

Los ejercicios de acercamiento a las percepciones sobre ciudad se han realizado desde diferentes esquinas de pensamiento. la reunión de imaginarios no ha escapado a diferentes autores quienes han promovido desde la academia propuestas para su entendimiento. Un caso es el trabajo de imaginarios en la ciudad de Barranquilla (Vega y Garcia, 2005)

Este trabajo pretende aportar desde una perspectiva funcional una descripción sobre los signos identitarios de la ciudad de Barranquilla que son relevantes hoy en la población universitaria en Barranquilla. Las campañas de comunicación y afianzamiento de marca ciudad pretenden que su dinámica semiótica esté en consonancia con las vivencias, sentimientos y costumbres del espacio de las que son objeto con el fin de lograr una conexión real que transmita lo que se pretende comunicar de cara a la comercialización del territorio (Madrid, 2015). En este sentido cobra especial importancia la descripción detallada de los símbolos identitarios recordados y apropiados en diferentes públicos objetivos.

La presente investigación busca determinar el grado de identificación y de apropiación de los signos identitarios de la marca Barranquilla por parte de la población de estudiantes Universitarios. Los signos identitarios escogidos para representar la marca Barranquilla son los platos de comida típica, los lugares representativos generales, los lugares representativos de la cultura, las iglesias y/o lugares religiosos, las canciones, artistas y música, los eventos

culturales, los aspectos de la vida cotidiana y los lugares representativos de la actividad comercial de la ciudad de Barranquilla.

Se entiende que los signos identitarios son parte fundamental del conjunto evocado de rasgos de la ciudad convirtiéndose en un elemento clave para expresar mediante una comunicación asertiva el posicionamiento de la marca un elemento clave en la dinámica del citymarketing.

Metodología

La investigación busca saber si los estudiantes universitarios identifican y se apropian de los signos que representan la marca Barranquilla. Para la investigación se implementó el diseño descriptivo con fuentes de información primaria. Se utilizó el método de investigación por comunicación, con la técnica del cuestionario estructurado. El tipo de encuesta fue por Internet mediante la aplicación Gforms.

Se definió como población los estudiantes de pregrado de la Universidad del Norte de Barranquilla, matriculados en el primer periodo de 2020. De esta población de estudio se tomó una muestra de 78 estudiantes, quienes respondieron la encuesta por internet. Una vez recopiladas y procesadas las encuestas por la aplicación Gforms, se exportaron al programa SPSS. El análisis estadístico que permite responder la pregunta de investigación se fundamentó en el "Escalamiento Multidimensional (MDS)", técnica utilizada en marketing y en las ciencias sociales para la visualización y exploración de datos. Con el escalamiento multidimensional (MDS) se obtiene un mapa perceptual de dos dimensiones que posiciona los signos identitarios de la marca.

Los mapas perceptuales tienen generalmente dos dimensiones, pero pueden representarse en más de dos. El propósito del MDS es transformar los juicios de similitud o preferencia llevados a cabo por una serie de individuos sobre un conjunto de objetos o estímulos en distancias susceptibles de ser representadas en un espacio multidimensional. El MDS está basado en la comparación de objetos o de estímulos, de forma que si un individuo juzga a los objetos A y B como los más similares entonces las técnicas de MDS



colocarán a los objetos A y B en el gráfico de forma que la distancia entre ellos sea más pequeña que la distancia entre cualquier otro par de objetos (Bautista-Luzardo, D., Martínez-Díaz, F. y Ardila-Medina, W. 2019).

En el MDS no requiere supuestos de linealidad, ni que las variables sean métricas, ni un mínimo de tamaño de muestra. La esencia del MDS es elaborar un mapa que lleve a conocer la imagen que los sujetos se crean de un conjunto de objetos por posicionamiento de cada uno en relación con los demás (Marqués-Asensio, F. 2015). Para evaluar el ajuste a la solución se calculan los estadísticos Stress y RSQ. El Stress es un indicador de la “maldad” del ajuste, si su valor supera a 0,2 indica que el modelo no es bueno. Mientras que valores inferiores a 0,20 indican buen ajuste de los datos con el modelo, donde 0 representa un ajuste excelente; el otro indicador es el Coeficiente de Correlación al Cuadrado (RSQ), al contrario del anterior, este valor indica la “bondad” del ajuste, es decir, la proporción de variabilidad de los datos de partida que es explicada por el modelo. Los valores que puede tomar oscilan entre 0 y 1, entre más se aproxime a 1, mejor es el ajuste, indicando que el modelo es bueno y valores cercanos a 0 indican que el modelo es malo. Se considera que valores superiores a 0,60 son aceptables.

Material y procedimiento

El cuestionario estructurado para el estudio se diseñó a partir de los hallazgos encontrados en una investigación cualitativa a través de la técnica grupo focal. Los resultados de esta investigación, definieron 8 signos identitarios y sus respectivos ítems los cuales fueron traducidos en las variables (preguntas) del cuestionario medidas con una escala likert de 7 puntos. En la tabla 1, se relacionan los signos identitarios con su respectiva definición conceptual y operacional.

Tabla 1.

Definición de los signos identitarios de la marca Barranquilla

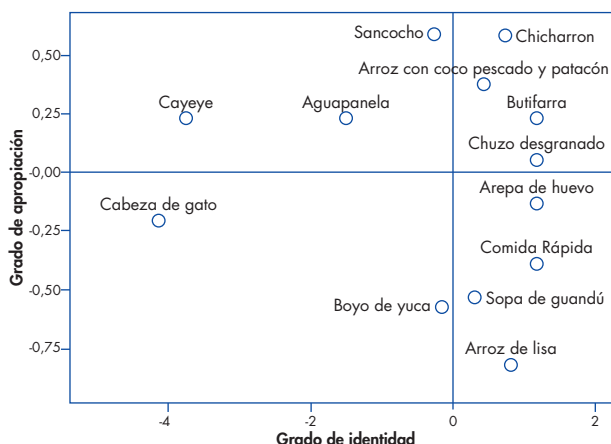
No.	Signo identitario	Concepto	Escala
1	Comidas	Platos de comida que los estudiantes identifican como barranquilleros.	1 – 7
2	Lugares	Lugares que los estudiantes sienten que identifican a Barranquilla.	1-7
3	Lugares culturales	Espacios culturales que los estudiantes sienten que identifican a Barranquilla.	1-7
4	Iglesias	Iglesias o espacios religiosos que los estudiantes creen que identifican la ciudad de Barranquilla.	1-7
5	Canciones, artistas y música	Canciones, artistas y música que los estudiantes piensan que son identitarios de la ciudad de Barranquilla.	1-7
6	Eventos culturales	Eventos culturales que los estudiantes consideran que identifican la marca Barranquilla	1-7
7	Vida cotidiana	Aspectos, valores, actividades y/o características que los estudiantes sienten que son de la vida cotidiana que identifica al barranquillero	1-7
8	Actividad comercial	Lugares de actividad comercial que los estudiantes piensan son identidad de la marca Barranquilla	1-7

Fuente: Elaborado por los autores

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para cada una de las preguntas de la encuesta aplicada. Los aspectos investigados para identificar signos identitarios de Barranquilla fueron las comidas, lugares, lugares culturales, iglesias y/o sitios religiosos, canciones, artistas y música, eventos culturales, condiciones de la vida cotidiana y, actividad comercial.

El interés de los resultados y su análisis se centra en los mapas de “posicionamiento” obtenidos mediante el Análisis de Escalamiento Multidimensional (MDS). Este análisis se basa en el plano cartesiano. El eje de las abscisas o X, representa el grado de identificación con Barranquilla que los estudiantes sienten con cada una de las variables investigadas. Se interpreta de izquierda a derecha, entre más alto sea el grado de identificación más se identifica con la marca Barranquilla. Por su parte, el eje de las ordenadas o eje Y, aunque no está explícito en las preguntas, se deduce del análisis. Los autores lo han llamado el “grado de apropiación”, término que los autores lo usan desde el contexto del fenómeno de consumo. Siguiendo a Páramo-Morales y Ramírez-Plazas (2019, p138), “el proceso de apropiación se encuentra estrechamente relacionado con la identidad social e individual de cada consumidor, de tal manera que una persona solo consume aquellos productos con los cuales hay una concordancia entre la imagen que le transmite un producto o una marca y la imagen que ella tiene de sí misma. Así, los productos se convierten en una especie de prolongación de la personalidad de cada consumidor”. Si se mira a partir de la cultura, el lenguaje es el medio en que una persona comparte sus ideas y sentimientos para decirle a todo el mundo “esto es mío”, podría decirse que forma parte de su vida. Volviendo al eje Y, el grado de apropiación se mira de abajo hacia arriba, valores por encima de 0, indican alto grado de apropiación y valores por debajo de 0, indica lo contrario. Entre más alto sea el grado de apropiación, más siente la persona que el objeto es de su propiedad y forma parte de su vida.



Mapa 1. Las comidas como signos identitarios de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores

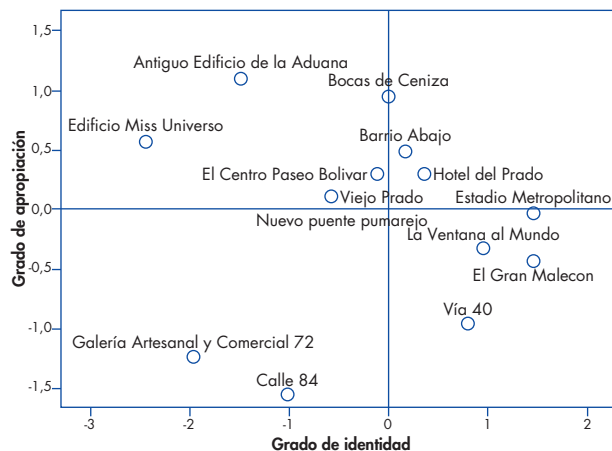
De acuerdo al mapa 1, se observa que los platos con mayor grado de identificación y apropiación para los estudiantes son: el Sancocho, el Chicharrón, el Arroz con Pescado y Patacón, Aguapanela y Butifarra; y las comidas con un alto grado de identificación, pero con bajo grado de apropiación son el Arroz de Lisa, Bollo de Yuca, Sopa de Guandú y Comida Rápida. Por otra parte, el plato con mayor grado de identificación según los estudiantes es el Chuzo Desgranado, aunque su grado de apropiación es aceptable y se le acerca como identitario de la marca Barranquilla la arepa de huevo cuya apropiación tiende a la baja. La Comida Rápida posee un grado de identificación aceptable pero un grado de apropiación bajo y la Aguapanela posee un grado de identificación aceptable pero un grado de apropiación alto. Por último, encontramos que el Cayeye posee un grado de apropiación alto pero un grado de identificación bajo y, la Cabeza de Gato es el plato con menor grado de identificación y posee un grado de apropiación bajo.

Una de las posibles razones por la cual el Arroz de Lisa posee este comportamiento puede ser debido a que la población que normalmente consume esta comida son adultos mayores y los jóvenes no lo hacen tanto. Así mismo, el Sancocho es un plato usual en las mesas de todas las personas que viven en la costa colombiana, esto podría explicar su alto grado de apropiación. Estadísticamente, al modelo de los datos se le aplicó el indicador “S-stress” cuyo valor fue relativamente cercano a 0, (0,14335), lo cual señala que el



modelo tiene poco error. Igualmente, se aplicó el indicador RSQ que resultó igual a 0,96050 lo cual indica que el modelo explica bien el comportamiento de los datos, con una aproximación del 96%.

Lugares identitarios de Barranquilla



Mapa 2. Los lugares como signos identitarios de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores

Los lugares como el Antiguo Edificio de la Aduana es uno con mayor grado de apropiación para los estudiantes, sin embargo, posee su grado de identidad con Barranquilla es bajo, mientras que Bocas de Ceniza, el cual es el segundo con mayor grado de apropiación, tiene un grado de identificación aceptable; el grupo de lugares conformado el Hotel del Prado, Barrio Bajo, El Centro, el Paseo Bolívar y Viejo Prado, se podría decir que tienen un grado medio de apropiación pero su grado de identificación con Barranquilla es apenas aceptable. El segmento de los lugares como la Calle 84 y la Galería Artesanal y Comercial 72, son los lugares con un grado de apropiación muy bajo al igual su grado de identificación es bajo.

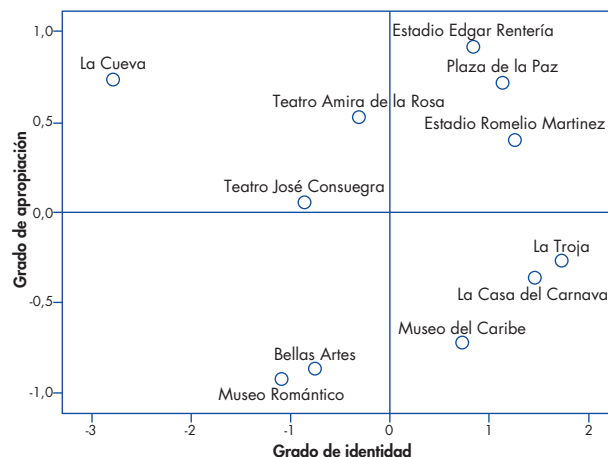
El Estadio Metropolitano es el lugar con mayor grado de identidad, pero posee un grado de apropiación, siguiéndole de cerca lugares que tienen un grado medio de identidad con Barranquilla como el Nuevo Puente Pumarejo, el Gran Malecón, la Ventana al Mundo, que apenas están ganado cierto nivel de apropiación. El Edificio Miss Universo es el lugar con menor grado de identificación, pero posee su grado de apropiación es alto. El lugar Vía 40, posee un

grado alto de identificación, pero un grado bajo de apropiación.

Por otra parte, una de las posibles razones por el cual la Galería Artesanal y Comercial 72 posee este comportamiento puede ser debido a que los jóvenes encuestados no tienen una relación tan amplia con la cultura de la artesanía. Es curioso que la Calle 84, conocida en la ciudad como la "calle de la rumba" no posee un nivel de apropiación alto, ya que las empresas (discotecas, bares y demás) situadas en esta calle cuentan con una segmentación de mercado enfocada en los jóvenes. El Estadio Metropolitano puede poseer un grado alto de identidad ya que Barranquilla posee una cultura futbolística muy fuerte a partir de su equipo local Club Junior de Barranquilla y la Selección de fútbol de Colombia, sin embargo, encontramos curioso que esta posea un grado de apropiación aceptable; puede ser debido a que, aunque sea muy reconocido en la ciudad, pocos de los jóvenes encuestados han tenido la oportunidad de estar en el estadio.

En el análisis estadístico el indicador Stress arrojó un valor de 0.12476, lo que significa que hay un buen ajuste de los datos con el modelo (inferior a 0.20); También se utilizó el indicador RSQ, cuyo valor fue 0.94289, es decir que la confiabilidad de la información alcanza un 94 %.

Lugares culturales identitarios de Barranquilla



Mapa 3. Los lugares como signos identitarios de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores

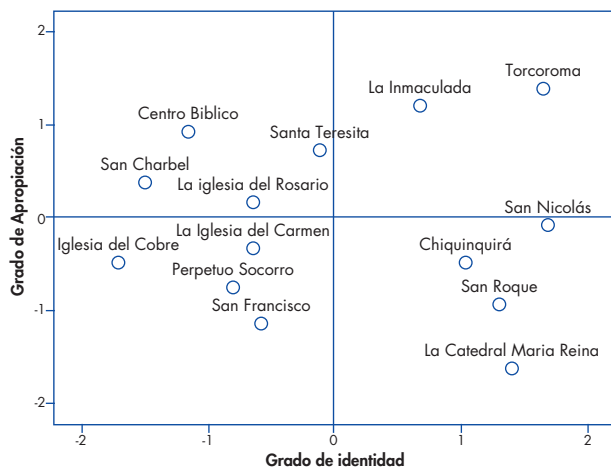
El mapa 3 muestra el posicionamiento de los lugares reconocidos por su cultura en Barranquilla. Para los estudiantes lugares como La Troja, La Casa del Carnaval y el Museo del Caribe, poseen un grado de identidad alto con la marca ciudad, sin embargo, su grado de apropiación es bajo, siendo La Troja el lugar con mayor grado de identidad. Ahora, lugares como el Museo Romántico y Bellas Artes vienen bajando su identidad con Barranquilla y su grado de apropiación son muy bajos. Lugares como el Estadio Edgar Rentería, la Plaza de la Paz y el Estadio Romelio Martínez son considerados lugares con alto grado de apropiación e identidad. Interesante el caso del Teatro José Consuegra que parece que aunque su identidad con Barranquilla es bajo, viene ganando un grado de apropiación aceptable, contrario al Teatro Amira de la Rosa, que parece que perdió su identidad con la ciudad a pesar que tiene un grado de apropiación alto. Por último, La Cueva, es un fenómeno interesante porque posee el grado de identidad más bajo de todos los lugares, pero es el segundo con mayor grado de apropiación.

Estadísticamente al modelo de los datos se le aplicó el indicador "S-stress" cuyo valor fue también cercano a 0, (0,10117), lo cual nos señala que el modelo tiene poco error. Así mismo, se aplicó el indicador RSQ que resultó igual a 0,96086 lo cual indica que el modelo explica bien el comportamiento de los datos, con una aproximación del 96%

Observando el mapa 4, lugares religiosos como lo son la iglesia de la Torcoroma y La Inmaculada poseen el grado más alto de apropiación por parte de los estudiantes y un grado alto de identificación con la marca Barranquilla. Contrario a las iglesias Chiquinquirá, San Roque y La Catedral María Reina, las cuales su grado de identidad es alto con Barranquilla, pero su apropiación en los estudiantes es bajo, especialmente La Catedral. El grupo de iglesias conformado por la del Rosario, San Francisco, Perpetuo Socorro, La Iglesia del Carmen y la Iglesia del Cobre poseen un grado de identificación y un grado de apropiación bajo, resultado curioso porque son iglesias tradicionales en Barranquilla. Otros espacios religiosos como Santa Teresita, Centro Bíblico y San Charbel son lugares religiosos que poseen un grado de apropiación alto pero su signo identitario con la marca Barranquilla aún es bajo. Y, por último, la iglesia San Nicolás es la que ganó el mayor grado de identidad con Barranquilla, sin embargo su grado de apropiación para los estudiantes es aceptable.

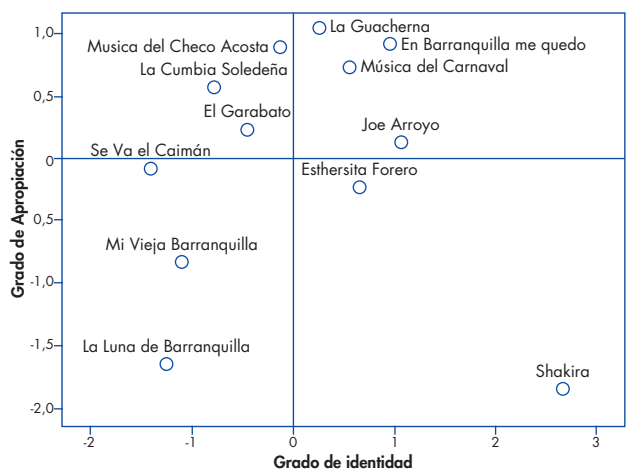
Estadísticamente al modelo de los datos se le aplicó el indicador "S-stress" cuyo valor fue también cercano a 0, (0,12618), lo cual nos señala que el modelo tiene poco error. Así mismo, se aplicó el indicador RSQ que resultó igual a 0,91137 lo cual indica que el modelo explica bien el comportamiento de los datos, con una aproximación del 91%

Iglesias y /o espacios religiosos identitarios de Barranquilla



Mapa 4. Las iglesias como signos identitarios de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores

Música, canciones y artistas identitarios de Barranquilla



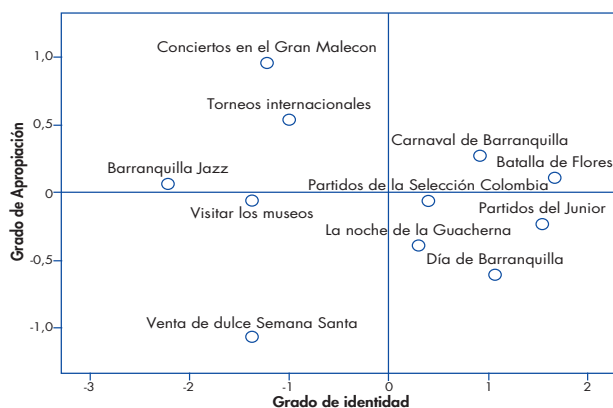
Mapa 5. Música, canciones y artistas como signos identitarios de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores



En el mapa 5, Shakira, obtuvo un grado de identidad alto con la marca Barranquilla, como es de esperarse por ser un artista que nació en la ciudad, sin embargo, es claro que su grado apropiación es muy bajo, la razón se puede deber a que la música de Shakira, aunque sea reconocida a nivel internacional, realmente los jóvenes no la sienten como "propia". Curioso también con las canciones como La Luna de Barranquilla, Mi Vieja Barranquilla y Se Va El Caimán que para los estudiantes no son signos identitarios de la marca Barranquilla y su grado de apropiación se perdió en estos jóvenes. Por otro lado, el grupo de la música de La Cumbia Soledeña y la del Checho Acosta, son considerados con un grado bajo identidad con la ciudad, pero tienen alto el grado de apropiación. La música de La Guacherna, En Barranquilla Me Quedo, Música del Carnaval, El Garabato y el Joe Arroyo, poseen un grado de identidad aceptable aunque su grado de apropiación es alto, especialmente La Guacherna, porque esta canción es insignia del Carnaval de Barranquilla y se reproduce repetidamente durante el evento. En el caso de Esthercita Forero, ha venido perdiendo tanto su identidad como apropiación.

Estadísticamente al modelo de los datos se le aplicó el indicador "S-stress" cuyo valor fue relativamente lejos de 0, (0,20017) lo cual señala que el modelo tiene un ajuste apenas aceptable. Así mismo, se aplicó el indicador RSQ que resultó igual a 0,88427 lo cual indica que el modelo explica relativamente bien el comportamiento de los datos, con una aproximación del 88%

Eventos culturales identitarios de Barranquilla



Mapa 6. Eventos culturales como signos identitarios de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores

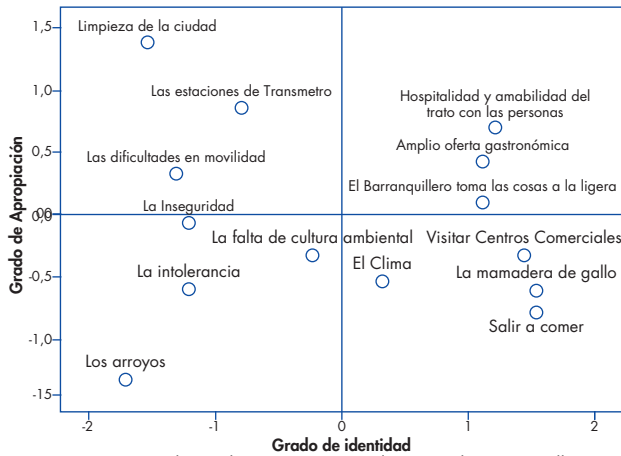
En el mapa 6, se aprecia que los eventos culturales como Partidos de la Selección Colombia, La Batalla de Flores, La Noche de la Guacherna, Día de Barranquilla y Partidos del Junior poseen un grado alto de identidad con Barranquilla, sin embargo, su grado de apropiación es aceptable. La Venta de Dulces en Semana Santa, evento anual en Barranquilla es bajo tanto como signo identitario como por su grado de apropiación tan bajo. Barranquillajazz y Visitar Los Museos son eventos que por su grado bajo de identidad no son todavía signos de la marca, aunque estén ganando cierto grado de apropiación. Por último, los Torneos Internacionales y los Conciertos en el Gran Malecón, poseen un grado bajo de identidad, pero alto grado de apropiación, especialmente este último que ganó el mayor grado de apropiación en los estudiantes; y, no se debe olvidar, el Carnaval de Barranquilla, que definitivamente es un signo identitario de Barranquilla, pero esta población lo siente como "propio" en un grado aceptable de apropiación.

Estos comportamientos se pueden explicar porque los Conciertos en el Gran Malecón atraen a muchos jóvenes, por eso, su grado de apropiación es alto. Aunque el Carnaval de Barranquilla sea una insignia para la ciudad, los jóvenes de esta población acostumbran a realizar viajes durante esta fecha al tener un pequeño receso de la universidad. La cultura futbolística de Barranquilla se ve representada al tener un grado alto de identidad, pero los jóvenes muestran un grado aceptable de apropiación, un resultado inesperado por los investigadores durante este estudio.

Estadísticamente al modelo de los datos se le aplicó el indicador "S-stress" cuyo valor fue también cercano a 0, (0,10503) lo cual nos señala que el modelo tiene poco error. Así mismo, se aplicó el indicador RSQ que resultó igual a 0,95573 lo cual indica que el modelo explica bien el comportamiento de los datos, con una aproximación del 96%



La vida cotidiana identitari de Barranquilla



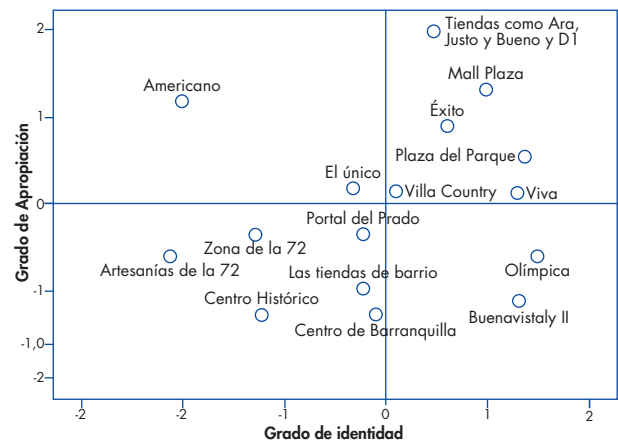
Mapa 7. Vida cotidiana como signo identitario de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores

En el mapa 7, se muestra el posicionamiento de los aspectos de la vida cotidiana como signos que identifican la marca Barranquilla. En este sentido, llama la atención como Los Arroyos, que en épocas pasadas identificaban y formaban parte de la cotidianidad del barranquillero, hoy para esta población de jóvenes poseen el grado más bajo de apropiación y de identidad, posiblemente este comportamiento se explica porque en los últimos años la ciudad ha venido trabajando para solucionar esta problemática. Por otro lado, encontramos que la Limpieza de la Ciudad posee un grado alto de apropiación pero no es signo que se identifique con la marca, respuesta muy relacionada con los cambios en la cultura ciudadana de Barranquilla. El aspecto que más se identifica con la marca Barranquilla, es La "Mamadera de Gallo" es un aspecto que tiene el mayor grado de identificación de los barranquilleros con la marca, sin embargo, los estudiantes muestran bajo grado de apropiación con este aspecto. Otro aspecto interesante y que sí podría ser un signo identitario de la marca Barranquilla, es el alto grado de identificación y apropiación de la hospitalidad y amabilidad del trato con las personas, es algo que caracteriza a la ciudad. Importante la ubicación que tiene en el mapa la amplia oferta gastronómica de la ciudad, porque es considerado un signo de identidad de la marca que además posee un alto grado de apropiación. Los signos el barranquillero toma las cosas a la ligera e ir a cine, son dos elementos de la vida cotidiana que identifican altamente Barranquilla con un grado

aceptable de apropiación por parte de los estudiantes. No sobra destacar que salir a comer, visitar centros comerciales y el clima, son aspectos con alto grado de identificación que podrían ser parte de la marca Barranquilla pero que en los estudiantes su grado de apropiación es bajo. El mapa 7, también dice como las estaciones de Transmetro han sido apropiadas en un alto grado por los estudiantes, pero no representan un signo de identidad la ciudad. Algo similar ocurre con las dificultades de movilización, los estudiantes sienten que es algo que ya forma parte de la vida cotidiana pero también consideran que llega la movilidad no es un signo identitario de la ciudad. Finalmente, la intolerancia para esta población no identifica a la marca Barranquilla y no lo consideran como parte de sus vidas.

Estadísticamente al modelo de los datos se le aplicó el indicador "S-stress" cuyo valor fue también cercano a 0, (0,14256) lo cual nos señala que el modelo tiene poco error. Así mismo, se aplicó el indicador RSQ que resultó igual a 0,90841 lo cual indica que el modelo explica bien el comportamiento de los datos, con una aproximación del 91%.

Lugares de actividad comercial identitario de Barranquilla



Mapa 8. Vida cotidiana como signo identitario de Barranquilla
Fuente: Elaborado por los autores

Con relación al mapa 8, se aprecia que en los 4 cuadrantes del plano hay lugares de actividad comercial posicionadas. Vale la pena destacar como el Mall Plaza, las tiendas Ara, Justo & Bueno y D1, y el Éxito, son lugares de actividad comercial que poseen un grado alto de identidad y de apropiación,



resultado interesante en esta población. Por otra parte, sorprende que Olímpica posee obviamente el más alto grado de identidad con la ciudad, pero su grado de apropiación es bajo al igual que los centros comerciales Buenavista I y II. El americano es un centro comercial interesante porque los estudiantes se lo han apropiado, sin embargo, para ellos es uno de los lugares con menor identificación tiene con la ciudad. Otro resultado interesante es el posicionamiento que tienen lugares como Plaza del Parque y Viva, porque son signos identitarios de Barranquilla que vienen ganando un grado aceptable de apropiación, El grupo de centros comerciales formado por el Villa Country, El Único y Portal del Prado, tienen en este momento un grado de identidad y apropiación con Barranquilla, podría decirse aceptable. Y, por último, en el cuadrante de los negativos se encuentra un segmento conformado por el Centro de Barranquilla, las tiendas de barrio, Zona de la 72, Artesanías de la 72 y el Centro Histórico ya que poseen el grado más bajo de apropiación y poca identidad con la ciudad.

Estadísticamente al modelo de los datos se le aplicó el indicador "S-stress" cuyo valor fue también relativamente cercano a 0, (0,17405) lo cual nos señala que el modelo tiene poco error. Así mismo, se aplicó el indicador RSQ que resultó igual a 0,84883 lo cual indica que el modelo explica bien el comportamiento de los datos, con una aproximación del 85%

Discusión

Esta investigación responde la pregunta de saber el grado de identificación y apropiación que sienten los estudiantes de la Universidad del Norte con 8 signos identitarios que representan la marca Barranquilla. El Análisis de Escalamiento Multidimensional (MDS) se utiliza para conocer mediante un mapa perceptual cómo los estudiantes ubican cada signo según sus grados identificación y apropiación.

Los estudiantes consideran que el plato típico en Barranquilla es el chuzo desgranado, seguido muy de cerca de la arepa e huevo. Son los que recibieron un grado alto de identificación, pero su grado apropiación es aceptable. En cambio, sí hay 4 platos de comida que poseen un alto grado de apropiación

como son el sancocho, chicharrón, arroz con coco, pescado y patacón y la butifarra. Es interesante la observación técnica de la percepción pues de los platos asociados el que tiene coherencia e identidad probada con la ciudad desde lo gastronómico es la Butifarra. El arroz con coco forma parte de Cartagena y la arepa e huevo del Luruaco (Naranjo, Naranjo y Leones, 2018) Forman parte de su cultura de consumo, los sienten como propios y forman parte de su vida.

El Estadio Metropolitano es el signo identitario que representa los lugares de Barranquilla, ayuda desde luego ser la casa de la selección Colombia de recibir un alto grado de identificación. También se destacan tres lugares que son relativamente nuevos como son la Ventana al Mundo, el Gran Malecon y el nuevo Puente Pumarejo, lugares que son signos identitarios de Barranquilla pero no logran un grado de apropiación importante por parte de los estudiantes. En este aspecto llama la atención lugares como la Antigua Plaza de la Aduana y el edificio Miss Universo, poseen un alto grado de apropiación, pero no son signos identitarios de Barranquilla.

La población de estudiantes investigada son jóvenes de 20 años en promedio, nacieron en el siglo XXI, para ellos el lugar que representa la cultura y que lo consideran como propio es La Cueva, ubicado en la parte alta bien a la izquierda del segundo cuadrante del mapa, probablemente lo heredaron de sus padres o la relación que tiene con Gabriel García Márquez, para nada es un signo identitario de Barranquilla. Pero al otro lado del mapa, se encuentran tres lugares interesantes para Barranquilla como son La Troja, La Casa del Carnaval y el Museo de Caribe, considerados signos identitarios de la ciudad pero los estudiantes los calificaron con bajo grado de apropiación. En este momento los lugares que cumplirían ambas condiciones, identidad y apropiación, son el Estadio Romelio Martínez, Plaza de la Paz y Estadio Edgar Rentería, sin duda los últimos juegos centroamericanos explican este resultado.

Con relación a la iglesias y lugares religiosos, los resultados son interesantes. La parroquia La Torcoroma junto con la iglesia de la Inmaculada tienen un grado alto de identificación y de apropiación.

Mientras que la iglesia de San Nicolás es el signo identitario que representa la marca Barranquilla con un grado de apropiación aceptable, los estudiantes saben que existe, pero no son parte de la vida de ellos. En este mapa perceptual no sobra decir como las parroquias de Nuestra Señora del Socorro y la iglesia del Carmen, tradicionales en Barranquilla, para estos jóvenes no representan la marca ciudad y mucho menos forman parte de su cultura de consumo.

En el signo música, artistas y canciones, la cantante barranquillera Shakira representa con alto grado de identificación la marca Barranquilla, resultado lógico, pero llama la atención que para esta población su grado de apropiación es muy bajo, no sienten a Shakira como propia, por lo que no forma parte de su cultura de consumo. Las canciones La Guacherna y En Barranquilla Me quedo más la Música del Carnaval, son los signos identitarios de alta grado de identificación y apropiación con Barranquilla, para los estudiantes son parte de la marca y sienten esta música como propia. Extraño esos sí, como canciones Se Va el Caimán, Mi Vieja Barranquilla y Luna de Barranquilla, viene perdiendo identidad y apropiación con la ciudad. Por ejemplo, con la canción Se Va el Caimán crecieron los de la generación Baby Boomer, la marca Barranquilla se conoció en los paseos de esta generación.

El Carnaval de Barranquilla es el evento cultural más representativo de Barranquilla, pero su grado de apropiación es ligeramente alto, se dice que es explicable porque el Carnaval hoy en día es muy nacional e internacional. También es interesante el alto grado de identidad que le otorgaron a eventos como La Batalla de Flores, los Partidos del Junior, La Noche de la Guacherna y los partidos de la Selección Colombia, aunque el grado de apropiación es aceptable. Importante el grado de apropiación alto que le dieron los estudiantes a los Conciertos en el Malecón, evento cultural que hoy no tiene identificación con la marca Barranquilla pero en el futuro sí.

En la vida cotidiana de Barranquilla hay aspectos positivos y negativos. Con alto grado de identidad y apropiación es considerado la Hospitalidad y Amabilidad del Trato con la Personas, signo clave para la

marca. Otro elemento positivo es la Amplia Oferta Gastronómica, los estudiantes le dan alto grado de identidad y además se han apropiado de este signo. Dentro del negativo está el signo Mamadera de Gallo, con alto grado de identidad con la marca pero bajo grado de apropiación. Algo que no pasa desapercibido es que para estos jóvenes nacidos en este siglo Los Arroyos no significan nada.

En la actividad comercial de Barranquilla, definitivamente es interesante como tres marcas recientes como son Ara, Justo & Bueno y D1, tienen alto grado de identidad con la marca y alto grado de apropiación, estas marcas tienen muy buen posicionamiento. Contrario a Olímpica y los centros comerciales Buenavista I y II, que representan en alto grado la marca Barranquilla pero su grado bajo de apropiación es para pensar. Otro centro comercial que ganó en identidad con Barranquilla y su grado de apropiación es alto es Mall Plaza, además lleva poco tiempo en la ciudad. También se nota como se han consolidado marcas como Éxito, Viva y Plaza del Parque.

Conclusiones

Después de hacer la investigación de saber el grado de identificación y apropiación que sienten los estudiantes por 8 signos identitarios de la marca Barranquilla, se deducen las siguientes conclusiones:

Definitivamente los platos típicos de comida que son signos identitarios de la marca Barranquilla son el Chuzo desgranado y la Arepa'e huevo. Para los estudiantes los platos que sienten que son signos identitarios de la marca Barranquilla y, además, forman parte de su propia cultura de consumo son el Sancocho, el Chicharrón, el Arroz con coco, pescado y patacón y la Butifarra.

El Estadio Metropolitano, Gran Malecón, la Ventana al Mundo y el nuevo Puente Pumarejo son los lugares que los estudiantes consideran más representativos de la ciudad, así su grado de apropiación es apenas aceptable, Mientras que El edificio Miss Universo y el Antiguo Edificio de la Aduana son lugares que solo tienen un grado de apropiación alto y no representan



la marca Barranquilla, fueron considerados como poco representativos de la marca ciudad.

Los lugares representativos de la cultura de Barranquilla, son el estadio Edgar Rentería, la Plaza de la Paz y el Estadio Romelio Martínez, grupo que recibió alto grado de identificación y de apropiación. Otros lugares que tienen identidad con la marca pero muy baja apropiación son La Troja, La Casa del Carnaval y el Museo del Caribe, son para prestarles más atención. La Cueva es un lugar cultural que está en el corazón de los estudiantes pero no es considerado signo representativo de la ciudad. Bellas Artes y el Museo Romántico tienen poca identificación y apropiación llegando a ser olvidados y perdiendo el interés por visitarlos.

Las iglesias que tienen alto grado de identificación y apropiación son la Torcoroma y la Inmaculada. Se destacan por ser signos identitarios pero no por su grado de apropiación, las iglesias de San Nicolás, La Catedral María Reina, la de San Roque y la de Chiquinquirá. Iglesias que tienen un alto grado de apropiación pero con bajo grado de identidad con Barranquilla fueron la iglesia Santa Teresita, Centro Bíblico y la San Charbel.

La marca Shakira es el signo identitario que representa a Barranquilla, así los jóvenes universitarios no la sientan como propia, su música no le llega a su corazón. En cambio, cumplen con un buen grado de identidad y grado de apropiación las canciones La Guacherna, En Barranquilla me Quedo y la Música del Carnaval, son signos que representan la marca. La música de Checo Acosta posee grado de apropiación alto, pero no es signo identitario de Barranquilla, curioso porque es lo contrario de Shakira. Otro resultado interesante y preocupante es la pérdida de identidad y apropiación de las canciones Se Va el Caimán, Mi Vieja Barranquilla y Luna de Barranquilla en esta población, es importante recuperar estos signos que han transmitido la marca a generaciones anteriores.

Los eventos culturales que los estudiantes identifican más con la marca Barranquilla son el Carnaval de Barranquilla, la Batalla de Flores, los partidos del Junior, La Noche de la Guacherna y los partidos de

la Selección Colombia, son signos que definitivamente “venden” la ciudad, sin embargo su grado de apropiación es apenas aceptable indicando que son eventos que se están alejando de su cultura de consumo. En cambio, hay dos eventos que sí son de la cultura de consumo de los estudiantes, Conciertos en el Malecón y los Torneos Internacionales, son parte de la vida de ellos así sea que nos los identifiquen con Barranquilla. Por otra parte, Barranquillajazz y el Visitar Museos no son muy llamativos para los estudiantes, por lo cual no los identifican con Barranquilla pero su grado de apropiación es aceptable.

En vida cotidiana se concluye que la Mamadera de Gallo es el signo con el más alto grado de identificación con la marca Barranquilla, así haya recibido un bajo grado de apropiación de los estudiantes. Lo anterior en congruencia con algunos aspectos encontrados y documentados sobre la forma de ser en términos de la comunicación donde se evidencian rasgos de relajación, dichos propios y formas espontáneas en lo verbal y no verbal (Vega, Torres, Morales y Escamilla, 2004). En esta misma línea están los signos Salir a Comer, Visitar Centros Comerciales. La Hospitalidad y Amabilidad con el Trato con las Personas y la Amplia Oferta Gastronómica, son signos que tienen alto grado de identidad y de apropiación, por lo que son importantes para la marca Barranquilla. Otro signo que llama la atención son Las Estaciones de Transmetro, porque recibieron alto grado de apropiación, pero su identidad con la ciudad es bajo. Una conclusión interesante es saber que Los Arroyos ya no identifican a Barranquilla y además no son parte de la vida de estos estudiantes.

Olímpica y los centros comerciales Buenavista I y II, son lugares de actividad comercial que los estudiantes consideran que poseen alto grado de identidad con Barranquilla, pero su grado de apropiación es bajo. Sorprende cómo las marcas Ara, Justo & Bueno y D1, en tan poco tiempo han logrado ganar alta identidad con la marca ciudad y además, su grado de apropiación en los estudiantes es muy alto. Igual se puede decir del centro comercial Mall Plaza, que ha ganado muy buen posicionamiento. Otros lugares de actividad comercial que tienen una buena posición en el mapa son Éxito, Plaza del Parque y Viva. Una conclusión importante es mencionar que los

centros comerciales Villa Country, El Único y Portal del Prado, hoy no son signos identitarios de Barranquilla, fueron desplazados por otras marcas. Se destaca la posición que ocupa el centro comercial Americano, en el sentido que es un lugar de actividad comercial con alto grado de apropiación en el cual los estudiantes lo identifican muy poco con la marca ciudad. Una conclusión final es ver como lugares de actividad comercial tradicionales en Barranquilla como son las Tiendas de Barrio, el Centro y la Zona de la 72, para los estudiantes representan poco como identidad de la marca ciudad con niveles bajos de apropiación.

Referencias

- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Escuela de Administración de Negocios*, (80), 59-72.
- Benko, G. (2000). Estrategias de comunicación y marketing urbano. *EURE (Santiago)*, 26(79), 67-76.
- De San Eugenio-Vela, J. (2012). Aproximaciones teóricas y conceptuales para una definición del estado del arte de la comunicación de los destinos turísticos. *Andamios*, 9(20), 211-236.
- De San Eugenio-Vela, J. (2013). Place branding: a conceptual and theoretical framework. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (62).
- De San Eugenio-Vela, J. (2014). La marca de ciudad en la contemporaneidad. *Poliantea*, 10(19), 11-27.
- Duque, I. (2011). Bogotá: entre la identidad y el marketing urbano. *Cuadernos de Geografía-Revista Colombiana de Geografía*, 20(1), 29-45.
- Garrido, D., Ramos, E. (2013). Calidad y desarrollo rural: una propuesta metodológica para la evaluación de marcas de calidad territorial (No. 1102-2016-91198, pp. 127-157).
- Keller, K. (2008). *Administración estratégica de marca branding*. México: Pearson.
- Madrid Álvarez, H. (2015). Marketing Algoritmico Y Marketing Heuristico, Una Cotroversia. *Investigación E Innovación En Ingenierías*, 3(1). <https://doi.org/10.17081/invinno.3.1.2038>
- Martínez-Díaz, D., Juliao-Esparragoza, D., y Jaramillo-Naranjo, O. (2017). Diseño y Validación de un instrumento para la identificación y el desarrollo de la promesa de marca personal en estudiantes universitarios. *Revista de Investigación en Educación*, 15(2), 91-108.
- Muñiz, N., Cervantes, M. (2010). Marketing de ciudades y "Place Branding". *Pecunia: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, (1), 123-149.
- Naranjo, R., Naranjo, G., Leones, A. (2018). La gastronomía colombiana. Atractivo turístico en crecimiento en Hitos de ciencias económico administrativas, (68), 103-115.
- Páramo-Morales, D. y Ramírez-Plazas, E. (2017). *Etnomarketing. La Dimensión Cultural del Marketing*. Editorial Klasse. Primera Edición. Colombia.
- Precedo, A., Orosa, J., y Míguez, A. (2010). Marketing de ciudades y producto ciudad: una propuesta metodológica. *Urban public economics review*, (12), 13-39.
- Reguillo, R. (2007). Ciudad y comunicación. Densidades, ejes y niveles. *Diálogos de la Comunicación*, 47, 1-9.
- Vega, G., Torres, L., Morales, E., Escamilla, J. (2004). La cortesía verbal y gestual en la ciudad de Barranquilla (Colombia). en *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español* (pp. 197-212). Ariel.
- Vega, M., García, L. (2005). Imaginarios de ciudad en niños y niñas de Barranquilla-Colombia. *Quórum académico*, 2(1), 37-60.



GAMING: Una aproximación crítica desde la narrativa social contemporánea del nuevo orden mundial

Gaming: a critical approach from the contemporary social narrative of the new world order

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6649

Resumen

Objetivo: El artículo tiene como propósito exaltar la cualidad necesaria del Gaming, como proceso socioevolutivo, ante los escenarios que sobrevienen en el nuevo orden mundial, tras los acontecimientos por los que la humanidad transita a razón del COVID-19. **Materiales y métodos:** La presente investigación estuvo orientada a la profundización teórica y reflexiva del fenómeno referido, ante la nueva realidad social: relativa, controlada, como la única posibilidad de seguir existiendo. Se trata de un artículo documental, con diseño bibliográfico y método bibliográfico, donde la técnica aplicada fue la documentación. **Resultados y discusión:** Luego de analizar los contenidos relativos al contexto contemporáneo, el gaming, así como otros fenómenos con lugar al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, logró generarse un conglomerado de laudos epistémicos, que le elevan como desafío y alternativa resolutoria en época de cambios. **Conclusiones:** En los últimos meses con el impacto ejercido por la pandemia del coronavirus, las TIC's se erigieron como herramientas necesarias, más allá del ocio productivo, la recreación o el divertimento, en la complejidad itinerante que permea a la sociedad contemporánea.

Palabras clave: Gaming, TIC, Nonogamo, Videojuegos, Gamer.

Abstract

Objective: The purpose of the article is to exalt the necessary quality of Gaming, as a socio-evolutionary process, in the face of the scenarios that occur in the new world order, after the events through which humanity transits due to COVID-19. **Materials and methods:** The present investigation was oriented to the theoretical and reflective deepening of the referred phenomenon, before the new social reality: relative, controlled, as the only possibility to continue existing. It is a documentary article, with bibliographic design and bibliographic method, where the applied technique was documentation. **Results and discussion:** After analyzing the contents related to the contemporary context, gaming, as well as other phenomena with the use of information and communication technologies, managed to generate a conglomerate of epistemic awards, which raise it as a challenge and alternative solution in times of change. **Conclusions:** In recent months, with the impact exerted by the coronavirus pandemic, ICTs have emerged as necessary tools, beyond productive leisure, recreation or entertainment, in the itinerant complexity that permeates contemporary society.

Keywords: Gaming, TIC, Nonogamo, Videogames, Gamer.

Josué Nelson Vera Rodríguez

Participante y candidato a grado en el Programa Doctoral de Psicología Industrial-Organizacional de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico – Recinto de Ponce/ Maestría en Redacción para los Medios de la Universidad del Sagrado Corazón - San Turse – Puerto Rico/ Maestría en Salud Pública General de la Universidad de Puerto Rico – Recinto de Ciencias Médicas - Río Piedras/ Bachillerato en Comunicación Pública de la Universidad de Puerto Rico – Recinto de Río Piedras/ Presidente Ejecutivo para Consultant and Partnership Alliance For Excellence, Inc./ Investigador Independiente. Enlace ORCID; <http://orcid.org/0000-0002-0721-5069>; Contacto: jverarodriguez@pucpr.edu

Cómo citar: Vera Rodríguez, J. N. (2020). *Gaming: Una Aproximación Crítica Desde La Narrativa Social Contemporánea Del Nuevo Orden Mundial*. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6649>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
29 de Abril de 2020
ACEPTADO:
11 de Julio de 2020



Introducción

Actualmente, la humanidad ha experimentado uno de los episodios más críticos que haya podido tener en cuenta en los últimos 200 años, el 2020 se convirtió en el periodo más complejo de todos los tiempos, y es que con la aparición del COVID-19 a finales del 2019, la sociedad contemporánea se vio obligada a transformar hábitos tan básicos, como el salir de casa, interactuar de forma física y próxima con sus congéneres e incluso, extremar en sus rutinas de cuidado, aseo e higiene diarios, el lavado de manos, junto al uso de mascarillas, se convirtieron en los nuevos hábitos sociales.

Ante lo descrito en el párrafo anterior, la sociedad encontró en las Tecnologías de la Información y Comunicación, a las que en adelante se hará referencia como TIC's, los nuevos instrumentos necesarios, o más que eso vitales, para el desarrollo de sus actividades diarias. Cuestiones como ir a clases, al supermercado, al trabajo, a la iglesia, resultó necesario, obligatorio, vital modificarlas, tanto en la forma en que se hacían, como en su naturaleza o estilo, para comenzar a hacerse a través de la pantalla: tabletas, ordenadores, teléfonos móviles o cualquier otro dispositivo con conexión a internet.

Así pues, atrás quedaron aquellos días donde el uso de la pantalla, era considerado por algunos actores de la sociedad contemporánea, como un hábito desfavorable, perjudicial, patológico. Durante décadas, psicólogos clínicos, educacionales, sobre todo los humanistas, apuntaban a limitar el aprovechamiento de las TIC's, sugiriendo en ello una suerte de deshumanización en los procesos, que "deberían" ser mucho más orgánicos. El escenario, más allá de ello, el contexto, cambió, la pandemia, la crisis humanitaria, sanitaria, y la posibilidad de contagio por coronavirus, se volvió inminente y quedarse en casa, se hizo la única forma reconocida por todos de evitar el riesgo a morir.

Por ello, llama la atención profundizar en aquellos fenómenos que son consecuencia al impacto de las TIC's en la sociedad contemporánea, tal es el caso del gamer, gaming, eSport, entre otros, que de conformidad con la secuencia de eventos tecnológicos recientes, encontraron su lugar en el estudio constante

de las ciencias humanas, sociales; con el interés de reconocerles, comprenderles y procurar favorecer el desarrollo de los procesos que diariamente emanan de la realidad perenne.

En ese sentido, este extenso refleja lo que desde la óptica de su autor, pudiera el mundo visualizar en fenómenos como los antes mencionados, destacando entre estos al gaming, como la figura que brinde mayores oportunidades, en el desarrollo de cualquier proceso que involucre la voluntad del hombre. Así pues, este se erige como elemento de interés efectivo y fundamental para el éxito profesional, laboral, social, administrativo, mercadotécnico e incluso económico. De allí, que valga la pena auscultarle, contextualizándole en un conglomerado de escenarios comunes, y así favorecer la concertación de cualquier propósito o aspiración.

Ahora bien, para lograr generar el apoyo a las ideas anteriores, resulta fundamental encontrar respuesta a ciertas preguntas: ¿De dónde emerge el gaming?, ¿De qué forma el gaming pudiera convertirse en un elemento provechoso y efectivo en escenarios de naturaleza múltiple?, ¿Por qué en época de emergencia sanitaria por COVID-19 se señala al gaming como herramienta estratégica a nivel laboral?, ¿De dónde surge la idea de promover las estrategias del videojuego en escenarios antípodas a este?, para poder dar respuesta suficiente a las formulaciones previas, conviene rescatar lo siguiente; Tumalie (2018), explica que: "El comportamiento del individuo es un conjunto de conceptos que abarca pensamientos y sentimientos que experimentan las personas acordes al entono en que se desenvuelven" (p. 20)

Igualmente, se infiere que el gaming como fenómeno vinculado al comportamiento humano, refiere un conglomerado de procesos donde quienes en él intervienen comparten: ideas, opiniones, gustos, preferencias, hábitos de consumo, necesidades, intereses y aspiraciones de diversa índole. Así pues, resulta necesario comprender, reconocer que como canon comportamental, el gaming reviste otros procesos: gamer, gamificación, recreación, ocio productivo, socialización del conocimiento, esparcimiento, comunicación efectiva, inteligencia social, motivación laboral, comunicación organizacional y comunicación social, entre otros.

Por ello, se considera a este como un elemento de interés para el estudio transdisciplinario, persiguiendo vincularle con otros procesos sociales y humanos de contenido diverso: tal es el caso de los procesos laborales, educacionales, culturales, deportivos, políticos, entre otros. Ahora bien, ¿Por qué tanto interés en el gaming, si cualquiera que tenga un ordenador con conexión a internet, puede hacer uso de las diferentes plataformas sin necesidad de ser gamer?

Con referencia a lo descrito en párrafos anteriores, sucede que el gaming, reviste cierto o gran interés, porque en su desarrollo se generan diferentes habilidades por parte de los gamers, que no son usuales en los usuarios de la internet en general, estas se relacionan con la destreza visual, alta comprensión lógico-numérica, inteligencia espacial, inteligencia interpersonal, así como otras que surgen desde el perfil psicológico de cada jugador. Ante tantas prerrogativas, se visualiza, desde una óptica futura, aprovechar al gaming como herramienta estratégica evolutiva en el bien hacer de los diferentes procesos sociales, laborales, culturales habituales.

Así pues, entre los propósitos de este manuscrito se cuenta, lograr visibilizar, reconocer en el gaming, la alternativa evolutiva de gestión a procesos de diversa índole, a los que la sociedad haga frente en un cambio de época, como el que por los momentos transita, donde casi todo debe hacerse a través de la pantalla, con el uso de las plataformas digitales y apoyo en el internet, bajo la égida en la que si todos los interesados en superar el escenario contemporáneo, donde el SARS-CoV-2 obligó a la humanidad al confinamiento, procuren adoptar hábitos propios del gaming, sus actividades diarias ante la pantalla, se harían de forma más provechosa, efectiva, promoviendo así el estudio del gaming, gamer, videojuegos en las ciencias humanas, sociales, y por qué no, administrativas.

En opinión de Escamilla y Moril (2017), sucede que: "Son muchos los videojuegos, especialmente de estrategia, que cuentan con conceptos, procedimientos y actitudes presentes en el currículo académico de las Ciencias Sociales" (p. 01). Para De Sanctis, Distéfano y Mongelo (2017), resulta que: "En la era de los

medios electrónicos, la presencia social, cultural y económica de los videojuegos es abrumadora" (p. 01).

Por su parte Gómez y García (2018), refieren que: "La gamificación o ludificación, es la inclusión de elementos de juego en contextos ajenos a los tradicionalmente relacionados con el ocio y el entretenimiento" (p. 125).

Así entonces, resulta cardinal adoptar al gaming como herramienta estratégica en época de confinamiento social forzado, pues con el auge de las redes sociales, el uso de plataformas digitales, el progreso de la web semántica, y el dominio que desde hace varios años ocupan tanto el internet, como los diversos dispositivos electrónicos, se ejercería con efectividad acciones fundamentales para satisfacer las necesidades más elementales: comprar comida, fármacos, ropa, calzado, hasta consultas médicas online, así como aquellas vinculadas al deseo, la aspiración, el ocio productivo, recreación, esparcimiento, divertimento, entre otros.

Por ello, en la contemporaneidad al analizar los diferentes escenarios sociales, económicos, académicos, laborales, recreativos, políticos, entre otros, ha quedado claro que con el aprovechamiento integral, inteligente y efectivo de las TIC's, ha podido cumplirse con un conglomerado de acciones, actuaciones, que por razones de bioseguridad, en los tiempos que corren, no resulta conveniente desde cualquier enfoque hacerlo más que a través de las pantallas. Siendo así, en época de pandemia, es necesario voltear al fenómeno gaming y todo lo que tiene que ver con el, pues con este se pudieran generar espacios de mayor oportunidad a favor de los procesos humanos en un sentido universal.

Al mismo tiempo, cabe señalar el tema de las cuarentenas o confinamientos masivos que por razones de seguridad y Estado, fueron adoptadas como principales medidas de previsión y contingencia, por las diferentes formas de Gobierno de más de 100 países, entre los que según RTVE (2020), se cuentan: Estados Unidos, con más de 4,7 millones de contagios, superando los 156.000 fallecimientos, seguido de Brasil, que sobrepasa los 2,7 millones de casos positivos y más de 94.000 muertos, India, con



1,8 millones de infectados y casi 39.000 decesos, Rusia, con más de 859.000 infectados, superando los 14.000 muertos; Sudáfrica, con más de 521.000 casos; Colombia, por encima de los 327.000; e Irán, que rebasa los 314.000 contagios.

Entre tanto, los indicados en el párrafo anterior así como otros han adoptado las cuarentenas y el confinamiento como medida de seguridad básica, para cortar o intentar interrumpir con la cadena de contagio por COVID-19, visibilizaron la gran necesidad que tienen diariamente las personas por comunicarse entre congéneres, hacerse presentes de alguna forma en la vida de otros, retrotrayendo la idea en la que el ser humano se reconoce como un ser social, lo cual sólo ha podido lograr a través de las pantallas; ante esto, autores como Tumalie (2018), exponen que:

Las subculturas comparten sistemas de valores como forma de entender a la sociedad el cual permiten integrarse por diversos motivos como la edad, la etnia, gustos entre otros, el cual esto permite a los jugadores integrarse a través de los gaming a una subcultura del juego como educación para su desarrollo. (p. 24)

Lo anterior, persigue vincular al gaming con el desarrollo de casi cualquier proceso habitual, que pueda ser completado a través de la pantalla, más aún comprende una forma de subcultura en la que quienes participan, se sientan mucho más compenetrados con los grupos sociales a los que decidieron pertenecer. Tumalie (2018), plantea que: "Los grupos de referencias en los individuos son una unión de personas compuestas por amistades, compañeros entre otros el cual generan fuertes sentimientos de pertenencia al grupo específico de manera directa o indirecta sobre las actitudes" (p. 20).

Finalmente, el gaming se erige como fenómeno estratégico en la consecución de los procesos fundamentales para el ser humano en época de pandemia, donde el confinamiento, distanciamiento social, la utilización de mascarillas, se convirtieron en las acciones necesarias para lograr sobrevivir, así también, el uso de la pantalla como medio de comunicación directa, masiva, exponencial. En ese sentido, el gaming reviste las acciones fundamentales

que potencializarían cualquier proceso que involucre a las TIC's. De allí, que surjan investigaciones como esta, donde se aspira entre otras tantas cuestiones, profundizar en tales fenómenos, formas de comportamiento social, desde la óptica humanista y no detractora, ni anacrónica con la que suelen ser abordado.

Materiales y métodos

Diseño

El presente artículo, comprende un estado del arte, donde se muestran los hallazgos logrados tras la auscultación de un conglomerado de contenidos, abordados con el desarrollo de una investigación documental, apoyada en el enfoque crítico, hermenéutico y dialéctico, donde se da cuenta del comportamiento humano durante los últimos eventos sociales que de forma convulsa, vertiginosa e inesperada transformaron la rutina, la normalidad y la realidad.

Sin embargo, es importante destacar y aclarar, que este constructo epistémico se cierce sobre aquello que, generado desde su epoché, el autor consideró válido como estado del arte, sobre el impacto que el gaming pudiera generar en lo que la humanidad contemporánea califica como "nueva normalidad". Ante lo cual autores como Niño (2011), afirman:

La investigación científica propiamente es un proceso que busca la producción y comprobación del conocimiento nuevo: es decir, que nadie lo ha producido aún en su forma o contenido; en cualquiera de los campos de la ciencia, mediante la aplicación de unas etapas, pasos, técnicas e instrumentos acordes con el método científico aplicado (...) El motor de la investigación se alimenta de la duda y la curiosidad. En el campo de la ciencia, y aún en otros contextos, dudar es lo más sano y es lo que obliga al progreso. La duda despierta y mueve intelectualmente al investigador, hasta el punto de llevarlo a plantearse interrogantes, muchos de los cuales han inquietado a través de la historia, a los grandes hombres destacados en alguna área del saber. Y no se extraña el investigador que al tratar de encontrar respuesta a sus preguntas, le surjan más dudas, que bien llevadas, le obligan a avanzar. (p 25)

De acuerdo con lo anterior, este escrito refleja los hallazgos de una investigación documental, donde se aprovechó al método bibliográfico, en la intervención de los documentos seleccionados para el enriquecimiento literario, bibliográfico del extenso. Por su parte Gómez, Galeano y Jaramillo (2015), explican: “El estado del arte busca recuperar para trascender reflexivamente. Su interés primario es lograr la comprensión, para ello se apoya en sus fases iniciales en inventarios y análisis bibliométricos” (p 428). Igualmente, Jiménez (2004), expresa: “Dentro del proceso metodológico, el estado del arte representa el primer insumo, y tal vez el más importante, para la iniciación de cualquier tipo de investigación” (p 35). Autores como Achury (2018), plantean que:

A través de un estado del arte es factible entender la dinámica y lógica que desarrollan otras investigaciones tanto a nivel teórico como metodológico. De igual forma, el estado del arte permite revisar diferentes fuentes documentales que, sin una técnica adecuada, puede resultar en un proceso confuso debido a la diversidad de métodos y resultados involucrados en una investigación de cualquier tipo. (p 46)

Documentos revisados

En la elaboración del presente artículo, el autor aprovechó una serie de archivos del naturaleza documental, escrita, científica y de tipo electrónico en su totalidad, los mismos fueron seleccionados desde la base de datos de diferentes plataformas digitales, ofrecidas por las distintas redes de intercambio del conocimiento científico, tales como: Redalyc, Pubindex, Scielo, entre otras... con las cuales se inició el proceso relativo a la recogida de información, que diera cuenta del fenómeno abordado, desde una óptica indubitada.

Al mismo tiempo, es importante y válido recalcar que el proceso heurístico que comprendiera dicha búsqueda, con el cual el autor logró hacerse del mayor contenido informativo, le permitió completar la data concreta, para la elaboración del extenso que se presenta mediante estas líneas... este será descrito en los párrafos siguientes. Igualmente, López, Hernández y Quintero (2018), refieren que:

La tendencia de los investigadores es publicar los resultados de las investigaciones a través de artículos científicos en revistas indexadas; ésta es una exigencia de la comunidad académica, aspecto favorecido por el apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), lo cual incide en la visibilidad de la producción del conocimiento. También es de resaltar el papel de las universidades para fomentar la investigación en los programas de maestría y doctorado dado que por su naturaleza desarrollan esta función. (p 129)

Instrumentos

En el franco desarrollo de la fase hermenéutica, el autor tomó la determinación de intervenir los archivos seleccionados para tal fin, con la aplicación de métodos/técnicas de naturaleza documental y bibliográfica, al completar tal proceso se logró generar un compendio documental exquisito, específico, suficiente, que desde cualquier enfoque permitió el bien hacer de su labor indagativa; reconocida como: estado del arte, en la cual en opinión de Gómez et al., (2015), sucede que: “En el estado del arte, se revisa la literatura, en ocasiones bastante extensa, pero no exponen balances o inventarios puesto que sus objetivos están enfocados en la hermenéutica, la reflexión, la crítica y finalmente la comprensión” (p 427).

Así pues, debe acotarse que la técnica de investigación documental, fue seleccionada para el desarrollo investigativo, pues la también conocida como “documentación” tiende a ser muy efectiva, en estudios documentales como este. Para Buitrago y Henríquez (2019), sucede que:

La técnica de investigación documental, es considerada como la más utilizada en el desarrollo de la investigación social, consiste en el aprovechamiento de un conjunto de diversas herramientas, estrategias y recursos que favorecen el proceso investigativo, a los fines de sistematizar/generar de forma indirecta un nuevo cuerpo escrito que de cuenta de la información recogida y conocimiento que surgiera con ocasión a esta. (p. 91)



Con referencia a ello, Lechuga, Leyva y Cazallo (2018), afirman: "En este tipo de técnica se utiliza como instrumento de investigación: las ideas, argumentos y proyectos que fueron interpretados desde una perspectiva analítica y crítica". Por su parte, Niño (2011), explica que: "La técnica de investigación documental aprovecha una gran variedad de fuentes: escritas, auditivas, videográficas, iconográficas, electrónicas, virtuales, cartográficas y de otro tipo" (p 93).

Por ello, en este manuscrito se hizo uso de la misma, teniendo en cuenta el tipo de investigación, el discurso reflejado en el extenso, algunos elementos de interés social, el fenómeno abordado y el contexto señalado. Entre tanto, Buitrago y Henríquez (2019), plantean que:

La técnica de documentación como también se le llama, suele ser de provecho en la auscultación de fenómenos contextualizados en alguna realidad vivida, partiendo del contenido que reposa en diversos tipos de documentos: escritos, públicos, privados, físicos, digitales, donde se exponen los hallazgos de investigaciones previas o paralelas. (p. 91)

Procedimientos

El presente artículo, requirió para su completación el cumplimiento de 2 fases: heurística y hermenéutica, la primera, comprendió la búsqueda y selección de diferentes fuentes bibliográficas, tales como: artículos científicos, ensayos, investigaciones científicas y académicas formales a nivel postgrado, doctorado, para lo cual resultó necesario indagar entre distintas plataformas digitales: Latindex, Redalyc, Pubindex, Scielo, Colciencias; para lograr hacerse con el bagaje documental indicado y necesario, fueron utilizadas como criterios de búsqueda, palabras como: gaming, gamer, TIC, COVID-19, SARS-CoV-2, teoría del caos, resiliencia, emprendimiento.

En opinión de Méndez (2017), lo descrito anteriormente se trata de: "El momento heurístico, el cual se caracteriza por la indagación y la búsqueda de la información" (p 134). En opinión de Barboza, Barboza y Rodríguez (2013), sucede que: "La fase heurística, permite visualizar las etapas y acciones

pertinentes con el desarrollo de la fase hermenéutica; erigiéndose como guía que se estructura a través de protocolos de búsqueda y revisión de fuentes de información" (p 92).

Ahora bien, para el desarrollo del momento hermenéutico: el autor se enfocó en la auscultación y profundización del análisis crítico y dialéctico de los contenidos seleccionados en el momento heurístico, para finalmente generar laudos epistémicos con apoyo a la reflexión. Méndez (2017), plantea:

El momento o fase hermenéutica que es donde pone los esfuerzos en aras de realizar de manera rigurosa y profunda la comprensión de cada de los estudios analizados, en el cual se empleó un diseño cualitativo con un acercamiento de investigación documental, permitiendo hacer el rastreo en los diferentes documentos sobre las categorías centrales, desde cuatro elementos clave: los objetivos, la metodología, los resultados y análisis y las conclusiones. (p 134)

Fundamentación Teórica

Gaming y gamificación

Ante las aseveraciones hechas en párrafos anteriores, surge la interrogante: ¿De qué forma la gamificación, el gaming, y los videojuegos pudieran favorecer los procesos humanos y sociales en el nuevo orden mundial? En ese sentido, valdría reconocer lo que en palabras de los expertos en la temática resulta ser la gamificación, Gómez y García (2018), refieren que: "Consiste en incorporar dinámicas o mecanismos de juego (puntos, rankings, insignias, reglas de juego, etc.) a procesos que de por sí no son muy "jugables" para reforzar o modificar un comportamiento" (p. 126).

Al mismo tiempo, Gómez y García (2018), explican que: "La gamificación, surge en el 2008 desde el mundo empresarial, extendiéndose especialmente en Estados Unidos a partir del 2010, consiste en la inclusión de elementos de juego en contextos ajenos a los tradicionalmente relacionados con el ocio y el entretenimiento" (p. 125). Desde su óptica, Escamilla y Moril (2017), plantean que:

Cada vez con más frecuencia surgen estudios y propuestas sobre las posibilidades didácticas de los videojuegos comerciales; no es baladí puntualizar que hablamos de títulos comerciales, que a diferencia de los de carácter educativo, tienen como finalidad entretener durante el tiempo de ocio, por lo que no se han diseñado incluyendo estrategias didácticas. (p. 01)

Por su parte, al hablar de gamificación Gómez y García (2018), refieren que: “Su propósito es transmitir un mensaje, unos contenidos o cambiar un comportamiento, a través de una experiencia lúdica que propicie la motivación, la implicación y la diversión” (p. 125). Tras sus labores indagativas, autores como Torres, Romero, Pérez y Björk. (2016), Explican: “El efecto transformador de los videojuegos en el contexto educativo se comprueba en la noción de la alfabetización digital, al ser empleado como herramienta pedagógica” (p. 45). Por ello, Uribe y Ortiz (2015), opinan que:

Es necesario visibilizar y dar a conocer cómo el uso de las tecnologías, particularmente los videojuegos y las variadas actividades que se puedan generar en torno a la afición por éstos, pueden formar parte del proceso del desarrollo personal y aportar en la configuración del autoconcepto de los individuos. (p. 10)

Entre tanto Cataluña (2017), explica que: “El sector del videojuego se impone como líder de la industria de ocio y entretenimiento en ventas y crecimiento” (p. 12). Según Venegas, y Proaño (2019), sucede que: “Las nuevas plataformas, canales, modelos, productos, han traído novedosas formas de interactuar (...) y además, ha cambiado consecuente y progresivamente la forma de comunicarse, a través de una nueva expresión de lenguaje, provocando cambios significativos en el idioma” (p. 306). Uribe y Ortiz (2015), opinan que:

El principal interés por investigar la percepción del autoconcepto en videojugadores/as, surge del poco conocimiento que se tiene de los aspectos no dañinos que se pueden vincular a las experiencias prolongadas y significativas durante la vida de una persona. En el caso de esta investigación, adolescentes y adultos/as jóvenes, relacionados/as con

el uso de los videojuegos y la afición a éstos. Es desde lo anterior y desde un punto de vista psicológico que parece importante conocer un tema emergente y que toma fuerza dentro de nuestra sociedad. (p. 11).

En opinión de Uribe y Ortiz (2015), pudiera plantearse: “¿Es posible relacionar los videojuegos con el proceso formativo del autoconcepto?, considerándolos más como un aporte al individuo y dejando de lado las implicancias negativas que suelen estar vinculadas al uso de ellos” (p. 10). De allí el interés por profundizar en esta temática y su relación con otros procesos que se desarrollan en la contemporaneidad con apoyo a las TIC’S. Para Fernández y Sebastián (2019), resulta que: “La presencia del internet facilita un mejor intercambio de información y promueve el uso de las nuevas tecnologías para realizar compras online, sustituyendo así los mercados tradicionales” (p. 03)

Ante lo planteado, para algunos expertos como Uribe y Ortiz (2015), sucede que: “Existe la necesidad de conocer las implicaciones que puede conllevar este pasatiempo, más allá de un nivel conductual o de desarrollo motriz en sus usuarios, tal como ya se ha planteado en otros estudios” (p. 10). Lo anterior, se vincula con el uso masivo de los dispositivos digitales y electrónicos, que facilitan la gamificación en procesos habituales tanto de gamers como de usuarios. Para Fernández y Sebastián (2019), resulta que: “La frecuencia de compra de los usuarios está aumentando, ya que cada vez más personas utilizan sus dispositivos móviles para realizar transacciones online, incluso cuando se encuentran fuera del hogar, bien por: comodidad, disponibilidad del producto o consecución de descuentos exclusivos” (p. 03).

Lo descrito anteriormente, expone la intervención que hasta entonces han alcanzado los dispositivos digitales en el desarrollo de la vida diaria común, lo que se ha incrementado con la aplicación de cuarentenas sociales y colectivas, así como el confinamiento en casa, todo lo cual ha favorecido el uso de las pantallas para el desarrollo del ser, como el hacer diario de gamers y usuarios, esto se ha traducido, en que no es necesario ser gamer para manifestar el interés por el uso frecuente, constante y continuado de los sistemas electrónicos y la web semántica



Para Fernández y Sebastián (2019), resulta que: “Año tras año, el comercio electrónico experimenta un crecimiento exponencial a nivel mundial, con la aparición de nuevas tecnologías de la información y al incremento gradual del número de personas con acceso a internet, tanto en países desarrollados como emergentes” (p. 03). Con el auge de las TIC’s en la contemporaneidad emergieron fenómenos que no existirían sin estas, tal es el caso de los eSports. En opinión de Chikish, Carreras y García (2019), sucede que:

La década de los noventa dio un fuerte empujón a los eSports. El desarrollo de los PC (ordenadores personales) y la evolución de Internet mediante la tecnología de red de área local (LAN) cambió el modelo inicial de competición humano-contra-máquina por otro de humano-contra-humano. (p. 294)

Por su parte, Escamilla y Moril (2017), plantean que: “Debemos también contemplar, no obstante, algunas características propias de la orientación del videojuego hacia el Entretenimiento” (p. 01). Según Guerrero, Guerrero y Muñoz (2017), sucede que: “En los últimos años el mundo cada vez se interesa más en esta nueva forma de enseñar con videojuegos y esto no es ajeno a las empresas desarrolladoras de software, ni a los grupos de investigación de las universidades” (p. 65). En opinión de Chikish, Carreras y García (2019), explican que:

La reciente evolución del sector de los eSports vislumbra una nueva era para la industria deportiva. Los eSports serán considerados como un deporte más, con relaciones complementarias con el deporte tradicional, lo que abre enormes oportunidades para todos los stakeholders de la industria. Al mismo tiempo, el análisis centrado en los eSports puede contribuir a profundizar en aspectos relevantes, no solo de la economía del deporte, sino de la economía en general. (p. 312)

Continúan Escamilla y Moril (2017), explicando que: “Es más frecuente encontrar entre los videojugadores hábitos de ocio más saludables que entre quienes se decantan por otras opciones, observándose una reducción en el consumo de alcohol y drogas al ser el juego una experiencia satisfactoria por sí misma” (p. 01). Por ello, se invierte tanta atención en estos fenómenos que surgieron con ocasión al uso y disfrute

con videojuegos, pues dieron un vuelco total a las rutinas diarias de muchos jóvenes y no tan jóvenes, que incluso le consideran como forma de ingreso, al dedicarse a ello en una escala profesional: eSports

Entre tanto, Bastias, Avendaño, Cañadas y Guevara (2017), refieren que: “Actualmente, los videojuegos son fácilmente alcanzables por los niños, jóvenes y adultos jóvenes, tanto en sus computadoras personales como en sus celulares, lo que genera una accesibilidad y posibilidades de aplicación a gran escala de posibles intervenciones educativas” (p. 10). Según las investigaciones desarrolladas por los expertos, Torres, Romero, Pérez, y Björk (2016), sucede que:

La brevedad del desarrollo teórico sobre la vinculación con la lectura, la simplificación de las tipologías metodológicas, la falta de estudios relacionados con la educación infantil y la omisión de la integración de las actividades lúdicas en el programa curricular, abre un espacio de análisis para futuras investigaciones. (p. 45)

Por otro lado, autores como Escamilla y Moril (2017), explican que: “De igual modo, los diferentes retos que plantea el videojuego estimulan las capacidades cognitivas, ayudando a alcanzar mayores cotas de éxito escolar” (p. 07). Por su parte Guerrero, Guerrero y Muñoz (2017), refieren que: “Tanto las empresas que desarrollan software y los investigadores de las universidades, tienen la necesidad de brindar al mercado aplicaciones innovadoras y qué mejor que hacerlo a través de aplicaciones que ofrecen beneficios de aprendizaje mediante la diversión” (p. 65). Según las investigaciones desarrolladas por los expertos, Torres, Romero, Pérez, y Björk (2016), plantean:

Las conferencias indizadas en bases de datos internacionales siguen aún superando las publicaciones en revistas científicas. Este fenómeno se produce como consecuencia a la idealización de los juegos en disciplinas como la informática, cuyo desarrollo imperante se da en este tipo de foros. La tendencia general demuestra que en los próximos años exista una proporción equiparable entre ambas. (p. 45)

Ahora bien, tras su investigación, con el aprovechamiento del videojuego comercial “Trópico 4”, expertos como Escamilla y Moril (2017), quienes en el V Congreso Internacional de Videojuegos y Educación celebrado en 2017, (CIVE'17); ofrecieron a la comunidad científica hallazgos de gran interés para las ciencias sociales y humanas, en especial para la educación, pues en sus conclusiones dejaron claro que las dinámicas educacionales, donde se hace uso de estos como herramientas efectivas y favorecedoras en los procesos cognitivos, pueden alcanzarse beneficios de gran alcance, lo cual explican de esta forma:

Como hemos podido analizar, Trópico 4 ofrece al docente múltiples posibilidades didácticas para aquellos contenidos, procedimientos y actitudes correspondientes al currículo de Geografía de 3º de ESO. Desde la simulación, y de forma lúdica, nos permite trabajarlos y analizarlos en el aula, como si de un laboratorio se tratase, lo que invita a una mayor motivación e implicación del alumnado. Gracias a ello, permite establecer conexiones entre contenidos específicos de la Geografía y otros relacionados (Historia, por ejemplo), a través de las interrelaciones existentes en el contexto más amplio que ofrece la experiencia de juego. De igual modo, invita a la reflexión y obtención de conclusiones desde la identificación y resolución de problemas, potenciando con ello metodologías activas de investigación-acción y estableciendo redes conceptuales útiles. Además, contribuye a la formación de ciudadanos/as conscientes de la necesidad de valorar y respetar el medio ambiente desde su elevada complejidad, promoviendo con ello cambios actitudinales. Se trata, pues, de un instrumento educativo eficaz que permite comprender la Geografía como una materia explicativa, no sólo descriptiva. (p. 06)

Resultados y discusión

Ante los planteamientos formulados por este manuscrito, se atiende al gaming como el principio de todo fenómeno vinculado al uso de las TIC'S, lo cual se relaciona con otras figuras, reflejo del comportamiento humano contemporáneo, bajo la influencia de las

transformaciones sociales, culturales, tecnológicas, económicas que arribaron con el evento histórico de la pandemia por SARS-CoV-2: la nueva normalidad, donde cuestiones como cuarentenas que se endurecen y flexibilizan según los eventos del momento, confinamiento y distanciamiento social, cese de operaciones industriales por tiempo indefinido, entre otras cuestiones, deben ser atendidas como lo habitual.

Del mismo modo, se considera de gran relevancia para las distintas ramas de la psicología: Psicología Clínica, Psicología Educativa, Psicología Social, e incluso la Psicología Industrial Organizacional, el desarrollo de contenidos referidos al comportamiento especial que distingue al gamer, y que fuera reconocido, auscultado, y profundizado en su estudio como un fenómeno de interés transdisciplinario, del cual brotan otros tantos procesos humanos y sociales complejos, bien como eje dinamizador o como elemento potenciador de estos; tal es el caso del gaming.

Al mismo tiempo, el comportamiento referido como gamer, configura un arquetipo específico que como tal, debe ser adicionado a otros ya reconocidos por las ciencias sociales y humanas, así como administrativas: Millennials, Centennials, Otakus, entre otros. En ese sentido, es necesario exponer algunos de los elementos esenciales o mejor dicho, fundamentales, que configuran al patrón comportamental entendido como gamer.

Así pues, más allá de los que la psicología social, psicología educativa, e incluso psicología clínica, han tenido por aportar con relación a la temática. En su cruzada profesional por elevar al gamer, como un arquetipo de interés transdisciplinario, el investigador se avocó por exponer contenidos que permitan su profundización analítica, en espacios donde interviene la psicología industrial organizacional, e incluso reconocer en estas variaciones como lo es el nonogamo, patrón de comportamiento especial que en la teoría propuesta por el autor se vincula al gamer.

Ahora bien, esta propuesta epistémica aspira describir al gamer, a los fines de concretar y encumbrar



su desmitificación, diluyendo los estigmas que le han permeado durante mucho tiempo. De conformidad con lo anterior, vale rescatar que en los últimos años se ha procurado lograr un cambio en aras a la humanización en el reconocimiento de la diversidad, recordando que en esta última década, la sociedad ha preferido elegir la diferenciación dejando atrás la estandarización.

Así entonces, generar un cambio de época es parte de la evolución social, donde se reconozcan, amparen y defiendan incluso en el ámbito judicial el derecho de los hombres y mujeres por ser diferentes en sí mismos. Por ello, un orden nuevo, donde ser homosexual, ser una líder, hombres transgénero o intersexual, ser discapacitado, pertenecer a etnias latinas o afrodescendientes, entre otras tantas cuestiones... está bien y no se espere ser agredido por ello.

En ese sentido, se persigue exponer al gamer, no como la persona con hábitos de juego obsesivo, compulsivo, donde se practica con videojuegos de forma constante o espontánea, con el fin máximo de recrearse, entretenerse, divertirse, sin más ni más; lo cual ha sido criticado, espiado, juzgado, analizado, reprochado incluso por la sociedad "productiva" en los últimos años.

Por ello, para el investigador supone este estudio una propuesta provechosa... que en el nuevo orden encuentra lugar, donde se concibe al nonogamo como la persona con mayor capacidad de concentración en las nuevas formas de comportamiento humano especial y con lugar en la contemporaneidad: Millennials, Gamer, Otakus, Centennials entre otros fenómenos que emergieron con el auge de las TIC's, la web semántica, los videojuegos y el internet propiamente dicho.

Así pues, puede afirmarse que el nonogamo, se muestra como una persona con una capacidad de adaptación superior a lo habitualmente observado, con relación a los escenarios propios del nuevo orden mundial, cuyo sentido de humanidad orienta sus formas de actuación, configurando así en su patrón de comportamiento natural, una figura arquetípica definida y distinta a la del gamer, pues este

último se reconoce a sí mismo como amante, fanático, asiduo al uso y disfrute con videojuegos, en cambio el nonogamo, aunque comparte con el gamer habilidades, cualidades, destrezas de un mismo origen, no se reconoce como tal, es importante aclarar que no debe ser confundido con el usuario, quien nunca ha jugado con videojuegos y tampoco muestra interés en hacerlo.

Así mismo, al igual que el gamer, el nonogamo en sí mismo congrega habilidades, cualidades y destrezas obtenidas o potencializadas con el uso de videojuegos; entre las que se cuentan: inteligencia social, espacial, interpersonal, interpersonal, lógico-numérica, liderazgo, resiliencia, entre otras a saber. Resulta interesante que muchos nonogamos que cuenten con estas cualidades, usualmente las desconocen, aunque ello no les limite su aprovechamiento de un modo subconsciente. Todo lo cual favorece actitudes orientadas al servicio, el apoyo y asistencia a otros, sin que sean percibidos como personas obsesivas, demandantes o acosadoras, menos aún arrogantes o con complejos de superioridad.

De acuerdo a lo antes expuesto, es válido rescatar que los nonogamos, tienden a demostrar actitudes con carácter y tenacidad, lo cual implica que mucho de todo cuanto logran, es reflejo de su espíritu luchador y resiliente, pero también decididos, por lo que se entiende suelen lograr aquello que se proponen: tal como ocurre cuando insisten tanto en terminar cada una de las etapas de un videojuego.

Así pues, ante lo descrito en los últimos párrafos, puede plantearse que tales cualidades, pueden ser de provecho para potencializar diferentes procesos con lugar en las organizaciones contemporáneas en Puerto Rico, pues más allá de lo evidente: ¿Qué es lo evidente?, pues que los gamers y nonogamos son personas habilidosas con el uso de herramientas tecnológicas y dispositivos digitales.

Sin embargo, aunque ya haya sido reconocido con la narrativa social contemporánea, recogida en el presente artículo, que los gamers y nonogamos son personas que cuentan con habilidades y cualidades especiales, que les permiten aprovechar de forma exponencial los recursos informáticos; igualmente,

es válido expresar que no se trata solo de individuos con destrezas digitales, sino de personas con un bagaje experiencial, cultural y social edificante, con ajuste más que flexible... maleable, a la transición constante.

En tal sentido, el investigador procurando estatificar su propia narrativa, conviene en expresar con una gramática ligera que de cuenta de estos contenidos... Así entonces lo que antes fuera identificado, agrupado y reconocido totalitariamente como gamer, desde la visión del autor de este extenso, debe ser especificado, descrito y distinguido como el nonogamo, un individuo que cuenta con las cualidades, habilidades y destrezas propias de un videojugador, pero que no es consciente de ello; más sin embargo, logra aprovechar sus múltiples formas de inteligencia, hacia la potencialización de los procesos que integre como actor, al no conformarse con ser un simple espectador.

Definición del nonogamo

Ante los hallazgos logrados por la investigación original, de la cual se desprende este escrito, se entiende como nonogamo a aquella persona que sin ser consciente de ello, darse cuenta de forma expresa o incluso ufanarse en el ejercicio de su personalidad, cuenta con un conglomerado de características, habilidades, cualidades, destrezas adquiridas y/o desarrolladas, potencializadas, socializadas con la práctica de videojuegos.

De conformidad con lo expuesto, quienes son reconocidos como gamers, suelen ser personas profundamente analíticas en su sentido máximo, por otro lado los usuarios logran desarrollar procesos de análisis superfluos o determinados según su interés sobre una cosa, persona o escenario, en cambio los nonogamos tienden a desplegar cuadros de análisis de cobertura máxima.

Al mismo tiempo, el nonogamo se muestra con un carácter jovial, lo cual les permite avizorar con humor, entusiasmo cualquier escenario que deban encarar, o todo aquel en el que por decisión o por inercia se vean integrados, esto favorece sus acciones en la resolución de conflictos, diatribas o cualquier eventualidad en la que deban intervenir de forma activa y diligente.

Igualmente, los nonogamos suelen ser individuos con intereses múltiples, es decir, manifiestan entusiasmo por entender, comprender, participar en diferentes procesos a la vez, siempre que cuenten con la capacidad suficiente con la que su participación, represente un adelanto en los procesos, ya que se caracterizan por una incipiente atracción por cumplir retos y superar escenarios complejos, promover el desarrollo del conocimiento, su generación y socialización. Sin embargo, no suelen manifestar interés por su monetización, es decir, los nonogamos creen en el intercambio cognoscitivo, más allá de su comercialización.

Cualidades del nonogamo

Así entonces, los nonogamos, tienden a manifestar cualidades orientadas al hombre nuevo, lo cual se ajusta al orden mundial en ciernes, donde los individuos con mayores oportunidades de adaptación y éxito, son aquellos que cuenten con la capacidad de aprovechar los acontecimientos con inteligencia tecnológica y alfabetización digital, según surjan las oportunidades. Por ello, es importante mencionar tales o cuales son los elementos que se cuentan entre los típicos de los nonogamos, quienes manifiestan un espíritu que socialmente trasciende.

Al mismo tiempo, los nonogamos, exhiben cualidades orientadas a la comprensión del otro, lo cual genera en sí mismos cierto carácter empático e incluso de inteligencia interpersonal, esto facilita el desarrollo de procesos humanos esencialmente: socialización, comunicación, negociación, motivación, liderazgo, emprendimiento, mercadeo, altruismo, filantropía, entre otros. Los nonogamos, no muestran predilección definida por la manera en la que les interese desarrollar diferentes procesos sociales, comunitarios o humanos, esto refiere que saben aprovechar el tiempo y la oportunidad al momento de ejercer o ejecutar acciones o actuaciones bien sea de forma individual o en equipo.

Así pues, por lo general los nonogamos, tienden a manifestar habilidades del tipo social, lógico-operativas, y de orden espacial, por cuanto les es fácil no solo intervenir en procesos donde se haga necesario el desarrollo de operaciones lógico-matemáticas. Al mismo tiempo, reconocen con gran alcance las



dimensiones, volumen e incluso peso de diferentes formas y objetos, lo cual le permite aprovechar los espacios y utilizar de forma inteligente su entorno, apropiándose de los escenarios con facilidad; del mismo modo suelen intervenir en diferentes procesos sociales tales como: educación, música, cultura, deporte.

Destrezas del nonogamo

Así entonces, por lo general, el gamer manifiesta destrezas visuales y de motricidad fina, aunque pudieran exponer otras tantas. Lo mismo ocurre con el nonogamo, quien en cualquier escenario demuestra una serie de capacidades que relacionadas con el uso de las tecnologías duras y blandas, tiende a manejar de manera muy eficaz efectiva cualquier eventualidad, sobrevenida, abrupta e incluso insospechada.

Igualmente, estas destrezas pudieran variar según el origen social, cultural, geográfico incluso el ritmo de vida del nonogamo, pues incluso sus hábitos de alimentación, nivel de aprendizaje, alcance cultural, nivel académico, grado de instrucción e incluso hábitos de higiene, práctica del deporte o alguna disciplina atlética lograrían influir en la determinación de tales o cuales son las destrezas con que cuenta.

Entre tanto, vale destacar que al hablar del nonogamo como arquetipo vinculado al fenómeno gamer, se trata de un videojugador que no es consciente de las cualidades, habilidades y destrezas que ha adquirido con el uso del videojuego, o que de hecho siendo innatas en él, han sido potencializadas con la práctica del gaming, e incluso más allá de ello, tienden a negar su presencia como elemento entológico de su personalidad, pues no aspiran ser identificados como gamers, ante lo cual se aprecia en tal comportamiento una suerte carácter volitivo dentro del patrón descrito en este manuscrito.

Por ello, es importante profundizar en este tipo de comportamiento, donde el nonogamo de cuenta de un patrón comportamental mucho más selectivo al momento de intervenir en escenarios donde su participación resulta destacada: laboral, cultural, operativo, social, educacional, sobre todo en aque-

oportunidades donde las acciones o actuaciones estén orientadas a las relaciones entre personas, de allí que en opinión del investigador se trata de un fenómeno que debe en principio, ser auscultado por las ciencias humanas, sociales: psicología, sociología, educación, comunicación, y por qué no, antropología.

Ahora bien, esta serie de elementos entológicos específicos, propios del comportamiento del nonogamo, de forma consciente o inconsciente son negados por este, ante la realidad por la que transita, sobre todo, tras décadas durante las cuales el gamer ha sido estereotipado por los usuarios, y no siempre de un modo favorable. Así pues, resulta interesante encontrar respuestas a las diferentes interrogantes que surgen entorno al mismo, aunado al hecho que algunos estudiosos del pensamiento humano le hayan elevado al orden paradigmático.

Igualmente, en la profundización de su estudio, análisis, y comprensión... no sólo se dará cuenta a las respuestas necesarias, también se generaría un espacio para que surjan nuevas investigaciones relacionadas a su entendimiento y en ello, lograr estratificar dicho patrón de comportamiento de forma mucho más especial, disciplinaria, interdisciplinaria y transdisciplinaria. Siendo posible incluso, ofrecer alternativas de abordaje epistemológico como es el caso de este manuscrito, donde se da cuenta del nonogamo como arquetipo que desde lo científico desmitifiquen la figura del gamer.

Conclusiones

Es importante resaltar que el nonogamo, es la configuración de un arquetipo humano, lo cual implica que su intervención e impacto apunta esencialmente a todo escenario que comprenda el contexto social, es decir: político, económico, educacional cultural, laboral, científico, deportivo e incluso histórico, pues según donde participe, pudieran apreciarse el conjunto de acciones o actuaciones que de algún modo representen el cambio o la transformación de esquemas del nuevo orden mundial.

Ahora bien, ante lo descrito en párrafos anteriores, puede entenderse de forma lógica que este tipo de fenómenos, se ajusta con mayor flexibilidad a cualquier escenario, sobrevenido o no, lo cual permite generar ideas mucho más posibles de realizar y todo ello, tiene mucho que ver con la proyección de un contexto futurible, donde el uso de las herramientas tecnológicas no solamente se haga necesario, sino también fundamental. Con la experiencia que la humanidad ha tenido como consecuencia de la pandemia por coronavirus, se hizo evidente que casi cualquier cosa puede hacerse tras la pantalla de algún ordenador, teléfono móvil, tableta, o algún otro dispositivo conectado a internet.

Por ello, al analizar lo ocurrido es fácil entender cuán necesario es contar con cualidades, habilidades y destrezas que potencialicen el uso de las TIC's, más aún en una nueva realidad relativa, en donde la humanidad ya no pueda permitirse salir de casa e interactuar de forma directa y personal con sus congéneres. Transitar por una cotidianidad absolutamente distinta a la que se había conocido hasta entonces, en la que de pronto por razones de Estado, se prohíba de forma judicial salir de casa, ante el riesgo de fallecer por coronavirus o cualquier otra patología infectocontagiosa.

Así entonces, resulta necesario profundizar en el estudio y aplicabilidad múltiple del gaming en los procesos sociales de ahora en más, ante la amenaza que proyecta el surgimiento de nuevas enfermedades virales e infecciosas mucho más agresivas y letales que el COVID-19, entre otros escenarios catastróficos para la dinámica socioeconómica deseada, para los

que se pronostican cuarentenas de más de 3 años continuos, en donde las mismas sean flexibilizadas o endurecidas según el comportamiento social, así como la respuesta del virus ante tales medidas, cuestión que por lo pronto se considera competencia exclusiva y excluyente de los Gobiernos como representación de cada país.

Así pues, al advertir, que en el año 2020 la humanidad demostró, que aún contando con las herramientas fundamentales para poder hacer frente a casi cualquier catástrofe mundial, no fue suficiente como para controlar y superar de forma absoluta la pandemia por coronavirus, pues hasta el momento en que fuera redactado este escrito se contaron cifras alarmantes de infectados. Según RTVE (2020), más de 18,3 millones de casos positivos y más de 696.000 decesos, en apenas 8 meses, entre diciembre del 2019 a Julio del 2020, bajo la amenaza de experimentar nuevos rebrotes y la multiplicación de los casos anteriores reseñados, resulta necesario entender, comprender, y visualizar que en algún momento el salir de casa sería la diferencia entre morir o no.

Igualmente, atender que el uso de la tecnología lejos de deshumanizar a la humanidad, demostró que podía salvarla, se volvió la nueva realidad... atrás quedaron estas teorías en las que la globalización se erigió como el paradigma del siglo XXI, pues esta no tendría forma de prosperar en un mundo donde las fronteras terrestres fueron cerradas, los vuelos comerciales cancelados y los pasos marítimos altamente regulados, en el que algunos países hicieron valer casi cualquier subrepticio jurídico para sobrevivir: aprovechando su imperio como Estado sobre zonas económicas exclusivas, y así hacerse con insumos médicos y clínicos, esto por mencionar un ejemplo simple.

Finalmente, el autor entiende que los planteamientos descritos en el presente extenso, no constituyen un tratado concreto sobre el comportamiento humano y social ante la pandemia por coronavirus, más allá de ello, persigue generar con su narrativa, bases epistémicas suficientes, con las que brindar apoyo a otras investigaciones que aspiren profundizar en fenómenos como: gamer, TIC's, gaming, entre otros ... para lograr comprender la nueva realidad relativa y hacer una mejor vida en el nuevo orden mundial.



Referencias

- Achury, A. (2018). Estado del arte de las investigaciones en el énfasis de gestión educativa y evaluación. (Tesis de Postgrado publicada), Universidad Externado. Colombia.
- Barboza, J., Barboza, J. y Rodríguez, M. (2013). Revisión y análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas. *Bibliotecológica*, 27(61), 83-105.
- Bastias, F., Avendaño, P., Cañadas, B. y Guevara, H. (2017). El juego hoy: disciplinas, temas y problemas, *Revista Ludicamente*, 6(12), 1-15.
- Buitrago, R. y Henríquez, C. (2019). Humor y Optimismo al Interior de las Organizaciones Públicas Venezolanas hacia una Gerencia de Bienestar. *Latitude*, (12), 82-104. Recuperado a partir de <https://revistas.qlu.ac.pa/index.php/latitude/article/view/50>
- Cataluña, J. (2017). Plan de negocio para la creación de un establecimiento de ocio en Valencia. Trabajo de fin de grado (publicado). Universidad Politécnica de Valencia. España.
- Chikish, Y., Carreras, M. y García, J. (2019). eSports: ¿Una nueva era para el sector del deporte, y un nuevo impulso a la investigación sobre economía del deporte? *Revista Papeles de Economía Española, Deporte y economía*, (159), 294 – 313?
- De Sanctis, F., Distéfano M. y Mongelo, M. (2017). Aspectos positivos y negativos en la psicología de los videojuegos. [en línea] *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 63(2), 115-131. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/greenstones-obr-bin/librery.cgi?a=d&c=investigacion&d=efectos-positivos-negativos-psicologia> [Fecha de consulta: 24 de Junio de 2020]
- Escamilla, J. y Moril, R. (2017). El aprendizaje de la Geografía a través de la gamificación: Trópico 4. Una propuesta de tarea de evaluación final mediante el uso del videojuego en Educación Secundaria. Ponencia presentada en el V Congreso Internacional de Videojuegos y Educación (CIVE'17). España.
- Fernández, P. y Sebastián, M. (2019). Fusión de gaming y e-commerce para la creación de un nuevo modelo de negocio exitoso: Mystery box. Trabajo de fin de grado (publicado). Universidad Pompeu Fabra. España.
- Guerrero, A. Guerrero, A. y Muñoz, E. (2017). Nuevas tendencias en educación, juegos serios con tecnología móvil en Windows 10 Mobile. *Revista de Docencia e Investigación*, 7(1) 61 – 72, DOI: <http://dx.doi.org/10.15332/erdi.v7i1.1778>
- Gómez-Díaz, Raquel; García-Rodríguez, Araceli (2018). Bibliotecas, juegos y gamificación: una tendencia de presente con mucho futuro. *Anuario ThinkEPI*, 12, 125-135. DOI: <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.13>
- Gómez, M., Galeano, C. y Jaramillo, D. (2015). El estado del arte: una metodología de investigación. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 423-442.
- Jiménez, A (2004). El estado del arte en la investigación en las ciencias sociales. El estado del arte en la investigación en las ciencias sociales. UPN, Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá.
- Lechuga, J., Leyva, O. y Cazallo, A. (2018). Liderazgo y desarrollo humano sostenible. En J. Lechuga, O., Leyva, A., Cazallo, U., Paz, A. Paz, N., Campo, . . . G. Hennessey, R. Prieto, J., García, e Y., Rincón. (Comp.), *Liderazgo: tendencias emergentes para inspirar la gestión de personas en las organizaciones* (pp.7-30). Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.

López, L., Hernández, X. y Quintero, L. (2018). Enseñanza de la investigación en educación superior. Estado del arte (2010-2015). *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 14(1), 124-149. DOI: 10.17151/rlee.2018.14.1.8

Méndez, D. (2017). Recorridos del cuerpo en la educación. Estado del arte. *Revista de Investigaciones UCM*, 17(29), 132-147. DOI: <http://dx.doi.org/10.22383/ri.v17i29.93>

Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Bogotá. Ediciones de la U.

RTVE (04.08.2020). El mapa mundial del coronavirus: más de 18,3 millones de casos y más de 696.000 muertos en todo el mundo. Madrid, España.: www.rtve.es. Recuperado de <https://www.google.com/amp/s/amp.rtve.es/noticias/20200804/mapa-mundial-del-coronavirus/1998143.shtml>

Torres, A.; Romero, L., Pérez, M. y Björk, S.(2016). Desarrollo de habilidades de lectura a través de los videojuegos: Estado del arte. *Revista Ocnos*, 15(2): 37-49, DOI: 10.18239/ocnos_2016.15.2.1124

Tumalie, D. (2018). Análisis de la influencia de los gaming en el comportamiento de la influencia de los gaming en el comportamiento de niños de 6 a 11 años en escuelas particulares del Cantón Milagro en el 2017. Trabajo de fin de grado (publicado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.

Uribe, G. y Ortiz, C. (2015). Acercamiento a la experiencia de ser gamer: percepción de autoconcepto en videojugadores/as. Tesis de grado (Publicada). Universidad del Bío-Bío. Chile.

Venegas, G. y Proaño, C. (2019). Análisis sociolingüístico de la práctica discursiva a través de WhatsApp en Millennials. *Dominio de las ciencias*, 5(2), 304-327. DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v5i2.1095>





ARTÍCULOS DE REFLEXIÓN

Meritocracia

Libertad, igualdad de oportunidades y competencia

Meritocracy
Freedom, equal opportunities and competition

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6650

Resumen

Este artículo de reflexión analiza la meritocracia en las sociedades contemporáneas. Presenta tres enfoques y argumenta las fortalezas de una perspectiva liberal respecto a otras versiones contemporáneas, como el igualitarismo. El artículo enfatiza la importancia de crear condiciones sociales que permitan la igualdad de oportunidades y sintetiza las críticas más recurrentes a la meritocracia y sus límites. Es un análisis teórico sobre el papel de los méritos individuales en las sociedades basadas en la competencia y la libertad. Por una parte, presenta los argumentos de cada perspectiva, por otra parte, afronta las críticas a la meritocracia y su relevancia social. Finalmente, el texto argumenta acerca de la validez de una concepción de la meritocracia relacionada con la igualdad de oportunidades.

Palabras clave: Liberalismo; Competencia; Meritocracia; Libertad; Méritos.

Abstract

This article analyzes the meritocracy in contemporary societies. It presents three approaches and argues the strengths of a liberal perspective with respect to other contemporary versions, such as egalitarianism. The article emphasizes the importance of creating social conditions that allow equal opportunities and synthesizes the most recurrent criticisms of meritocracy and its limits. It is a theoretical analysis of the role of individual merits in societies based on competition and freedom. On the one hand, it presents the arguments of each perspective, on the other hand, it confronts the critiques of meritocracy and its social relevance. Finally, the text argues about the validity of a conception of meritocracy related to equal opportunities.

Keywords: Liberalism; Competition; Meritocracy; Freedom; merits.

Javier Duque Daza

Político. PhD en Ciencia Política, Flacso, México. ORCID: orcid.org/0000-0001-9996-483. Profesor titular del Programa de Estudios Políticos y Resolución de Conflictos. Universidad del Valle, Ciudad Universitaria Meléndez - Calle 13 # 100-00, Cali, Valle del Cauca, Colombia.

Perfil Google: <https://scholar.google.com/citations?user=n3aq-cwAAAAJ&hl=es>.

Contacto: Jduqued86@hotmail.com

Cómo citar: Duque Daza, J. (2020). MERITOCRACIA Libertad, igualdad de oportunidades y competencia. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6650>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
21 de Marzo de 2020
ACEPTADO:
28 de Junio de 2020



Introducción

Karl Marx (1891, p. 28) había sostenido a finales del siglo XIX en su *Crítica al programa de Gotha*, que una sociedad justa (en la fase superior de la sociedad comunista) debía regirse por el principio “de cada quien, según sus capacidades, a cada cual según sus necesidades”. En contraste, y por oposición, otros pensadores han defendido ideas diferentes respecto a las jerarquías, divisiones y estatus sociales, el acceso y distribución de los bienes y de las vías que permiten llegar a los cargos y posiciones de preminencia en la sociedad. Por una parte, Friedrich Hayek (1997) argumentó a favor de la igualdad de oportunidades y consideró que el orden social no debía ser interferido por la intervención de un tercero, como el Estado, para beneficiar a quienes no les iba bien con sus atributos y capacidades en la competición por recursos, cargos y posiciones. Por otra parte, en una variante de la segunda posición, Michael Walzer (1993) defiende también principios diferentes de asignación y jerarquización orientados no por la necesidad sino por los méritos y abogaba por la justa distribución de puestos de trabajo, idea que conlleva a que se abran las carreras a los talentos. No obstante, considera que el Estado debe intervenir para crear condiciones que permita transitar de la igualdad de oportunidades a la equidad social que genere una real competición entre iguales.

Estos tres planteamientos de autores representativos en el pensamiento político sintetizan las concepciones respecto a los criterios que deben regir en la sociedad para la asignación a las personas de un lugar en el sistema productivo, el reconocimiento de medios para vivir y la asunción de roles en la sociedad. Son visiones opuestas acerca del papel social de los méritos y de las capacidades individuales. En el primero se presupone una sociedad igualitaria en la que la libertad pasa a un segundo plano y deja de ser relevante por cuanto se supone que las personas se sienten satisfechas con su situación social y con el aporte que hacen al bienestar colectivo. Su papel y la satisfacción personal son definidas colectivamente a partir del principio del igualitarismo y teniendo en cuenta el sistema de necesidades de las personas, no sus atributos individuales. Las otras visiones consideran que la libertad de elección es

fundamental y que las personas deben competir con otras personas bajo condiciones de igualdad de oportunidades para acceder a ciertas posiciones de las cuales se derivan ingresos, estatus, reconocimiento y desarrollo individual. Imperan los méritos, las cualidades individuales, el esfuerzo y el desarrollo de sus capacidades, habilidades y destrezas.

El mérito no es una invención ni una idea original del pensamiento liberal en ninguno de sus matices, no obstante, la acepción moderna vinculada a la libertad individual, a la competencia, al libre mercado y a la igualdad de oportunidades si lo es. Estos fundamentos se asocian con la economía de mercado, el individualismo, la emancipación individual de las actividades económicas y de las instituciones de privilegios derivados de la procedencia social o asentados en atributos personales como la raza, el sexo o las creencias religiosas. De tal forma, la expresión “carreras abiertas a los talentos” contiene la aspiración y el ideal de establecer una sociedad en el que impere el mérito, la idoneidad, la capacidad, bajo condiciones que garanticen la igualdad para competir con otros que tienen las mismas aspiraciones. La meritocracia es una alternativa socialmente más aceptable que el patrimonialismo, el clientelismo, los privilegios de procedencia social y la exclusión en cualquiera de sus expresiones. También lo es frente al igualitarismo y al colectivismo que desconocen al individuo.

En el marco de estas consideraciones el artículo analiza y contrasta las perspectivas acerca de la meritocracia y argumenta a favor de una visión liberal que toma clara distancia del marxismo y de sus versiones contemporáneas del igualitarismo, a la vez que aboga por la creación de condiciones sociales que permiten darle concreción a la igualdad de oportunidades. Se cotejan las críticas más recurrentes a la meritocracia y a sus fundamentos liberales y ofrece razones para su defensa.

Meritocracia. El liberalismo y sus virtudes

La ex primera ministra del Reino Unido Margaret Thatcher (1925-2013) había manifestado su convencimiento de que el progreso personal era (y debía ser) el producto del esfuerzo y la responsabilidad individual y no el resultado de la herencia recibida o a la generosidad o ayuda o apoyo del Estado. Esto se sintetiza en la expresión: “a cada cual, según sus méritos, no según sus necesidades” (Oppenheimer, El País, 9 de abril del 2013). Una clara inversión de los términos del credo marxista.

Esta referencia contiene algunas de las coordenadas asociadas a la meritocracia como dispositivo para decidir y determinar quiénes y porqué deben ocupar ciertas posiciones preminentes en la sociedad, acceder a algunos cargos de conducción o de preminencia social, y obtener reconocimiento social. La mención al esfuerzo, al mérito, el progreso personal y a la responsabilidad individual como componentes esenciales para acceder a ciertas posiciones es inseparable de los supuestos del pensamiento liberal referidos al individualismo, al mercado, a la libre competencia, a la libre concurrencia y a la igualdad ante la ley. Esta consideración ha sido plasmada en lo que algunos han llamado “elogio de la excelencia”, el reconocimiento del esfuerzo personal, de la formación, de la inteligencia, de los méritos, la dedicación y el esfuerzo.

Tras este planteamiento está la premisa del mérito como base central para la elección de quienes deben acceder a ciertas posiciones. La meritocracia competitiva (MC) puede ser considerada el producto de la agregación de libertad individual para competir (LC), la igualdad de oportunidades para todos los competidores o quienes se postulan a un cargo, a una posición (IO) y el capital humano, que incluye la capacidad, los méritos, el talento, la formación académica y las destrezas especializadas adquiridas y desarrolladas por las personas (CH). Esta visión de la meritocracia se asocia a una corriente central dentro del pensamiento liberal que concibe la igualdad básicamente como igualdad de oportunidades para que todos puedan hacer parte de la competencia en similares condiciones jurídicas para competir

a través del talento y de la excelencia. Las mejores posiciones para los mejores.

Esta formulación liberal de la meritocracia se puede sintetizar de la siguiente forma:

$$MC=L+LC+IO+CH$$

Los componentes de esta combinación son, en primer lugar, la libertad individual, que constituye uno de los pilares fundamentales de las sociedades democráticas modernas, herencia del pensamiento liberal y uno de los pilares de la modernidad. Se trata de consagrar y defender el derecho de actuar, pensar y sentir sin injerencia ni constricciones externas, de forma autónoma y sin ataduras o limitaciones diferentes a las que impiden afectar a los demás y las que interfieran u obstruyan la convivencia humana, esto es, ser dueños de sí mismos. A partir de la libertad de elección, autodeterminación y realización de las aspiraciones individuales, hombres y mujeres construyen sus proyectos de vida, interactúan, construyen sus nichos vitales y de convivencia con otros. Aquí se alude de forma directa a la libertad negativa, que indica que las personas tienen la posibilidad de actuar o de no actuar, de obrar o de no obrar, sin ser obligadas a ello o sin ser constreñidos o limitados. Se trata de la libertad como ausencia de impedimentos, y la vigencia de la plena autonomía para decidir.² Cada persona es capaz y debe tener libertad para perseguir sus propios objetivos, sin interferencia de actores o agentes externos, como el Estado que, cuando lo hace, está haciendo un uso autoritario del poder pues no tiene la potestad para indicarle a las personas cómo debe actuar,

² No es del caso extendernos en la distinción entre libertad negativa y libertad positiva, la cual ha sido ampliamente difundida y discutida. Para efectos de claridad en la exposición esta referencia hace alusión a la distinción señalada por Isaiac Berlin y claramente expuesta por Norberto Bobbio (1993), entre otros muchos autores.

o qué es lo que mejor le conviene o cómo debe orientar su vida. Hayek (1997) sintetiza de esta forma esta expresión de la libertad: “es el estado en virtud del cual un hombre no se halla sujeto a coacción derivada de la voluntad arbitraria de otro o de otros y que se distingue a menudo como libertad individual o personal”. (p. 26)



En los proyectos de construcción de la individualidad y las trayectorias de vida los individuos van dándole sentido a sus vidas, desarrollan sus capacidades, se forman, adquieren competencias, perfilan sus talentos, especializan sus áreas de desarrollo. La expresión de la libertad en el ámbito de la competencia para acceder ciertas posiciones, cargos, puestos, honores, ejercicio profesional requiere al menos otras tres condiciones básicas que hacen parte de la ecuación.

Por una parte, la libre competencia y la competencia en libertad. Las posiciones, los empleos, las becas, los premios y reconocimientos deben estar abiertas a todos los aspirantes que cumplan con los requerimientos exigidos y deben ofertarse sin restricciones o cláusulas de exclusión y deben obedecer a reglas que no impidan la participación. No deben ser consideradas ni aceptadas normas de exclusión o restricciones relacionadas con la condición sexual, la raza, el género, cualidades físicas, apellidos o a la procedencia social de las personas. El libre acceso implica también que todos los aspirantes o participantes cuentan con las mismas posibilidades iniciales si cumplen con las reglas establecidas, esto es, que la competencia es leal, sin privilegios ni preferencias de parte de quienes deciden. Así, bajo reglas ciertas y claras, es imperativo que haya incertidumbre en los resultados y en la selección del ganador en la que no deben interferir preferencias personales. Se excluye, por principio, la intervención externa en la competencia, no se puede beneficiar a ninguno de los competidores ni interferir con reglas que favorezcan a algunos o perjudiquen a otros ni manipular los resultados. El ganador obtiene la correspondiente ventaja y esta es considerada como legítima.

En principio, se trata de garantizar los atributos propios del libre mercado en el que pueden concurrir sin obstáculos todos los que cumplan con los requerimientos estipulados previamente, los cuales no pueden ser modificados sobre la marcha para favorecer a algunos de los competidores. La base de esta es la libertad de elección: de quienes se postulan y compiten por la posición o cargo y de parte de quienes seleccionan a los que están compitiendo. Esta libre elección se construye sobre la base del principio de la ambición/expectativa de quien se

postula y de eficiencia de la decisión, la que sea más productiva y favorable a los fines propuestos.

A mayor número de postulados calificados a un cargo o a una dignidad que cumplan con los requisitos estipulados, mayor posibilidad de seleccionar a los mejores, a los más calificados. A mayor número de instituciones u organizaciones que compiten por un contrato o una licitación o una interventoría, más posibilidades de contar con un resultado de mayor calidad. Un mayor número de líderes en competencia por acceder a la conducción política genera más expectativas de que sea el mejor el que obtenga el cargo. La competencia sin interferencia se convierte en un componente central, en un principio fundamental para una mayor eficiencia de la selección.

Por otra parte, la libertad para competir debe estar asociada a la igualdad de oportunidades. En esta versión de la meritocracia la igualdad es, básicamente, igualdad ante la ley, ante las reglas sociales y de conductas socialmente preestablecidas y aceptadas. La igualdad de oportunidades es consustancial al ideal de libertad y es la forma a través de la cual la sociedad logra que se concrete una competencia que es considerada justa y aceptable y un método para tomar decisiones en los casos en que hay más de un competidor o aspirante para un solo cargo, o hay muchos competidores o aspirantes para un número reducido de posiciones o cargos. Como principio liberal se considera que en la sociedad se deben crear las condiciones y establecer los dispositivos que permitan que las personas cuenten con la libertad requerida para perseguir, buscar y obtener sus propósitos. En todo caso, se trata de igualdad en la competencia, como garantía respecto a que todos los competidores cuenten con similares condiciones de partida, sin normas de excepción que favorezcan a alguno o algunos de ellos.

Ante la línea de partida todos los competidores deben ser considerados iguales: moral y legalmente iguales. Pero, igualdad de oportunidades no significa igualdad u homogeneidad de los competidores, pues es claro que existen diversos factores que inciden para que el "equipamiento" individual sea diferente y hay personas que cuentan con ventajas

derivadas del entorno sociocultural en el cual se ha formado, de las instituciones a las que ha podido acceder para su formación, del consumo cultural derivado de su condición social. Hayek (1999) pone de manifiesto tres factores centrales en esta “diferencia de equipajes”: la familia (la herencia cultural derivada de la familia en moral, educación, gustos, conocimiento y que suele comprender varias generaciones, lo que algunos denominan el capital cultural que se acumula por los hábitos como la lectura, el acceso al arte y otras formas estético expresivas, a los idiomas, a los viajes, la tecnología); la herencia (la transmisión de bienes constituye un medio básico para mantener el capital e inducir a la acumulación, no hay justificación para limitar la transmisión de bienes materiales de una generación a otra, como tampoco la hay para hacerlo con los bienes no materiales) y la educación (la adaptación deliberada de oportunidades a fines y capacidades individuales es opuesta a la libertad, se debe permitir el acceso libre y diferenciado según la oferta, las capacidades de cada individuo, sus preferencias y la propia competencia entre instituciones educativas que ofrecen diferentes opciones).

Esta versión de la meritocracia considera que la sociedad debe crear condiciones básicas para el acceso general a la educación primaria y secundaria. Pero, en adelante lo que se debe establecer es una abierta competencia interpersonal a partir de los méritos. No es aceptable una gran inversión de recursos públicos para invertir en la educación de personas de un medio desfavorecido económicamente si esto disminuye los recursos que podrían destinarse a los más inteligentes, sin tener en cuenta su procedencia social. Lo primero es considerado irracional y asistencial-populista, lo segundo es propio de la racionalidad de la distribución de los recursos escasos con base en criterios meritocráticos.

Se considera así que el orden social de desigualdad de la riqueza no debe ser interferido por la intervención de un tercero (como el Estado) para beneficiar o compensar a quienes no les ha ido bien. El Estado no debe intervenir para pretender hacerlos iguales con el argumento de la búsqueda de mayor equidad.

Algunos planteamientos de pensadores liberales contemporáneos permiten enlazar postulados que clarifican esta visión de la meritocracia que, como tantas veces se ha recordado, se trata de un neologismo acuñado por la obra de Michael Young (1961) *The Rise Of Meritocracy* a comienzos de la década de 1960. Daniel Bell (2008) propuso un doble argumento para incorporar la meritocracia en un proyecto de sociedad. Por una parte, el argumento de la eficiencia considera que una sociedad basada en la meritocracia es muy funcional por cuanto la educación, el mérito, las capacidades y evaluaciones de cada individuo permiten asignarle a cada quien su lugar en el sistema productivo, asignar ingresos y derivar estatus diferenciados. Por otra parte, el argumento de aceptación social considera que la asignación de beneficios y recompensas a partir del mérito es aceptada socialmente al considerarse justa por dar a cada quien lo que merece. Bell defiende una “justa meritocracia”, aquella centrada no en los resultados (toda sociedad tiene desigualdades) sino en las oportunidades.

Frente al argumento según el cual no son suficientes las condiciones que generan igualdad de oportunidades y que se deben garantizar también igualdad en los resultados, Bell propone una serie de postulados con lo que mantiene la razonabilidad de la meritocracia: (a) la democratización no es posible en todos los ámbitos de la vida y hay personas con más aptitudes, con habilidades, formación que otros y es claro que hay diferencias respecto a los demás; (b) la sociedad debe regirse por el criterio meritocrático para decidir quién o quienes deben ocupar cargos, posiciones, la conducción administrativa, técnica y política; (c) los mejores en su respectivo campo deben ser evaluados solo por sus pares; (d) la calidad de la vida en común es determinada en gran medida por la calidad de los líderes y por ello debe imperar la meritocracia en su selección, sin que imperen criterios ajenos; (e) los principios de los méritos y los logros son fundamentales para la sociedad y esta debe estar genuinamente abierta a estos en la mayor medida posible.



Reafirmando este planteamiento, Carlos Alberto Montaner (2013) recuerda que la verdadera equidad no está fundada en el reparto igualitario de los bienes materiales sino en la obtención de recompensas y distinciones como consecuencia de los méritos basados en el conocimiento, el trabajo, la eficacia y la competencia entre personas y empresas. Premiar a los que más saben, a los que mejor hacen y pueden hacer las cosas. En esta formulación es justa y deseable la asignación de posiciones, estatus, reconocimiento con base en los méritos bajo premisas de no exclusión, de libre acceso, de competencia y de méritos. Lo sintetiza de la siguiente forma: premiar a los mejores, siempre que sean elegidos con criterios imparciales, es algo absolutamente recomendable para que se propague el ejemplo y se eleve el nivel general de la educación. La intervención social-estatal debe ser contingente y para que sea eficiente debe focalizarse: no se trata de crear circunstancias favorables a todas las personas, sino de focalizarse en los mejores (quienes poseen un capital cultural que les permite sobresalir). Por ejemplo, antes que intervenir para crear igualdad de condiciones mínimas básicas en todos los establecimientos educativos públicos para generar igualdad ex – ante de oportunidades y no segregación, para mayor eficiencia se debería focalizar y establecer mecanismos para detectar a los más inteligentes, que más se esfuerzan y tienen mayores capacidades y centrarse en su formación.

En suma: eficiencia y equidad no caben en la misma fórmula. Esta visión de la meritocracia considera a la eficiencia como un factor fundamental y el resultado de la combinación propuesta entre libertad, libre competencia, igualdad de oportunidades y capital humano. Presupone la existencia de una autoridad neutra que asigne posiciones de forma impersonal obedeciendo solo a las reglas y a los resultados de la competencia en un mercado no interferido al que concurren libremente quienes consideran tener los méritos para obtener el objeto competido. El argumento de la justicia no entra en juego en lo inmediato, aunque se considera como equitativo el resultado si se han garantizado los diferentes componentes y la selección de los mejores revierte socialmente a partir de una elite ilustrada que puede hacer mejor las cosas, puede gobernar mejor, tomar mejores decisiones

y propiciar un mayor bienestar colectivo.

Liberalismo igualitario y la meritocracia

A la versión sobre la meritocracia de cuño liberal clásico se contraponen una alternativa que mantiene tres de los factores de la formulación como premisas del núcleo de pensamiento liberal, pero introduce un cambio que la redimensiona. Esta formulación se enuncia de esta forma:

$$MC=L+LC+IO+CH$$

La agregación de libertad individual (LI) para competir (LC), la equitativa igualdad de oportunidades para todos los competidores, que constituye el cambio central (EIO) y la capacidad, los méritos, el talento, la formación académica y/las destrezas especializadas (CH). Esta visión de la meritocracia se asocia pensadores liberales que algunos han denominado igualitaristas. Se mantiene la tesis de las mejores posiciones para los mejores, pero la intervención social estatal del Estado debe generar condiciones para “igualar el terreno”, “equilibrar la cancha”, de tal forma que todos los competidores tengan similares condiciones y no cuenten con ventajas de origen en la línea de partida o en el inicio del juego. El contraste no es entre libertad e igualdad, sino entre igualdad: entre igualdad de oportunidades y la equitativa igualdad de oportunidades.

Podemos considerar como una antinomia la distinción entre igualdad de oportunidades (IO) e igualdad social de oportunidades (ISO), un ideal igualitario, que expresa una tradicional distancia de posiciones. Por una parte, una visión liberal del mundo que defiende la igualdad ante la ley, sin considerar o tolerando la desigualdad social de las personas que, como vimos, son consideradas un resultado socialmente aceptable de la libertad, la libre competencia y la acción individual libremente orientada basada en las capacidades y talentos personales. Por otra parte, quienes consideran la igualdad ante la ley como necesaria pero insuficiente para la existencia un orden social justo, el cual requiere, además, proteger a las personas y propiciar condiciones para que puedan actuar, de ahí lo de igualdad equitativa de oportunidades.

Se trata, en el fondo, de una dicotomía que encarna dos visiones contrapuestas de relación entre libertad individual e igualdad y que puede sintetizarse de la siguiente forma:

Como un liberal de izquierda, Norberto Bobbio (1993) considera que la validez de una sociedad meritocrática requiere más que igualdad de oportunidades (IO), esto es, una igualdad social de oportunidades (EIO). La diferencia es sustancial respecto al postulado del liberalismo más clásico. Considera que ubicar personas desiguales por nacimiento y socialización primaria en las mismas posiciones de partida conduce a que de alguna forma se favorezca a los más desposeídos y desfavorecidos, por lo cual es imperativo establecer artificialmente una nivelación que permita que una desigualdad se convierta en instrumento de igualdad. Distingue la igualdad ante la ley de igualdad de oportunidades y reconoce la gran dificultad que implica determinar en qué sentido deben ser iguales todas las personas en términos sustanciales y considera irrealizable la tesis marxista de igualitarismo de todos y en todo, que intentaron concretar algunas dictaduras comunistas, con resultados fallidos y en detrimento de la libertad. Esta tesis es sostenida también por diversos pensadores que suelen ser calificados como “liberales igualitaristas”, quienes propugnan por la eliminación de las desigualdades basadas en el sexo, la raza, la procedencia familiar o estamental, a la vez que abogan por que la meritocracia esté inscrita a condiciones de igualdad y de medidas o políticas que hagan posible una forma de justicia distributiva.

Frente a las críticas que ha recibido la primera versión de la meritocracia, especialmente por la desigualdad en el punto de partida o posición original y la desigualdad consagrada, se ha propuesto un argumento que permite mantener el dispositivo meritocrático con un viso de mayor legitimidad a través de la igualdad social. Pensando en concreto en una competencia o concurso u oposición, se plantea que la igualdad de oportunidades debería residir en la formación y la preparación de los candidatos para llegar al momento de la selección en igualdad de condiciones, para lo cual se diferencian dos planos, uno antes de la competición, en el que debe haber igualdad de oportunidades, es decir,

nivelar las condiciones haciendo posible que todos puedan acceder a la calificación requerida socialmente para los cargos vacantes; y uno posterior, en el que, a través de la competición se accede a los cargos dispuestos. La desigualdad posterior –resultado de los diferentes niveles de mérito– es legítima.

De esta forma se combina igualdad y mérito y se logra un equilibrio entre ambos: “la igualdad de oportunidades sería un requisito del mérito o, lo que es lo mismo, no habría verdadero mérito sin una previa igualdad de oportunidades entendida como nivelación del terreno de juego”. (Puyol, 2007, p. 183) No obstante, esta nivelación del terreno de juego antes de la competición no tiene el carácter de exigencia igualitarista, sino meritocrática: no se trata de igualar a toda la sociedad a través de redistribución de bienes de forma compensatoria o de subsidios, el objetivo sigue siendo lograr una mayor eficiencia en la competencia de sujetos libres bajo ciertas condiciones básicas y que permitan que los candidatos más capaces son los que se llevan finalmente el premio.

Aquí entra en juego también Ronald Dworkin (2000). Se trata de un pensador liberal igualitarista, quien propuso hacer convergentes los valores de libertad e igualdad redefiniéndolos, a la vez que reconceptualizó el concepto de libertad negativa. De entrada, plantea dos principios a partir de los cuales arma su argumento: (1) el principio de igual valor (“es intrínseca, objetiva, e igualmente importante que los seres humanos desarrollen vidas exitosas; es importante que una vez comenzada, cualquier vida humana prospere en lugar de fracasar y por encima de todo, que no sea desaprovechada”) y (2) el principio de responsabilidad especial (cada persona tiene la responsabilidad de elegir cómo llevar su propia vida y que el entorno social debe ser sensible y respetar esta elección).

Asume una crítica del concepto de libertad negativa de profundo arraigo y cuya distinción respecto a la libertad positiva tuvo en Isaiah Berlin su principal promotor. Considera que no se debe estirar el concepto de libertad, ni poco ni demasiado, especialmente lo último, que conlleva a considerarla de forma tan restrictiva que los gobiernos finalmente



pueden invadir las libertades más básicas, por ejemplo, con el subterfugio de la redistribución social. El concepto que propone incluye dos componentes: la oportunidad (que el Estado las ofrezca y garantice) y la no interferencia (que se permita a los individuos escoger sus propios fines, lo que está implicado en la definición de libertad como ausencia de interferencia) y el concepto de igualdad. En cuanto a que “el entorno sea sensible” implica establecer un dispositivo de compensación que permita corregir las desigualdades, de forma clara, un sistema social basado en la redistribución, con la prensa de nunca se puede igualar en su totalidad las circunstancias sociales de todo en la sociedad, pero si contribuir a generar condiciones que acorten las distancias. La sociedad debe proporcionar a los individuos condiciones básicas de bienestar y de vida, pero sin limitar la libertad, de tal forma que “la gente es libre de decidir cómo utilizar su porción igual de recursos para alcanzar mayor bienestar o una vida mejor, según lo juzguen por sí mismos. En otras palabras, la igualdad de recursos es una concepción liberal de la igualdad”. (Dworkin, 2000, p. 60)

Es necesario, entonces, establecer medidas compensatorias a partir de un sistema tributario progresivo que permite disminuir la desigualdad de recursos de forma no problemática: “Esta aplicación de impuestos redistributivos impositiva no compensaría totalmente – la prueba de la envidia no se verificaría plenamente, incluso si se aplicara dicho programa – pero disminuiría la desigualdad de recursos de manera no problemática. Nadie que acepte los principios básicos de la igualdad liberal podría rechazar la redistribución de manera coherente al menos a ese nivel”. (Dworkin, 2000, p. 63) No es una propuesta populista de asistencialismo ni de Estado interventor paternalista, tampoco emule postulados que defienden la tesis del Estado mínimo, que solo asume políticas sociales de manera focalizada para “aliviar” la situación de los excluidos y desarraigados. Es un enfoque basado en un proyecto de sociedad en la que los principios centrales liberales como la libertad, el individualismo, la vigencia del mercado y la libre competencia, se tratan de hacer compatibles con la intervención social-estatal.

De este planteamiento se deriva una posición que encaja en la segunda versión de la meritocracia. Por

una parte, modifica y toma distancia del concepto de libertad individual negativa y asume la igualdad como premisa que conduce a la equitativa igualdad de oportunidades (EIO), en lo cual es ineludible redefinir también el rol del Estado en la sociedad, que pasa de ser no interventor a Estado generador de condiciones de igualdad relativas. Estas últimas matizan y acortan las distancias entre individuos de tal forma que no se pueda atribuir la diferencia en los resultados a la desigualdad en las condiciones de partida, sino a la forma como la motivación, el talento, la inteligencia, las destrezas logran ser potenciadas por personas que cuentan, en principio, con condiciones homologables de partida.

También se ha propuesto el concepto de igualdad sustancial, como opuesto al de igualdad formal. Se insiste en asignarle al Estado un rol importante como intervención efectiva para procurar acceso universal a la educación básica. Para proteger y desarrollar la libertad y la autonomía de los individuos y contribuir a la igualdad de oportunidades el Estado tiene que intervenir en la equitativa distribución de los bienes básicos. Es en este contexto que se debe entender como deber del Estado la distribución obligatoria y libre de la educación básica que, en tanto contribuye a la formación de la autonomía personal, hace posible el logro de una sociedad más homogénea e igualitaria. En esta postura subsisten algunas ideas propias de los pensadores socialistas que tras la crisis del socialismo real de 1989 replantearon algunos de sus principios sobre la sociedad deseable (Vázquez, 1995).

En los planteamientos anteriores encontramos los componentes básicos de la visión liberal alternativa de la meritocracia que introduce modificaciones en el concepto de mérito, replantea la igualdad de oportunidades (IO) en términos de igualdad equitativa de oportunidades (IEO) y repiensa la intervención social estatal, del Estado mínimo a uno interventor. En este último sentido se suele argumentar que si el Estado actúa e interviene para salvar a ciertos sectores de la economía (especialmente el sector financiero) y rescata a las empresas que entran en dificultades como ha ocurrido en las crisis económicas más recientes, también debe intervenir para “igualar el campo de juego”, nivelar las condiciones sociales para que

a competencia y la libertad de mercado no generen productos inequitativos por las asimetrías en el punto de partida. Se mantiene la idea central –válida para los dos enfoques- según la cual para la sociedad un objetivo importante es seleccionar a los talentos, pero, el Estado debe hacer posible la igualdad de oportunidades de forma justa a través de la inversión y el universalismo en la educación básica sin crear obstáculos para la educación privada y estableciendo reglas de acción en el mundo escolar para que disminuyan las distancias en la calidad en la educación pública y privada.

La meritocracia justa

Estas dos visiones de la meritocracia mantienen sus fundamentos liberales. No obstante, hay otra perspectiva que toma distancia de estas y propone una versión de la meritocracia basada en el igualitarismo opuesto a principios como la libertad individual, la libre competencia, el capital humano y la igualdad de oportunidades, o, en su versión más extrema, rechaza la meritocracia por considerarla opuesta a la democracia y a principios como la solidaridad y la igualdad social. Una de estas versiones corresponde a la denominada meritocracia justa (MJ), el resultado de la agregación de la libertad individual (LI), la equitativa o justa igualdad de oportunidades (EIO) y el capital humano (CH). Se excluye la libre competencia (LC) y se soslaya la igualdad de oportunidades a la que anteponen el igualitarismo social. Además, le asignan al Estado un rol central en la sociedad.

MC=LI+LC+EIO+CH versus MJ=LI+EIO+CH

Aquí se asume la redefinición del concepto de mérito y se pasa de la meritocracia competitiva a la meritocracia justa. En estos términos sugiere Lani Guinier el neologismo “textocracia”, forma de llamar al mérito tradicional asociado al culto a la estandarización, a la medición de resultados que valora las pruebas, pero ignora el carácter de la persona y que pretende estandarizar a las personas por sus resultados en la competencia dependiendo de lo que la sociedad espera de las personas que pone a competir por los cargos y las posiciones: “se enseña al niño a internalizar el éxito y a tomar el crédito personal para las trampas de privilegio, entre ellos los recursos y redes

de sus padres con educación universitaria educativos. Ha aprendido que los logros individuales supera el compromiso colectivo” (Guinier, 2015, p. 4). Su propuesta conduciría a una renovación del estatus quo este es el reto que propongo en este libro: a reconsiderar el statu quo, revisar la comprensión de mérito “textocrático” para reflejar mejor lo que queremos poner en valor en una sociedad democrática.

Tradicionalmente –considera la autora- la meritocracia pone atención solo a los resultados como la mejor evidencia del valor de los solicitantes, sin prestar mucha atención a los entornos en los que estos se socializan, por lo cual plantea transitar del mérito “textocrático” a honrar el mérito democrático, dejar de valorar la competencia individual por encima de todo y pasar de priorizar la prueba individualizada para la colaboración en grupo entre todas las partes interesadas, incluyendo a los estudiantes, padres, maestros y administradores. Si vamos a tener una “meritocracia”, que en realidad sólo significa “gobierno de mérito” -entonces tenemos una mejor idea de lo que hoy constituye el mérito de nuestra sociedad frente a lo que no debería ser. A diferencia de quienes conciben el mérito como el logro individual a través del talento, la inteligencia, la capacidad, la formación y lo mide a través de test individuales, puntajes y grados, considera que el mérito debe incluir talento y formación, pero también dar un buen servicio, trabajar en beneficio de la comunidad y no solo para beneficio personal. En esta dirección, considera que “el mérito democrática debería crear un sistema de incentivos que enfatice la posesión de talento individual y el éxito personal, pero también la capacidad de colaborar y el compromiso de construir una sociedad mejor para más gente” (Guinier, 2015, p. 4) Desde esta visión se propugna por superar el individualismo y el egoísmo competitivo y crear hábitos y valores cooperativos y altruistas que permitan generar resultados en donde los que ganan lo hacen en virtud de sus condiciones subjetivas y sociales, su sociabilidad, además de su capacidad e inteligencia.

Pero, además de esta redefinición del concepto de mérito que rompe con las versiones que parten de la meritocracia competitiva, del individualismo y la libre competencia sin interferencias externas, propone una



política de igualación entre los individuos de tal forma que se superen las tradiciones, diferencias familiares, de riqueza, de estatus social, de acumulación generacional, de acceso desigual a consumos culturales. De aquí deriva una fuerte crítica a las instituciones universitarias de elite y a sus métodos de selección de estudiantes excluyente y exclusivista combinando talentos personales y procedencias sociales.

Christopher Lasch (1996) es taxativo: “la meritocracia es una parodia de la democracia”, una sociedad elitista preocupada solamente en preservar sus privilegios, ligados a su inteligencia y talento”. Estos planteamientos convergen en una conclusión: la meritocracia no es una estrategia válida socialmente por su contenido elitista, porque está centrada en el individualismo, porque excluye la solidaridad y porque riñe con la democracia.

En síntesis: hay diferentes versiones y modos de entender y de aplicar la meritocracia, dos corresponden al pensamiento liberal que retoman la herencia de principios centrales como el individualismo metodológico, la libertad individual, la libre competencia y la vigencia del mercado, el capital humano como forma de concreción del talento y la formación y la igualdad de oportunidades (una de ellas enfatiza en el concepto de igualdad equitativa de oportunidades y asume la intervención del Estado para compensar desigualdades sociales). Las otras versiones recurren al concepto, pero al desligarlo de los principios liberales de libre competencia e individualismo y al asignarle al Estado la labor de generar igualdad social, confluyen, de hecho, en la negación de la meritocracia. La posición más consistente corresponde a la segunda versión que tiende a propiciar una “nivelación del campo de juego” para que en la libre competencia los individuos puedan postularse, competir, rivalizar, en procura de cargos y posiciones a partir del talento, de su inteligencia, de su formación y cualificación. Por esta vía se mantiene la concepción de la meritocracia como el ejercicio de los mejores, los mejores en los mejores cargos, la revalidación del esfuerzo individual y del talento, contando con condiciones similares básicas de partida.

En defensa de la meritocracia igualitaria

La meritocracia ha sido descalificada desde diversas perspectivas. Algunos se refieren a ella como “una parodia de la democracia” (Lasch, 1996); otros hablan de “la falacia de la meritocracia” (Cociña, 2013), otros más la califican como “una utopía equivocada” (Vásquez, 2013), incluso, de forma peyorativa, se la denomina “la textocracia o la tiranía de los méritos” (Guinier, 2015). Las críticas a esta y a los principios liberales que reivindica suelen centrarse en cuatro tópicos centrales: (1) es una falacia que la meritocracia se base en principios de igualdad o produzca resultados justos; (2) es elitista y antidemocrática; (3) no resuelve los problemas de herencia, estatus, capital cultural acumulado que establecen diferencias entre los individuos de partida; (4) hay una clara devaluación del mérito y su desplazamiento por otros criterios.

Estas críticas se proponen descalificarla como estrategia de selección de quienes deben ocupar los cargos y posiciones a partir de sus méritos, el talento, la inteligencia y a través de procesos competitivos. En todos los casos se pueden plantear contra-argumentos que permiten sostener las virtudes de la meritocracia y la validez de sus principios liberales. Veamos.

Crítica 1: La estrategia de la meritocracia no se erige sobre el pilar de la igualdad de oportunidades, por el contrario, parte de la desigualdad de posiciones y genera inequidad.

El argumento de esta primera supuesta “falacia” apunta a enfatizar que la igualdad de oportunidades es condición necesaria pero no suficiente para que exista una sociedad justa y considera que la meritocracia no constituye un mecanismo justo de asignación de roles sociales. Se argumenta que no es suficiente que todas las personas cuenten con idénticas oportunidades para concursar por un cargo, para participar de una competencia, para aspirar a ser elegido como funcionario, para ser ascendido en jerarquía, , también se requiere pensar en las diferencias individuales y sociales, las especificidades y singularidades.

Se plantea que “una sociedad que sólo se ocupa de proveer estricta igualdad de oportunidades en el punto de partida sin prestar atención alguna a los niveles de desigualdad en los resultados generados por la “lotería” de habilidades y predisposiciones, dista de ser una sociedad razonablemente justa”. (Cociña, 2013). Se complementa el argumento con la afirmación según la cual una sociedad basada en meritocracia no garantiza ni conduce a una sociedad más justa ni reduce ni elimina la desigualdad: solo distribuye las posibilidades de incluirse en un círculo o pequeños grupos de los más aventajados. Se desprende de esta posición una aversión a la competencia, al mercado, a la libertad entendida como autonomía.

La versión más radical de esta crítica procede del marxismo para el cual el mérito se establece desde las clases dominantes que exigen lo mismo a personas que tienen capitales culturales disímiles o más a quienes cuentan con menos capital cultural. Se arguye que la meritocracia conduce a la legitimación de la desigualdad (que denominan “desigualdad merecida”) como el resultado objetivo de diferencias en mérito y en logros educativos, desconociendo las circunstancias sociales que la generan y partiendo de una ficción: la igualdad preexistente que determina la puerta de entrada y reproducen la desigualdad social y la inequidad³. Incluso, se asimila, de forma peyorativa, la meritocracia a “la teoría social del rendimiento”, a una “ideología burguesa” que intentaría justificar las desigualdades sociales como si fueran naturales. (Dubiel, 1993).

El contra argumento parte de considerar, en primer lugar, que el resultado buscado socialmente por la meritocracia no es la igualdad de todos en un sentido lato de igualitarismo y uniformidad social, argumento propio de los populistas, el marxismo y otras corrientes sociales que asumen que más que la libertad, la prioridad para un orden social debe ser la igualdad. Se busca la igualdad de oportunidades sin que intervengan criterios de discriminación y exclusión como la raza, el sexo, la religión, o la procedencia social. Aquí se acude al principio liberal de la igualdad ante la ley, la igualdad en derechos y de libertades fundamentales que no contemplan obstáculos ajenos a las normas e acción que supone el espacio

en el que las personas compiten y aspiran a acceder a lugares, posiciones o

³Véase, por ejemplo: Gómez, Víctor Manuel (2007) *Formación de elites y educación superior: meritocracia y reclutamiento en el departamento Nacional de Planeación*, Revista Colombiana de Sociología No 28, recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/14184/1/3-8005-PB.pdf>

dignidades. No es el caso de considerar que deben existir iguales condiciones sociales para todos dado que en la sociedad existen “desigualdades justas” que son el producto de la competencia entre personas libres que de forma autónoma y bajo las mismas condiciones compiten por una posición en una jerarquía micro o macrosocial. Partiendo de una competencia equitativa las sociedades establecen rutinas, procedimientos y procesos de atribución a las personas según los requerimientos y reglas válidas para todos sin privilegios distintos al de las capacidades.

Las reglas de juego que regulan la meritocracia establecen puntos de partida similares para todos, iguales limitaciones y posibilidades para que quienes compitan lo hagan en igualdad sin ventajas para nadie, normas aplicadas y acatadas sin excepciones y sin privilegios. La meritocracia vinculada a la igualdad equitativa de oportunidades permite superar las críticas de quienes consideran la igualdad como una ficción y lo que se considera como una contradicción insoluble encuentra una salida al responder por la igualdad de oportunidades, la defensa de los méritos y el talento, y propiciar condiciones que permiten crear un entorno social más igualitario, específicamente en el campo de la educación.

Crítica 2: la meritocracia es elitista

Otros críticos de la meritocracia arguyen que esta produce y reproduce una forma de elitismo excluyente y constituye, en realidad, una práctica socialmente discriminadora. Consideran que no es una estrategia válida socialmente por su contenido elitista, porque está centrada en el individualismo, porque excluye la solidaridad y porque riñe con la democracia. El argumento es que, partiendo de la ficción de que la meritocracia tiene como premisa la igualdad de oportunidades para competir a partir de las cualidades y/o méritos personales sin tener en cuenta otros criterios.



El resultado de su aplicación es que quienes cuentan con entornos sociales más favorables a la creación y acumulación de capital cultural son los que tienen mayor probabilidad de acceder o de ganar las convocatorias, concursos o competencias. En realidad, esta competencia no es igualitaria por cuanto la igualdad de oportunidades se presenta bajo condiciones de desigualdad social.

Continúa el argumento. Con la meritocracia se crean las condiciones para el surgimiento de una élite que tiende a darse sus propias normas de inclusión y de exclusión, con el tiempo se reproduce y pesan las tradiciones y hay una tendencia a asociar el mérito o las cualidades de los individuos con las instituciones educativas en las que se han formado y que se han consolidado como instituciones de élites académicas que ejercen una gran influencia social y política. Estas instituciones cuentan con mayores recursos, mecenajes entre los potentados y las élites económicas y sociales. Quienes no se han formado en algunas de las instituciones consideradas de excelencia son vistos con recelos y suelen ser excluidos del acceso a ciertas posiciones en la sociedad. El resultado es que el mérito termina asociado a un conjunto reducido de personas, con muy pocas instituciones que forman a las élites.

Por lo anterior, concluyen que la meritocracia es generadora de exclusión, desigualdad y reproducción de los sectores sociales dominantes que cierran así los canales de la movilidad social y la circulación de las propias élites intelectuales, técnicas y tecnocráticas. (Cociña. 2013)

Pero las críticas no solo se refieren a que sea insuficiente para generar justicia social, apuntan también a que conduce a la formación de otra élite, por lo cual se propone limitar sus alcances y su aplicación. Se afirma, por ejemplo, que “la idea de la meritocracia no se puede promover hasta el punto de crear una élite meritocrática. No se puede permitir que quienes tienen más méritos se conviertan en una élite tan odiosa como cualquier otra. (Castellanos, 2007)

El contrargumento a esta crítica puede partir de lo que Tony Judt (2011) denomina una “contradicción manejable” de la meritocracia, en tanto “da a cada

uno una oportunidad y luego privilegia a los que tienen talento”. En efecto, se trata de una forma de elitismo que es natural de las universidades, de las comunidades académicas, de círculos intelectuales, de la formación de una élite meritocrática. En el caso de los procedimientos de selección y de toma de decisiones con base en las cualidades y méritos personales, se trata de un elitismo en el resultado, no en los criterios. Es decir, si se considera el principio de la igualdad de oportunidades, no se consideran criterios de exclusión ni discriminación social basada en la raza, el género, la religión, el apellido o la procedencia social, sino criterios de selección basados en cualidades, esfuerzos, habilidades, destrezas, capacidad para ejercer un cargo. Es inevitable que los criterios de selección excluyan a algunos, incluyan a otros y conduzcan a seleccionar a quienes más se ajusten a estos, también es inevitable que se formen grupos o círculos de quienes comparten ciertas características, cualidades y/o afinidades electivas y formativas a los que les corresponde seleccionar a la gente más capaz y formarla y desarrollar esa capacidad, esto conduce a una sucesión y renovación de las élites intelectuales, académicas, tecnocráticas. Se trata de las posibilidades selectivas y del criterio que las orienta: el mérito.

Hay desigualdad en los resultados y la selección con base en el talento y los méritos dan origen a grupos selectivos, pero esto es un resultado natural de cualquier proceso de competición y es legítimo si ha contado con la igualdad de oportunidades y los procesos se han adelantado con base en criterios claros y decisiones neutrales. Como lo expresé en el apartado anterior, la igualdad de oportunidades se asocia a la igualdad ante la ley como necesaria pero insuficiente para la existencia un orden social justo, el cual requiere, además, proteger a las personas y propiciar condiciones para que puedan actuar, de ahí lo de igualdad equitativa de oportunidades.

El concepto de élite y de elitismo se despoja de las connotaciones negativas con que algunos análisis lo han revestido. La élite meritocrática no debe asociarse con la exclusión en el acceso a ella o a la existencia de círculos o “castas” privilegiadas surgidas a partir del mérito. Los privilegios de quienes hacen parte de los sectores que se han sometido a procesos

de selección son retribuciones que corresponde al premio por el esfuerzo, la dedicación, la capacitación, el capital cultural que agencian. Mientras que algunos critican los “privilegios de los más preparados”, la defensa de las elites meritocráticas se asocian con la responsabilidad social, lo que implica que los privilegios con que se cuentan y que concede la misma sociedad conlleva el compromiso de quienes los reciben, los cuales deben corresponder a través de los usos sociales del conocimiento. Solo en la perspectiva de su vínculo y responsabilidad social se conviértela meritocracia en un valor que hay que defender (Walzer, 1993, p. 167)

Crítica 3: ¿los méritos heredados?

El mérito como fundamento de la igualdad de oportunidades en la competencia regida por reglas claras es confrontado también cuando se enfrenta a otro tipo de dificultad crucial: supone que la igualdad de oportunidades, más aún con la igualación equitativa de las condiciones sociales, se produce la “nivelación del campo de juego” de la competición social. Esta crítica apunta a señalar que sectores sociales cuyos integrantes han accedido a posiciones sociales de prestigio, a estatus, a recursos, al acceso a un alto consumo cultural y a una alta formación académica, “heredan” estas condiciones a sus descendientes, los cuales están en clara ventaja frente a quienes no han accedido a estas condiciones favorables. Estas “herencias” o ventajas sociales y culturales desnivelan el “campo de juego” de forma inevitable y hace que la competencia sea entre desiguales. La aplicación de iguales normas a todos, aunque existen evidentes desigualdades.

Esta crítica se ha planteado desde el denominado marxismo analítico por John Roemer (1998), quien sostiene que la democracia como mecanismo político no puede garantizar que las expectativas y las competencias individuales sean independientes de la riqueza o educación de sus padres, y que por consiguiente no es posible confiar solamente en ella para implementar conceptos de justicia basados en una supuesta igualdad de oportunidades. (p. 71)

La respuesta a esta crítica se puede formular en términos de la segunda versión o perspectiva de la

meritocracia planteada anteriormente. No se puede desconocer que en la sociedad hay acumulación de capital cultural diferenciado y que hay entornos sociales más favorables para esta acumulación que incluyen la “herencia”, al menos en el acceso, en la disponibilidad de medios, en los escenarios de socialización escolar y social. Tampoco se puede afirmar que la igualdad de oportunidades se distorsiona o se niega cuando algunos padres ofrecen mejores oportunidades de educación y mayor acceso a bienes culturales a sus hijos que otros padres. El asunto es como las políticas y las decisiones políticas pueden contribuir a la generación de estos entornos culturales con una amplia oferta cultural y la gestión orientada a brindar e acceso a las expresiones estéticas, al arte, a la formación en idiomas y en nuevas tecnologías. De tal forma, se matizan las diferencias entre quienes pueden contar con amplias oportunidades de acceso al consumo cultural y a la formación por su posición social, y entre quienes pertenecen a otros sectores sociales con menos privilegios, pero a quienes el Estado ofrece lo que los recursos propios no permiten.

En las condiciones descritas se combina la libertad individual y se aceptan las diferencias sociales, pero se matizan al combinarse la igualdad formal de oportunidades con el requisito adicional de que la sociedad proporcione bienes suficientes y amplias oportunidades para todos sus miembros para que desarrollen sus talentos y sus capacidades y puedan así postularse y competir para acceder a las posiciones dispuestas de forma meritocrática.

Las sociedades con menos desigualdades sociales y en las que el Estado juega un rol importante en la “igualación del campo de juego”, el acceso al capital cultural no se restringe a los sectores con mejores condiciones sociales y mayores recursos económicos. Al permitir que la mayoría de la gente acceda a bienes culturales y a una formación profesional con base en estándares y de alta calidad, se crean condiciones para que la meritocracia pueda aplicarse y esto suele generar una mayor movilidad social y la expectativa a las nuevas generaciones de que podrán competir con base en sus propios esfuerzos, capacidades y méritos.



Critica 4: ¿La devaluación de los méritos?

Esta crítica es más consistente, pero también hay una respuesta razonable en defensa de la meritocracia. La crítica consiste en señalar que, en determinado momento, cuando se ha expandido de forma amplia la formación profesional, técnica y tecnológica y abundan las personas calificadas, se reduce su valor y, con ello, los méritos. A su vez, esta devaluación de los méritos académicos, formativos y de capacidades tiene como correlato la valoración creciente de otras cualidades que tradicionalmente no han sido consideradas como méritos y se relacionan con la personalidad, el liderazgo, el carisma. (Jackson, Goldthorpe y Mills, 2002).

Esta crítica considera también que en las sociedades complejas actuales el surgimiento de nuevos subsectores de la economía que se expanden y tienden a ser dominantes —especialmente el sector servicios— no cuenta tanto la cualificación como la capacidad de trabajo en equipo y de coordinación, el liderazgo y la personalidad, aspectos tradicionalmente considerados como no meritocráticos y más bien subjetivo y de personalidad. Se considera que estas destrezas actitudinales no son adquiridas socialmente, sino que están predeterminadas y, por ello, suelen ser excluidas de cualquier concepto de mérito que presupone el desarrollo por adquisición de competencias y conocimientos evaluables y comprobables. (Márquez, 2017)

Este argumento da cuenta de las transformaciones sociales en el capitalismo postindustrial en el que el sector servicios es el más dinámico y el que más empleos ofrece. La respuesta en defensa de la meritocracia es que esta también evoluciona acorde con los cambios sociales, técnicos y tecnológicos. El concepto actual no se restringe a los aspectos relacionados solo con los méritos derivados de la cualificación y la formación de alto nivel. El desarrollo de las capacidades incluye también aspectos subjetivos y de la psicología individual, lo motivacional y lo actitudinal que cada vez cuentan más en los procesos de selección y se han desarrollado pruebas y estándares que permiten su valoración objetiva. No hay devaluación del mérito como criterio, sino la revisión de estos de tal forma que también se incluyen

aspectos que hacen parte de la subjetividad, pero que pueden ser valorados a través de entrevistas y exámenes con criterios objetivos.

En conclusión, la meritocracia es sometida a toda serie de críticas, algunas apuntan a sus fundamentos, otras se derivan de concepciones de la sociedad contrapuestas a los principios liberales y basadas en la reclamación por una mayor intervención del Estado en la economía y en las relaciones sociales; en la crítica al individualismo y a la libre competencia; también critican el concepto de capital humano por su aparente connotación cosificadora de las personas.

A manera de cierre: Isonomía y meritocracia

Desde los tiempos de la democracia la isonomía ha sido uno de sus fundamentos. Se considera que la comunidad de ciudadanos parte de la premisa de la igualdad: las acciones e interacciones sociales se rigen por leyes y normas válidas para todos y no se toleran las exclusiones, la parcialidad y los privilegios.

En relación a la meritocracia, la isonomía constituye el pilar que sustenta la igualdad de oportunidades, vinculada de forma directa con la premisa según la cual las normas que regulan la acción y la interacción social deben ser aplicadas sin condiciones de exclusión y deben basarse en el principio de universalidad. Especialmente, se hace alusión a que no se puede excluir de la competencia por cargos, posiciones, dignidades, reconocimientos sociales o premios, con base en criterios étnicos, religiosos, ideológicos, de género o de procedencia social. Lo opuesto es la parcialidad y la desigualdad, que adquieren forma cuando las reglas se aplican solo a algunos o se eximen de ellas a personas que cuentan con privilegios y eluden el camino que ha sido pautado para todos, saltándose las reglas y procedimientos.

La defensa de la versión de la meritocracia que incluye la igualdad de oportunidades con la “nivelación del campo de juego” de selección son retribuciones que corresponde al premio por el esfuerzo, la dedicación, la capacitación, el capital cultural que agencian. Mientras que algunos critican los “privilegios

de los más preparados”, la defensa de las elites meritocráticas se asocian con la responsabilidad social, lo que implica que los privilegios con que se cuentan y que concede la misma sociedad conlleva el compromiso de quienes los reciben, los cuales deben corresponder a través de los usos sociales del conocimiento. Solo en la perspectiva de su vínculo y responsabilidad social se conviértela meritocracia en un valor que hay que defender (Walzer, 1993, p. 167)

Critica 5: ¿los méritos heredados?

El mérito como fundamento de la igualdad de oportunidades en la competencia regida por reglas claras es confrontado también cuando se enfrenta a otro tipo de dificultad crucial: supone que la igualdad de oportunidades, más aún con la igualación equitativa de las condiciones sociales, se produce la “nivelación del campo de juego” de la competición social. Esta crítica apunta a señalar que sectores sociales cuyos integrantes han accedido a posiciones sociales de prestigio, a estatus, a recursos, al acceso a un alto consumo cultural y a una alta formación académica, “heredan” estas condiciones a sus descendientes, los cuales están en clara ventaja frente a quienes no han accedido a estas condiciones favorables. Estas “herencias” o ventajas sociales y culturales desnivelan el “campo de juego” de forma inevitable y hace que la competencia sea entre desiguales. La aplicación de iguales normas a todos, aunque existen evidentes desigualdades.

Esta crítica se ha planteado desde el denominado marxismo analítico por John Roemer (1998), quien sostiene que la democracia como mecanismo político no puede garantizar que las expectativas y las competencias individuales sean independientes de la riqueza o educación de sus padres, y que por consiguiente no es posible confiar solamente en ella para implementar conceptos de justicia basados en una supuesta igualdad de oportunidades. (p. 71)

La respuesta a esta crítica se puede formular en términos de la segunda versión o perspectiva de laa través de la educación parte de la isonomía e incluye la defensa de tres pilares del pensamiento liberal: la mencionada igualdad de oportunidades, la libertad –en los términos expuestos de ausencia de

constreñimiento o de sujeción y la prevalencia de la autonomía individual- y la libre competencia para acceder a las posiciones y cargos.

Igualdad en las oportunidades y desigualdad en los resultados. La aceptación de la isonomía y de la versión de la meritocracia que defiende la “nivelación del campo de juego” -antes del juego-, no conduce a la aceptación o exigencia de la igualdad en los resultados. Precisamente, la meritocracia se implementa para seleccionar, y cualquier selección incluye y excluye. Lo que se espera es que la selección se ajuste a normas previas, conocidas y aplicadas de forma correcta y con validez general; que no esté interferida por quienes tienen posiciones de poder y cuentan con influencia, ni los resultados deformados por sesgos o falseamiento del proceso.

Excluir los privilegios en las relaciones sociales. Este es, en últimas, el propósito de la meritocracia. En el lenguaje común se suele aludir a la “dedocracia” para referirse a las prácticas sociales y el ejercicio del poder y de la influencia que designa a funcionarios, asigna becas, hace nombramientos y concede reconocimientos con base en la voluntad personal, en recomendaciones o la intervención y recomendación de alguien con poder y sin recurrir a procedimientos que permita a todos los aspirantes a participar para acceder a estos. La meritocracia es lo opuesto a estas prácticas, en las que subyace el patrimonialismo, el clientelismo y, con frecuencia, una forma de elitismo social que considera que la pertenencia a un grupo social, a un clan familiar o a un círculo de amigos y allegados, deben primar sobre los méritos, la capacidad, las destrezas y habilidades adquiridas con el esfuerzo y la dedicación personal. Se trata de poner de relieve y de reconocer socialmente las diferentes elecciones autónomas de los individuos y de respetar el producto de estas.

Finalmente, aunque la defensa de la meritocracia aquí planteada difiere de la versión que sustenta el igualitarismo social-, si rescata uno de sus enunciados, específicamente el que sostiene que el mérito debería crear un sistema de incentivos que valore la posesión de talento individual y el éxito personal, pero sin olvidar la capacidad de colaborar y el compromiso individual para la construcción de una sociedad mejor y más inclusiva.



Referencias

Bazán, Roberto (s.f) El igualitarismo y la responsabilidad de las elites. Instinto y Política. Recuperado de: <http://robertobazanferrer.blogspot.com.-c-o-/2012/09/el-igualitarismo-y-la-responsabilidad.html>

Becker, Gary (1964). Human Capital. A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. Nueva York: Columbia University Press.

Bell, Daniel (1972). On Meritocracy and Equality. National Affairs, (29), 29-68. Recuperado de:

Cociña, Matías (2013). Cinco argumentos contra la meritocracia. Centro de Investigación Periodística: Chile. Recuperado de: <http://ciperc.hile.cl/2013/06/07/cinco-argumentos-contra-la-meritocracia/>

Cohen, Joshua (2003). John Rawls: la búsqueda de la justicia. Letras Libres, México. Recuperado de: <http://www.letraslibres.com/revista/entrevista/john-rawls>

Díaz, José Manuel (2015). La igualdad constitucional, múltiples y compleja. Revista Chilena de derecho, 42 (1), 153-187. Recuperado de: <http://www.scielo.cl/pdf/rchilder/v42n1/art07.pdf>

Dubiel, Helmut (1993) ¿Qué es neoconservadurismo? Barcelona: Antropos.

Dworkin, Ronald (2000). "¿Entran en conflicto la libertad y la igualdad?". En, Vivir como iguales. (P. Barker, edit). Barcelona: Paidós. Recuperado de: <http://www.actio.fhuce.edu.uy/Textos/6/dworkin.pdf>

Gómez, Víctor Manuel (2007) Formación de elites y educación superior: meritocracia y reclutamiento en el departamento Nacional de Planeación. Revista colombiana de Sociología, (28), 161-180. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/14184/1/3-8005-PB.pdf>

Guinier, Lani (2015). The Tyranny of the Meritocracy. United States of America: Beacon Press.

Hayek, Friedrich (1997). Los fundamentos de la libertad. Barcelona: Folio.

Isch, Édgar (2015). Meritocracia no es democracia. Sin Permiso. Recuperado de: <http://www.sinpermiso.info/textos/meritocracia-no-es-democracia>

Jackson, M; Goldthorpe & Mills, C (2002). Education, Employers and Clase Mobility. International Sociology Association. Reserch Committe (28). Oxford: Social Stratification and Mobility

Judt, Tony (2011). El refugio de la memoria. Madrid: Taurus.

Lasch, Christopher (1996). La rebelión de las élites y la traición a la democracia. Buenos Aires: Paidós.

Marx, Karl (1891). Crítica al programa de Gotha. Recuperado de: http://www.edu.mec.gub.uy/biblioteca_digital/libros/M/Marx,%20Karl%20Critica%20del%20programa%20Ode%20Gotha.pdf

Márquez Díaz, J. (2017). Tecnologías emergentes, reto para la educación Superior Colombiana. Ingeniare, (23), 35-57. <https://doi.org/10.18041/1909-2458/ingeniare.2.2882>

Montaner, Carlos (2013). Las falacias del igualitarismo. La ilustración Liberal, (54). Recuperado de: <http://www.ilustracionliberal.com/54/las-falacias-del-igualitarismo-carlos-alberto-montaner.html>

Montaner, Carlos (2013). La arrogancia y el error. Diario de Cuba. Recuperado de: http://www.diariodecuba.com/internacional/1373415502_4153.html

Nozick, Robert (1974). Anarchy, State, and Utopia. Nueva York: Basic Books.

Oppenheimer, Walter (2013, 9 de abril). La Dama de Hierro pasa a la historia. El País.

Puyol, Ángel (2007). Filosofía del mérito. Contrastes. Revista Internacional de Filosofía (XII), 169-187.

Rae, Douglas (1981). Equalities. Cambridge: Harvard University Press.

Roemer, John (1998). Igualdad de oportunidades. Isegoría, (18), 71-87. Recuperado de: <http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/viewArticle/146>.

Vázquez, Rodolfo (1995). Hacia una educación igualitaria y democrática. México: Itam. Recuperado de: <http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras39-40/texto12/sec1.html>.

Vázquez Luciana (2013, 17 de febrero). Meritocracia en crisis: ¿el fin de una utopía equivocada? La Nación. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1555140-meritocracia-en-cri-sis-el-fin-de-una-utopia-equivocada>

Young, Michael (1961). The Rise of Meritocracy. Mitcham. Victoria: Pelican.

Walzer, Michael (1993). Las Esferas de la Justicia. Una defensa del Pluralismo y la Igualdad. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.



Towards educability mediated by the PARCE model as a social-emotional strategy

Hacia la educación mediada por el modelo PARCE como estrategia socioemocional

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6651

Abstract

This article comes from the research entitled: Educability mediated by the PARCE model as a social-emotional strategy in the classrooms of local public educational institutions. Its main objective was this: to identify the impact of teachability and educability generated by this pedagogical proposal, and how its effect is evidenced in the local school system of the department of Quindío, Colombia. To achieve this, it is necessary to delve deeper into the problems presented by practicum teachers in the public institutions of the area under study, within the framework of teachability, which allows proposing other didactic perspectives in pedagogical activities, as an input to promote learner's emotional development and social skills. To this end, it is necessary to identify the problematic situations in classrooms that directly or indirectly affect school performance and environment in educational institutions. Also, it is necessary to know teachers, students, parents and principals' perception, regarding the school environment they belong to, to evidence the different forms of interaction and conflict resolution among students, to observe and analyze teaching practices and their pedagogical orientations in the classroom, focused on their students' development of social and emotional skills. And finally, to implement the "PARCE" model (Participation, Acceptance, Recognition and Emotional Construction), to improve the school environment and develop students' emotional and social skills.

Keywords: Teachability; Educability; Emotional intelligence; Social skills; Pedagogical practices.

Resumen

Este artículo proviene de la investigación titulada: Educabilidad mediada por el modelo PARCE como una estrategia socioemocional en las aulas de las instituciones educativas públicas locales. Su objetivo principal era este: identificar el impacto de la capacidad de enseñanza y educación generada por esta propuesta pedagógica, y cómo se evidencia su efecto en el sistema escolar local del departamento de Quindío, Colombia. Para lograr esto, es necesario profundizar en los problemas presentados por los profesores de práctica en las instituciones públicas del área de estudio, en el marco de la capacidad de enseñanza, lo que permite proponer otras perspectivas didácticas en las actividades pedagógicas, como un aporte para promover la emoción emocional del alumno. desarrollo y habilidades sociales. Para este fin, es necesario identificar las situaciones problemáticas en las aulas que afectan directa o indirectamente el desempeño escolar y el entorno en las instituciones educativas. Además, es necesario conocer la percepción de maestros, estudiantes, padres y directores, con respecto al entorno escolar al que pertenecen, para evidenciar las diferentes formas de interacción y resolución de conflictos entre los estudiantes, para observar y analizar las prácticas de enseñanza y sus orientaciones pedagógicas en el aula, enfocada en el desarrollo de habilidades sociales y emocionales de sus alumnos. Y finalmente, para implementar el modelo "PARCE" (Participación, Aceptación, Reconocimiento y Construcción Emocional), para mejorar el ambiente escolar y desarrollar las habilidades emocionales y sociales de los estudiantes.

Palabras clave: Capacidad de enseñanza; Educabilidad; Inteligencia emocional; Habilidades sociales; Prácticas pedagógicas.

Sandra Kelly Yepes Gomez

PhD candidate in Education Sciences.
Adjunct lecturer, University of Quindío,
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2330-2370>
E-mail: aawarmenia@gmail.com

Cómo citar: Yepes Gomez, S. K. (2020).
Hacia la educación mediada por el modelo PARCE como estrategia socioemocional.
Dictamen Libre, (27).
<https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6651>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
16 de Marzo de 2020
ACEPTADO:
29 de Mayo de 2020



Introduction

This text presents a constant concern expressed by teachers of the 54 local public educational institutions of the department of Quindío, as well as the teaching practicums of the degree of the local public university. Both teachers and practitioners face daily situations of aggression, violence and intolerance among their students.

These dynamics and ways of relating to each other generate intimidating, chaotic and constantly undisciplined learning environments, negatively affecting class instructional time and, consequently, students' learning process.

The educational institutions teachers and the bachelor's degrees students state not having enough training, nor the necessary tools to face this type of difficulties and forms of interaction of the current generations, which has negative repercussion in the school environment, in the classroom management, and consequently, in our teachers' daily work reason: to help the formation of human beings.

Therefore, it is necessary to rethink our teachers' role, so that they do not continue to be pigeonholed in teaching only concepts and preparing their students for the various standardized tests imposed by the Colombian school system, and by which they are measured in their daily work. Consequently, the teachers' role is contributing to the formation of integral people, who are functional in a society and who contribute and positively affect impact the way to build a better world.

In view of this concern, the need arises to know from the classrooms the real causes of this violence and aggressiveness problem in the school environment and the way it is handled. To this end, the following research proposal is presented: Educability mediated by the PARCE model as a social-emotional strategy in the classrooms of local public institutions, which aims at determining the true meaning of teachability and educability.

This research proposal is framed in a real context of diverse local public institutions, that provide the necessary elements of carrying out this study, seeking to contribute to the teaching work, proposes innovative strategies that help to some extent to face and reflect on the role of teacher. ; Finally, rethink the ideal of true education: to form positive and sensitive individuals to face the challenges of this word.

Also, it is necessary to clarify that the objective of this research is not to judge, criticize or evaluate the teaching work; on the contrary, it seeks to identify the causes of this problem, and as far as possible, to propose solutions or strategies that help teachers and future graduates to deal with these situations of constant interference in the educational process.

Theoretical Position

Education in Colombia and OECD

The statistics managed by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) about education allow countries to compare their students' educational level against OECD's average. Now that Colombia has joined this organization, we will be able to know its level compared to the other member nations and their experiences in this matter. Thus, to determine the public policies to improve the competences of its young people.

Colombia's latest benchmark for comparison in education with OECD countries was the 2015 PISA (International Programme for Student Assessment). The country ranked below OECD average in mathematics, science and reading, so this will be one of the issues the country will have to work on the most to be at the level of the organization members. Zuluaga, (2018).

The education recommended by OECD considers that quality education requires training in competencies in three axis:

The first axis is the use of tools for interactivity because of the need to be updated with technologies to adapt them to one's own requirements and to hold active dialogue with the world.

The second axis is the interaction in heterogeneous groups because of the need to relate to diversity in plural societies, the importance of empathy, and of 'social capital': competencies to relate to others, to cooperate and to work in teams.

Finally, conflict management and resolution, acting autonomously because it is necessary to develop one's own identity and set goals in a complex world. As it is necessary to exercise rights and assume responsibilities, understand one's own environment and functioning, competencies are required to act in broad fields of social and cultural life, to form and conduct life plans in personal projects to defend and secure personal rights, limits and needs.

Educability Perspectives

Educability is defined by Paciano Feroso (1985) as possibility and human category. A possibility because it signifies the educational process viability and the affirmation that education is feasible; a human category, for it is man's quality to be sociable, historical, perfectible and educable. Among all human categories, educability has a privileged place, being even for many, the most essential of them all. Educability is the primary condition of the educational process.

Teachability, according to Feroso, supposes speaking of communicability. It becomes the way of access to diverse knowledge. In other words, there must be a balance in the linguistic manifestations, both philosophical and scientific of the one who teaches, regarding the learner's preparation, the receiver. In the same way, the communication means, which in the case of knowledge are didactic methods and techniques, may be inadequate. These aspects may limit the object and content of knowledge, but they must not restrict the gesture, the expression, the word with meaning and logics of learners (Feroso, 1985).

The concept of educability acquires special relevance from this perspective. It aims to identify the set of resources, aptitudes or predispositions that make it possible for a child or adolescent to successfully attend school, while at the same time invites to analyze the social conditions that enable all children and adolescents to access these resources.

Teachability

Teachability, according to Feroso (1985), speaks of communicability. It becomes the way of access to diverse knowledge because if teachability does not develop elaborated codes (symbols, formal sociolinguistic structures), it can be distorted of its purpose, possibly because when transmitting orally different factors, the social group, the academic formation and even the same personal language and others, influence. In other words, there must be a balance in the linguistic manifestations, both philosophical and scientific, of the one who teaches regarding the preparation of the learner, the receiver.

In the same way, the means of communication, which in the case of knowledge are didactic methods and techniques, may be inadequate. These aspects may limit the object and content of knowledge, but they must not restrict the gesture, the expression, the word with meaning and logic of those who learn (Feroso, 1985. pg. 365).

In a broader sense, education in man can be understood as the process in which specialized competencies are generated, developed, transformed, elaborated and constructed, which allow him to interact with knowledge in a given context.

Educability can be understood as a social construction that transcends the subject and his family, and that accounts for the basic cognitive development occurring in the first years of life, linked to adequate affective stimulation, good nutrition and health, and primary socialization through which children acquire the rudiments of a basic framework that allows them to be incorporated into a specialized situation different from the family, such as school (Castañeda, 2002).

This approach, appeals to the analysis of the process of social production of the conditions for educational practice to have a place. It is fundamentally based on the sociological tradition of past "theories of social reproduction. It laid the foundations of the understanding of educability as a result of power relations between classes, so that there would be a "predestination" of the possibilities of being educable and educated according to origin, barely modulated by the relative autonomy of the school system, which grants its agents certain degrees of freedom in relation to their contexts, contents and processes" (Navarro, 2002).



Learning and human development

A theoretical-methodological conception of personal development must be coherently integrated into a given conception of learning. Human development is not related to surviving and adapting to the environment, but to the capacity to learn and develop in certain environments. The human way of learning is always an interactive process, mediated by the existence of a culture that becomes its own, the existence of others and oneself. There is here a dialectical unit between learning and development. The apprentice facilitates and manifests himself as a source of development, he goes ahead and opens the way. Each new level of development is the result and starting point for the continuous learning that the subject carries out in his life.

Thus, for some authors, learning is conceived in terms of behaviors acquisition and modification and the emphasis rests on the environment and the organization of external influences. For others, it consists of a process in which knowledge, perspectives and ways of thinking are developed; the emphasis is on the mental activity that organizes and builds. Iberoamerican Journal of Education, (2007).

There are several types of learning for the individual's life and development. School as an institution, is called upon to promote this learning system. The first system is aimed at stimulating learning to live with oneself, with others, to face life, to think, to value, to create; in short, to live.

These systems cannot ignore self-care, promote integral health, learn to know oneself and improve self-esteem, develop the will, learn to orient oneself, form a hierarchy of values or life meanings, elaborate life projects. Basic learning does not constitute a sum of diverse learning, but a system whose axis or backbone is the orientation of values or meaning of the subject's life, which represents the essence of human development.

Human development "is not a measure of well-being, nor is it a measure of happiness. It is instead a measure of empowerment" (PNUD, 1995, pg. 16). It emphasizes the need for correctly structured teaching for students' development, which does not limit or establishes borders, promotes a continuous ascent in the quality of what the subject does, inexorably linked to the development of his personality. This teaching

presupposes truly establishing a unity between instruction, education, and development.

Pedagogical studies

Strategies that develop social skills

According to Gonzalez, Gonzales (2017, pg. 127), some strategies that develop social skills are focused on reviewing the causes and manifestations of the conflict, as stated in his research,

"it is appropriate that girls, boys, young people and teachers keep calm, control their emotions and do not assume an authoritarian, anti-democratic position that causes chaos within the group environment and do not postpone the search for assertive strategies, this under the patterns of coherence in acting and thinking, according to individual and group identity"

The author also highlights that when a road map was designed in his research, it was from the collection of information in which third, fourth and fifth grade students participated and it was intended to promote strategies to strengthen coexistence. In addition, these strategies allow us to understand that those included in Law 1620 and the guide 49 of the Ministry of National Education are not the only option.

Similarly, Gonzalez, Gonzalez (2017) states that with the implementation of an adequate road map, it will be possible to highlight the strengths and weaknesses existing in the classroom, to address conflicts assertively and promote the search for efficient and effective actions that are established, known and stipulated by the educational community.

It will allow the causes and manifestations of conflicts to be described, identified, characterized and pointed out at all times. In addition, this route announces the need to transform previously implemented strategies (Gonzales, Gonzales 2017).

Cooperative Learning and Work

Learning is something that students do, not something that is done to them. Learning is not a sporting event one can attend as a spectator. It requires the students' direct and active participation. Like climbers, students climb the heights of learning more easily when they do so as part of a cooperative team.

Cooperation is about working together to achieve common goals. In a cooperative situation, individuals seek results that are beneficial to themselves and to all other members of the group. Cooperative learning is the didactic use of small groups in which learners work together to maximise their own learning and that of others. This method contrasts with competitive learning, in which each learner works against the others to achieve school objectives such as a "10" rating that only one or some can achieve; and with individualistic learning, in which students work on their own to achieve learning goals unrelated to other learners'.

In cooperative and individualist learning, teachers evaluate students' work, according to certain criteria; but in competitive learning, students are graded according to a certain standard. While competitive and individualistic learning have limitations as when and how to use them appropriately, the teacher can organize cooperatively any didactic task of any subject and within any curriculum.

Informal cooperative learning groups operate throughout class. They can be used by the teacher during a direct teaching activity (a master class, a demonstration, a film or a video) to focus students' attention on the material in question. It promotes an adequate learning environment and creates expectations about the class contents. This ensures the students' ability to cognitively process the material they are being taught.

The activity of these informal groups usually consists of a three to five minute talk between students before and after a class, or two to three minute dialogues between pairs of students during the course of a master class. Like formal cooperative learning groups, informal groups serve the teacher to ensure that students do the intellectual work of organizing, explaining, summarizing, and integrating the material into existing conceptual structures during direct teaching activities.

The teacher who repeatedly employs formal, informal, and core groups, will acquire such a degree of practice that he or she will be able to structure cooperative learning situations automatically without having to consciously devise and plan them. He will then be able to make good use of co-operative learning throughout the rest of his teaching activity.

Characteristics of a cooperative group

There is nothing magical about group work. Some types of groups make it easier for students to learn and improve life quality in the classroom. Others hinder learning and cause dissatisfaction and disharmony in the classroom. To manage learning groups effectively, the teacher must know what a cooperative group is and what it is not.

Cooperative learning group: students are told to work together and they are happy to do so. They know that their performance depends on all group members' effort. Groups of this type have five distinctive characteristics. First, the group objective of maximising the learning of all members motivates learners to strive for and achieve results that exceed the individual capacity of each of them. The group members are convinced that they will either sink or float together, and that if one of them fails, then they all will fail.

Second, each group member takes responsibility, and holds others accountable for doing a good job of meeting common goals.

Third, group members work side by side to produce joint results. They do real collective work and each one promotes the the others' good performance by helping, sharing, explaining and encouraging each other. Support is provided, both at school and at home on the basis of reciprocal commitment and interest.

Fourth, group members are taught certain forms of interpersonal relationships and are expected to use them to coordinate their work and achieve their goals. Emphasis is placed on teamwork and task execution, and all members assume responsibility for leading the process.

Fifth, the groups analyse how effectively they are achieving their objectives and to what extent members are working together to ensure sustained improvement in their learning and teamwork. As a result, the group is more than the sum of its parts, and all learners perform better than if they had worked alone (David W. Johnson - Roger T. Johnson Edythe J. Holubec, 1994).



Postulates on Didactics

Traditionally, the concept of didactics has been associated with the question How is a class activity oriented? And in some cases, the term is considered to correspond to the playful, motivating and organized way of directing activities in an academic space. But perhaps there is a general ignorance of its field of study and the epistemological development that has taken place throughout history.

Thus, it is possible to start by asking, How to define the concept of didactics? To this end, the reader is invited to make a journey back in time to 1613, when the term didactics (art of teaching) was first used in a report on W. Ratke's reformist pedagogical proposals (Schaub, 2001: 44). In 1657, pedagogue Juan Amos Comenio began to define the concept of didactics in his work *Magna Didactics* where he manifests the need for essential strategies when it comes to educating:

The Master can always keep his disciples attentive, he will be more certain that everything has been well understood by students; with the continuous repetition of the same subject, they will come to understand it. Through the same repetition, all disciples will draw the most known lesson and in this way, they will see the school as some kind of employment. An extraordinary activity and desire to learn will be developed in their spirits, and great facility will be acquired to treat fearlessness any serious matters before many people; that has supreme importance and usefulness in life (pg. 77).

Anna Camps' Epistemological approach (1990, 2001)

In the modern era, a new perspective of Didactics is developed. It is considered as a scientific discipline of intervention, not only in the processes inherent to teaching in a specific area of knowledge, but also in the ways in which it is learned; in this sense, the Didactics of language has its own space for research and development, as expressed by Anna Camps:

Research in didactics of language has its object in the complexity of the activities related to teaching and learning, and its objective is to elaborate systematic knowledge of this reality to intervene in a fundamental way to improve it. Camps, (2001:13).

For the author, language didactics constitutes a study and experimentation field, not only of practical activity. The core of this discipline is the teaching-learning process. Its object is the interaction teacher-student. Doing didactics is not teaching a language or literature, but building knowledge about the way in which it is taught and learned in a certain knowledge area.

Didactics that promotes the development of social-emotional skills

The methodology described below was born in the United States of America, as a proposal to create inclusion and build community from the school environment.

Tribes: a new way of learning and living together

Tribes are Learning Communities. It is a research-based process that creates a culture that maximizes learning and human development. The TRIBES or Tribes Learning Communities process is based on the process of building community to create safe and meaningful learning environments. Tribes principles and practices are based on research in the area of democratic group processes, cooperative group learning, building resilience, and educational change aimed at the constant pursuit of academic excellence. It aims to ensure the healthy development of every child in the community, so that everyone has the knowledge, skills and strengths to succeed in the world (Gibbs, 1998).

Tribal Agreements

There are four Tribal agreements in this type of classroom dynamics:

- Helping each other complete tasks*
- Choosing objectives and solving problems*
- Monitoring and evaluating progress*
- Celebrating Achievement*

Tribal Community Agreements

According to The Balanced Literary Diet (2011), for tribal community agreements to exist, 10 priority issues must be taken into account:

- Listening carefully*
- Valuing each other, not offending each other (value and respect the person speaking)*
- Always giving each other the right not to participate*
- Respecting each other*
- Listening with the eyes, ears and heart*
- Listening to understand rather than listening to answer*
- Respecting and valuing silence*
- Respecting one another*
- Confidentiality; no rumors, no gossip*
- Emphasis on respect for individual cultures, beliefs, and values. The Balanced Literary Diet, (2011)*

Tribal Collaborative Skills

Through teamwork, different skills can be achieved in classroom work, as Gibbs (1998) puts it in the following way:

- Assign four or five people to each tribe.*
- Balance the number of boys and girls in each learning group*
- Distribute leaders among all tribes*
- Distribute the least popular members among all groups (Gibbs, 1998)*

Classroom Tribal Application

Through different activities carried out by the teacher in the classroom, he has the role of:

- Transferring control from the teacher to the tribe and from the tribe to the members*
- Intervening only when necessary while the tribes work in groups*
- Encouraging members to remind each other the Tribal agreements*
- Refraining from answering questions immediately*
- Asking tribes for suggestions to improve planning, academic projects and learning environment.*

Tribal disposition

The classroom is divided by the teacher into different sub-groups called (Tribes), for which there is a rigorous process with the students to select them appropriately. It focuses on the need for self-esteem, autonomy and identity. It provides opportunities for: creating joint goals, sharing ideas without fear of being judged, managing conflicts, solving problems, sharing leadership responsibilities, valuing differences and diversities.

In this vein, Phillips (2011) states that "A positive learning community depends on the collaboration of a group of people who deliberately include all members and solve all situations that may influence".

There is a right to non-participation, to choose whether to share personal information or feelings with others; to decide whether to actively participate or observe in silence for a short period of time. This gives time to think and make decisions, not to avoid engaging in learning activities. The Balanced Literary Diet (2011).

The implementation of this methodology (Tribes), or other methodologies can be adopted in the classroom. This will help teachers to improve their pedagogical practices and provide our children and young people with other learning alternatives, where not only concepts are taught, but primarily the creation of healthy school environments where our students find true education that prepares them to be thinking human beings, sensitive and builders of better societies.

Socio-affectivity and emotional intelligence

Emotional intelligence is the ability to identify, understand and manage emotions correctly, in a way that facilitates relationships with others, the achievement of goals and objectives, stress management or overcoming obstacles. Whatever happens in someone's life, emotions, both positive and negative will be there, and can help make a person happy or plunge him into absolute pain, depending on his ability to handle them.

People with high emotional intelligence do not necessarily have fewer negative emotions, but when they do appear, they know how to handle them better.



They also have a greater ability to identify them and know exactly what they are feeling, as well as a high ability to identify what others are feeling. By better identifying and understanding emotions, they are able to use them to relate better to others (empathy), be more successful in their work and lead more satisfying lives. (Ana. M, 2018).

Importance of emotional intelligence

The most successful people in life are those with the highest emotional intelligence, and not necessarily those with the highest Intellectual Quotient (IQ). This is because emotions, when not handled correctly, can end up destroying a person's life, preventing them from having satisfactory relationships, limiting their progress at work, etc. In general, emotional intelligence helps to:

Succeed in all those life areas that involve relating to others and favors holding more satisfying relationships. Students are healthier if they are able to manage stress and negative emotions such as anxiety. Stress not managed correctly can have a negative impact on mental health, making a person more vulnerable to anxiety disorders and depression. In addition, the person who does not manage his emotions correctly. has many more emotional ups and downs and mood swings that damage his relationships and functioning. Better relate to others. People with high emotional intelligence are better able to express what they feel to others and understand their feelings. This allows them to communicate more effectively and create deeper relationships in both personal and professional life.

Resilience

It must be understood as the universal human capacity that allows people to face life's adversities, overcome them and even be transformed by them" (Bello, 2002). "The introduction of the concept of resilience in the social sciences and in the spheres of social intervention has broadened the perspectives to address classic problems, such as the influence of poverty on child development.

Studies on people's capacity to respond to adversity, who despite living and growing up in risky conditions develop psychologically healthy and successful, have

presented not only a suggestive and optimistic vein of reflection, but also a criterion for re-establishing social intervention strategies in the early years of childhood" (Kotliarenko, 1999) quoted by Navarro (2002).

The domestic transmission of this set of dispositions, of this incorporated cultural capital, is the result of the child's physical and mental work, of an effort involving his body, of an exposure to a work of inculcation and assimilation, a work of the subject on himself, characterized in addition by having an immense emotional load (Tenti, 1994).

Classroom Problem Solving

Students' behavioral problems and demotivation have become the main obstacles to teaching, especially at compulsory education levels. In the face of useless regrets, strategies must be sought to prevent future conflicts and effectively resolve those that have already arisen, considering each problematic situation as an opportunity to learn, to better manage the class, and as a practical exercise in which students learn to build a climate of respectful coexistence and favorable to school work. Within this perspective of seeing the positive and formative side of conflicts, it is necessary for teachers to be equipped with resources that allow them to solve everyday problem situations. Conflicts should be considered as an opportunity to grow and be formed. At compulsory levels of education, homework will always provoke logical resistance in some students with little academic interest. As in any forced activity, the collision of interests ends up provoking conflicts: for students who see no interest or usefulness in school activities, the obligatory nature of these activities can make them unbearable.

The teacher's effort to make the subject attractive and useful may disguise the obligatory nature of school work until it becomes something desirable. But it is very likely that there will always be doubt of unresolved behavioural problems through these instructional strategies. It is therefore necessary for teachers to be trained in the acquisition of strategies for dealing with the different conflict situations they will face, to a greater or lesser extent, throughout their teaching careers.

Conflict can be a wonderful opportunity to creatively and formatively solve a problem through teacher and

students' joint effort because the achievement of a satisfactory solution generates gratifying effects for all: it improves the teacher's satisfaction level and helps the student to grow in his moral and personal development (VaelloOrts, 2003. p11)

Emotional Intelligence in the Educational Context

In the field of emotional intelligence and the importance of its development in the school environment, findings of studies and research conducted at national level are evident. It is undeniable that the dynamics of evolution and behavior of current generations require spaces for training in other areas of human development, and not just academic training, leaving to neglect the formation of supportive, sensitive and empathetic beings to the complex situations of violence, intolerance and aggressiveness that occur every day in local educational institutions.

That is why it is pertinent to understand that coexistence is a dynamic and changing relationship constructed in everyday life; as Berger and Luckman (1986) point out: "Men produce together a social environment with the totality of their socio-cultural and psychological formations" (p. 72).

After analyzing different authors with very interesting and constructive proposals and definitions on emotional intelligence, this research proposal is based on the model of social and emotional learning proposed by Salovey & Mayer (1990), as well as on the definition of emotional literacy proposed by Goleman (1995)

Salovey & Mayer (1990), through their theories, have shown a deep analysis in defining the importance of the development of emotional intelligence in individuals and its effect on interpersonal relations and coexistence. They define Emotional Intelligence (EI established by Gardner) as "the ability to supervise the feelings and emotions of oneself and others, to discriminate between them and to use this information for the orientation of one's action and thought" (Salovey and Mayer, 1990, p. 189). Years later, and after finding inadequacies in their initial definition, these authors rephrase emotional intelligence as:

The ability to accurately perceive, value and express emotions. It also relates the ability to access and/or generate feelings when they facilitate thinking, the

ability to understand emotion and emotional knowledge and the ability to regulate emotions that promote emotional and intellectual growth. Mayer and Salovey, (1997, p. 10).

One of the authors' biggest contributions is identifying five different partial capacities as integral elements of emotional competence:

To recognize one's own emotions, that is, to be able to make an appreciation and give a name to one's own emotions. Only the person who knows why he feels and how he feels can manage his emotions, moderate them and order them in a conscious way.

To know how to handle one's own emotions: although emotions (fear, sadness, anger) cannot be disconnected or avoided, the person has the capacity to lead, control and manage emotional reactions, substituting primary congenital behaviour by learned and social forms of behaviour, such as flirtation or irony.

To use existing potential: the high IQ alone is not enough to achieve good school or social results, other good qualities like perseverance and motivation are also needed to be able to overcome frustration or failure and be self-confident.

To know how to demonstrate empathy: to have a predisposition to listen, to understand others' thoughts and feelings.

To create social relationships or establish interpersonal relationships. Satisfactory relationships with others depend on our ability to create and cultivate relationships, to resolve personal conflicts, to grasp each other's moods.

These emotional qualities, according to Salovey & Mayer (1995), can be learned and developed through an effort to consciously capture the emotions of oneself and others'.

On the other hand, Goleman (1995) conceptualized emotional intelligence as: "A meta-ability that determines the skill level we can obtain in the domain of our other faculties" (op.cit., p.68), considering it as the most important of the factors that intervene in the personal adjustment, in success in personal relations, and in performance at work.

This author highlights five determining elements in the development of emotional intelligence: emotional awareness, self-control, motivation, empathy and social skill. The first three dimensions depend strongly on the person: to be conscious of oneself, to know



how to control one's own moods and to motivate oneself. In contrast, the other two dimensions (empathy and social skills) refer to the relationship with other people and social competence.

Need and importance of emotional education

Emotional education emerges as an educational response to a series of needs that occur in today's society: anxiety, depression, suicides, discipline problems, violence, drug addiction, eating disorders, among others (Alvarez et al., 2000). They are generalized situations in local, national, and global school contexts.

Recent research on this subject has shown how "emotional illiteracy" has very negative effects on individuals and society, Goleman (1995). For this reason, this issue should be a constant subject of study and research where findings and contributions can help to alleviate the critical situation of the precarious existence, or non-existence of emotional literacy in educational institutions.

Therefore, to achieve an adequate emotional education there is certain unanimity in that the five factors, skills or competencies that make up emotional intelligence, according to Goleman (1995), must be fostered and developed as intensely as possible and from the earliest (Brockert and Braun, 1997), namely:

- Emotional awareness: to be aware of oneself, to know one's own existence and, above all, one's own feeling of life, which in turn, is fundamental for self-control.

- Self-control or emotions regulation: means the ability to know how to manage one's own feelings and moods comprehensively, avoiding falling into nervousness and knowing how to remain calm so as to be able to face fear feelings and risk situations, to recover quickly from negative feelings.

- Motivation, which is closely linked to emotions and arises from self-control: to be applied, to be constant, to persevere, to have resistance in the face of frustrations.

- Empathy, or the ability to demonstrate empathy: understanding others' emotions, understanding what other people feel.

- Social skills: understanding each other, orienting oneself towards others, not being a mere observer, but doing something in common with others, feeling joy of being among people, collaborating, helping, belonging to a group.

Goleman (1999) emphasized the importance that should be given to emotional awareness, as it constitutes a personal competence that determines the way in which the subject relates with himself, and at the same time, it is influenced by the social factor. All personal experiences lived, observed or imagined will become part of the subject's previous knowledge and, accumulated, will help him to interpret the environment with his personal memory and it will influence his emotions.

In this personal competence, Goleman (1999) distinguishes two processes: one that refers to the recognition of the environment stimuli and the manifestations they produce in the individual for which certain attention is needed on itself and, at the same time, introspection to be verified, and which refers to the rationalization of these emotional manifestations, understanding them, and which supposes to differentiate thoughts, actions and emotions.

According to Perea, one of the main educational spaces for the development of emotional education is the school, since "the school period is considered fundamental in the life of the human being, as radical attitudes are acquired in childhood through the configuration of convictions" Perea, (2002, p. 32).

Reflection

The current education system is focused on teachability, putting aside the true meaning of educability and its effect on the school system. In this sense, public school teachers and practitioners of bachelor's degree programs at the local public university face daily situations of aggression, violence, and intolerance among their students.

These dynamics and ways of relating to one another generate intimidating, chaotic and constantly undisciplined learning environments, negatively impacting class instructional time and consequently, students' learning process.

Licensed teachers currently feel that they do not have the necessary tools to face the aggressiveness they experience every day. The difficulties they have with current generations, affect class development.

This is not only a local concern, but also a regional, national and at the same time international one; consequently, teachers need to be properly prepared to include in their classes innovative strategies that help change the dynamics of relating to students, as well as activities that promote the development of social skills, emotional intelligence and other values to enhance more sensitive and concerned generations about improving the living conditions of human beings.

It is necessary to rethink the role of teachers, so that they do not remain pigeonholed (in teaching), transmitting only concepts focused on preparing their students for the various standardized tests imposed by the school system and by which they are measured in their daily work. The work as teachers is to contribute to the formation of integral people, who are functional in a society and who contribute and impact in a positive way to make a better world.

Faced with this concern, the need arises to know in the classrooms the real causes of the violence and aggressiveness problem in the school environment and the management that is given to them. For all of the above, this research is oriented towards determining the true meaning of teachability and educability; in order to determine how the existence or non-existence of each of them is evidenced and its effect on the school system, and how the implementation of other strategies in the classroom (PARCE) help to improve school environments and teachers' pedagogical practices.

It is also intended to deepen the problem presented by teachers in their educational practices in a public institution of Quindío, framed within teachability. It allows proposing other methodologies in pedagogical activities that promote learners' higher emotional development and social skills.

The school, through all the agents involved (teachers, tutors, counsellors, etc.,) contributes to shaping the individual's personality. What happens in the school will contribute to shaping the person's general self-concept, generating, above all, a specific aspect of the academic concept, which refers to the characteristics and capacities that the student considers he

or she possesses in regarding his or her learning capacity, academic activity and school performance. The school must favour the development of all skills above; as well as promoting empathy, understanding and gestural and verbal communication of emotions so that students acquire adequate emotional development.

In short, education cannot be conceived as a simple process that exclusively affects the student's cognitive area, but it must include the whole personality. It is precisely the educational orientation as a global function of education that provides the necessary help so that the student can develop in all aspects as a person. (Álvarez & Bisquerra, 1996).

From the above, it can be deduced that education cannot be reduced only to the academic aspect (or teachability), but it must develop other dimensions - cognitive, affective-emotional, moral, so that the healthy balance between the aspects of the person (mind-body-social relation) is strengthened. That is to say, the learning process should not only refer to cultural and scientific contents, but it should also be the obligatory frame of reference for the student's integral development where educability is vital.



References

- Abdullah, M., Elias, H., Mahyuddin, R. & Jegak, U. (2004). Emotional intelligence and academic assessment among Malaysian secondary students. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 19 (3/4), 105-121.
- Acosta, A. (2008). Emotional education and coexistence in the classroom. En M. S. Jiménez (coord.). *Emotional education and coexistence in the classroom*. Madrid. Ministry of Education, Social Policy and Sports.
- Acosta, J. M. (2015). *Emotional intelligence: demystifying clichés*. Madrid: ESIC.
- Adell, M. A. (2006). *Strategies for improving adolescent academic performance*. Madrid: Pirámide.
- Arcila Franco, L. (2014). *Construction of school and social democracy from the processes of coexistence in classrooms*. (Master's thesis). University of Manizales, Caldas, Colombia. Retrieved from <http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/handle/6789/1835>.
- Arribas, J.M. (2008). Interpersonal relations and the improvement of coexistence. En M. S. Jimenez (coord.). *Emotional education and coexistence in the classroom*. Madrid. Ministry of Education, Social Policy and Sports.
- Austin, E., Evans, P., Goldwater, R. & Potter, V. (2005). A preliminary study of emotional intelligence, empathy and exam performance in first year medical students. *Personality and Individual Differences*, 39, 1395-1405.
- Barchard, K. (2003). Does emotional intelligence assist in the predictions of academic success? *Educational and Psychological Measurement*, 63, 840-858.
- Bar-On, R. (1997). *The Emotional intelligence inventory (EQ-i): Technical manual*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, 18, 13-25.
- Beltrán, D. R. (2017). La Bengoa, J. (2015). Improvement of school coexistence. The national and international reality, at the beginning of the XXI century. *Mexican journal for educational guidance*, 12 (28), 14-20. Retrieved from <http://remo.ws/REVISTAS/remo28.pdf>.
- Benavidez, V., & Flores, R. (06 de 27 de 2019). The importance of emotions for neurodidactics. *Wimblu, Rev. S. of Psychology UCR*, 25-53. Retrieved from http://campusvirtual.ubjonline.mx/pluginfile.php/60680/mod_resource/content/2/La%20importancia%20de%20las%20emociones%20para%20la%20neurodid%3%A1ctica.pdf
- Bisquerra, R. (2006). *Emotional education and wellness*. Barcelona: Praxis
- Bisquerra, R. (2008). Emotional education for coexistence: emotional competencies. En M. S. Jiménez (coord.). *Emotional education and coexistence in the classroom*. Madrid. Ministry of Education, Social Policy and Sports.
- Bisquerra, R. & Pérez, N. (2007). Emotional competencies. *Education YYY*, 10, 61-82.
- Buitrago Bonilla R. (2012). *School context and emotional intelligence in rural and urban public educational institutions in the department of Boyaca* (Doctoral thesis). University of Granada, Bogota, Colombia.
- Quality of education in Colombia, a critical look. Retrieved from <https://www.las2orillas.co/la-calidad-la-educacion-colombia-una-mirada-critica/>.
- Camacho Bonilla, N.M., OrdoñezLeón, J.C., Roncancio Ariza, M.H. y Vaca Vaca, P. (2017). School coexistence and everyday life: an emotional intelligence perspective. *Education and Social Development Journal*, 11(1), 24-47. DOI: [org/10/18359/reds.2649](https://doi.org/10.18359/reds.2649).



- Camps, A. (2001). *The classroom as a space for research and reflection*. Barcelona: Imprimeix.
- Chico, E. (1999). Psychometric evaluation of an Emotional Intelligence scale. *Psychology bulletin*, 62, 65-78.
- Díaz Better, S., & Sime Poma, L. (2016). School Coexistence: a review of basic education studies in Latin America. *Virtual Journal Catholic University of the North*, (49), 125-145.
- Dueñas Buey, María Luisa, Importance of emotional intelligence: a new challenge for educational guidance. *Education XX1* [online] 2002, [Query date: November 18 2018] Available in : <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70600505>> ISSN 1139-613X
- Espejo, E. García-Salmones, J. & Vicente, F. (2000). *The program for the development and improvement of emotional intelligence*. Madrid.
- Espinosa, J. R. (2014). Let's talk about education. Retrieved from <https://www.semana.com/opinion/articulo/educacion-en-colombia-opinion-de-jose-espinosa/376348-3>
- Extremera, N. & Fernández-Berrocal, P. (2001). Is Emotional Intelligence an adequate predictor of academic performance in students? III Conference on Pedagogical Innovation: Emotional Intelligence. A compass for the 21st century (pp. 146-157).
- Extremera, N. & Fernández-Berrocal, P. (2003). Emotional Intelligence in the Educational Context: scientific findings of its effects in the classroom. *Education journal*, 332, pp 97-116
- Extremera, N. & Fernández-Berrocal, P. (2004). The importance of developing emotional intelligence in teachers. *Iberoamerican Journal of Education*, 33, 110.
- Extremera, N., Fernández-Berrocal, P., Maestre, J. & Guil, R. (2004). Evaluation measures of emotional intelligence. *Latin American Journal of Psychology*, 36 (2), 209-228.
- Fernández-Berrocal, P. & Extremera, N. (2002). Emotional intelligence as an essential skill in school. *Revista Yberoamericana de Educación*, 29, 1-6.
- Fernández-Berrocal, P. & Extremera, N. (2005). Emotional intelligence and the education of emotions from the Mayer and Salovey Model. *Interuniversity journal of teacher training*, 19, 63-93.
- Fernández-Berrocal, P. & Extremera, N. (2006). Emotional Intelligence: A theoretical and empirical review of its first 15 years of history. *Psicothema*, 18, 7-12.
- Fernández-Berrocal, P. & Extremera, N. (2006b). Special issue on emotional intelligence: An overview. *Psicothema*, 18, 1-6.
- Fernández-Berrocal, P. & Ruiz, D. (2008a). Emotional intelligence in education. *Electronic Journal of Psychoeducational Research*, 6(2), 421-436.
- Fernández-Berrocal, P. & Ruiz, D. (2008b). The education of emotional intelligence from the model of Mayer and Salovey. En M. S. Jimenez (coord.). *Emotional education and coexistence in the classroom*. Madrid. Ministry of Education, Social Policy and Sports.
- Ferrando, M., Ferrándiz, C., Prieto, M.D. & Hernández, D. (2007). Exploration of the relationships between self-perceived emotional intelligence and personality traits. In *Book of summaries of the I International Congress of Emotional Intelligence* (p.84). Málaga, Spain.
- Fonseca, D. (2017). The education system in Colombia, a problem to solve. retrieved from <http://palabrasalmargen.com/edicion-106/el-sistema-educativo-en-colombia-un-problema-por-resolver/>
- Gamo, J. (Producer), & Gamo, J. (2018). *Neurodidactis – The schools of the XXI century* [Movie]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ZBhUfVVktYw>
- Gil-Olarte, P., Palomera, R. & Brackett, M.A. (2006). Relating emotional intelligence to social competence, and academic achievement among high school students. *Psicothema*, 18, 118-123.



- Gibbs, J. (1994) TRIBES: A New Way of Learning Together. retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=ED379073>
- Goleman, D. (1995) Emotional Inteligence. Barcelona: Kairós.
- González González, R. (2017). Strategies to address conflicts in the classroom. Medellin: University of Antioquia.
- González, R., Valle, A., Núñez, J. & González-Pienda, A. (1996). A theoretical approach to the concept of academic goals and their relationship with school motivation. *Psicothema*, 8(1), 45-61.
- Güell, M. & Muñoz, J. (2000). Disown yourself. Emotional Literacy Program. Barcelona. Paidós.
- Guil, R. & Gil-Olarte, P. (2007). Emotional intelligence and education: development of social-emotional competencies. En J.M. Maestre & P. Fernández-Berrocal (Coords.). *Emotional intelligence manual* (pp. 190-215). Madrid: Pirámide.
- Gumora, G. & Arsenio, W. (2002). Emotionally, emotions regulation, and school performance in middle school children. *Journal of School Psychology*, 40, 395- 413.
- Hernandez Sampiere, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Research Methodology 6th Edition*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Humphrey, N., Curran, A. Morris, E., Farrel, P. & Woods, K. (2007). Emotional Intelligence and Education: A critical review. *Educational Psychology*, 27 (2), 235- 254.
- Ibarrola, B. & Delfo, E. (2003a). *Feel and Think. Emotional Intelligence Program for children from 3 to 6 years old*. Madrid. SM.
- Ibarrola, B. & Delfo, E. (2003b). *Feel and Think. Emotional Intelligence Program for children from 6 to 8 years old*. Madrid. SM.
- Jiménez, M. I. & López-Zafra, E. (2007). Emotional Intelligence in education. In Book of abstracts of the I International Congress of Emotional Intelligence (p.118). Málaga, Spain.
- Jiménez, M. & López-Zafra, E. (2008) Emotional self-concept as an emotional risk factor in university students. *Psychology Bulletin*, 93, 21- 39.
- León-Rodríguez, D. A. & Sierra-Mejía, H. (2008). Development of understanding consequences of emotions. *Latin American Journal of Psychology*, 40, (1), 35-45.
- López N, Tedesco J. C. (2002). International Institute for Educational Planning Buenos Aires.
- Mayer, J. D., Roberts, R. D. & Barsade, S. G. (2008). Human abilities: Emotional Intelligence. *Annual review of Psychology*, E9, 507-536.
- Mayer, J. D. & Salovey, P. (1997). What is Emotional Intelligence? En P. Salovey y D. Sluyter (eds.): *Emotional development and emotional intelligence: educational applications* (pp. 3-31). New York: Basic Books
- Mestre, J., Guil, R., Lopes, P., Salovey, P. & Gil-Olarte, P. (2006). Emotional intelligence and social and academic adaptation to school. *Psicothema*, 18, 112- 117.
- Mestre, J.M., Palmero, F. & Guil, R. (2004) Emotional intelligence: an integrative explanation from the basic psychological processes. En J. M. Mestre y F. Palmero (Coords.), *Basic psychological processes: an academic guide for studies in Psychopedagogy, Psychology and Pedagogy*. (pp. 249-280). Madrid: McGraw-Hill.
- Mikolajczak, M., Luminet, O. & Menil, C. (2006). Predicting resistance to stress: Incremental validity of trait emotional intelligence over alexithymia and optimism. *Psicothema*, 18, 79-88.
- Mora, J. A. & Martín, M. L. (2007) Emotional intelligence and personality. In Book of abstracts of the I International Congress of Emotional Intelligence (p.163). Málaga, Spain.



- Mosquera, F. A. (2005). Education in Colombia. Retrieved from <https://www.monografias.com/trabajos22/educacion-colombia/educacion-colombia.shtml>
- Muchiut, Á., Zapata, R., Comba, A., Mari, M., Torres, N., Pellizardi, J., & Segovia, A. (11 de 06 de 2018). Neurodidactic and self-regulation of learning, a path from theory to practice. *Iberoamerican Journal of Education*, 78 (1), 205-2019. Retrieved on 06 27 2019, from http://campusvirtual.ubjonline.mx/pluginfile.php/60681/mod_resource/content/1/Neurodid%C3%A1ctica%20y%20autorregulaci%C3%B3n%20del%20aprendizaje.pdf
- Muñoz Garrido, V. y Pedro Sotelo, F. (2005). Educate for resilience. A change of perspective on the prevention of social risk situations. *Complutense Journal of Education*.
- Muñoz G., Germán, Participation and conflict in basic education. *Nomads (Col) [online] 2001, (October-without month) : [Query date: Mayo 11 2019] Available in :ISSN 0121-7550.*
- Nacional, M. d. (2016). Education in Colombia. Retrieved from https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356787_recurso_1.pdf
- Newsome, S., Day, A., & Catano, V. (2000). Assessing the predictive validity of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 29, 1005-1016.
- Palomera, R., Fernández-Berrocal, P. & Brackett, M. (2008). Emotional intelligence as a basic competence in initial teacher training: some evidences. *Electronic Journal of Psychoeducational Research*, 6(2), 437-454.
- Parker, J., Summerfeldt, L., Hogan, M. & Majeski, S. (2004). Emotional Intelligence and academic success: examining the transition from high school to university. *Personality and Individual Differences*, 36(1), 163-172.
- Pascual, V. & Cuadrado, M. (2001) Emotional education. Program of activities for Compulsory Secondary Education. Barcelona: CissPraxis.
- Pena, M. & Repetto, E. (2008). State of research in Spain on Emotional Intelligence in education. *Electronic Journal of Psychoeducational Research*, 6 (2), 400-420.
- Pérez-González, J.C. (2008). Proposal for the evaluation of social-emotional education programs. *Electronic Journal of Psychoeducational Research*, 6(2), 523- 546.
- Pérez, N. & Castejón, J. (2007). Emotional intelligence as a predictor of academic performance in university students. *Anxiety and stress*, 13 (1), 119-129
- Petrides, K., Frederickson, N. & Furham, A. (2004). The role of trait emotional intelligence in academic performance and deviant behavior at school. *Personality and Individual Differences* 36(2), 277-293.
- Repetto, E., Pena, M., Mudarra, M.J. & Uribarri, M. (2007). Guidance in the area of socio-emocional competencies for secondary students in multicultural contexts. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 11(5), 159-178.
- Peña, R. A. (2017). One more education problem in Colombia. Retrieved from <https://www.las2orillas.co/problema-mas-la-educacion-colombia/>
- Rodríguez, & Piñeros. (1998). School supplies in secondary education and their effect on students' academic performance. A study of Colombia. Latinoamerican and the Caribbean Regional Office, Word Bank., 36
- Sampieri, R. H (2006). *Research Methodology*. Fifth issue. Mc.Graw-Hill Companies
- Salovey, P. & Grewal, D. (2005). The Science of emotional intelligence. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 281-285.



Salovey, P. & Mayer, J. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9, 185-211.

Schutte, N., Malouff, J. Hall, L., Haggerty, D., Cooper, J., Golden, C. & Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25, 167-177.

Teruel, M. P. (2000) Emotional intelligence in the curriculum of initial teacher training. (*Interuniversity Journal of Teacher Training*), 38, 141-152.

Traveset, M. (1999). Emotional education: intervention strategies. *Classroom for educational innovation*, 89, 15-20.

Vallés Arándiga, A. (1999). *Being smart with emotions*. Valencia: Promolibro.

Vallés, A. & Vallés, C. (2000). *Emotional Intelligence: Educational Applications*. Madrid: EOS

Yus, R. (2008). Integration of emotional education into a values education program. En M. S. Jiménez (coord.). *Emotional education and coexistence in the classroom*. Madrid. Ministry of Education, Social Policy and Sports.

Zaccagnini, J. L. (2008). Understanding Emotion: A Psychological Perspective. En M. S. Jiménez (coord.). *Emotional education and coexistence in the classroom*. Madrid. Ministry of Education, Social Policy and Sports.

Zeidner, M., Roberts, R. & Matthews, G. (2008). The Science of Emotional Intelligence: current consensus and controversies. *European Psychologist*, 13 (1), 64-78.

Zuluaga, M. (2018). Colombia in OECD. Retrieved from www.oecd.org

Las fuentes de financiación como estrategia de crecimiento empresarial y su impacto en la generación de valor económico de las micro, pequeñas y medianas empresas

Financing sources as a business growth strategy and their impact on the generation of economic value of micro, small and medium sized companies

DOI: 10.18041/2619-4244/dl.27.6652

Resumen

La investigación buscó cimentar las bases para ahondar en las alternativas de financiación que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas; el propósito es identificar si las deudas con entidades financieras son la forma adecuada de financiamiento para ellas o si, por el contrario, otras fuentes como las industrias de capital de riesgo, pueden ser opciones a contemplar para dichas compañías e incluso para emprendimientos en fase surgimiento. El diseño metodológico se fundamentó en el rastreo bibliográfico, se optó por el tipo de investigación exploratoria a partir de instrumentos abiertos y no estructurados con el propósito de procesar la información obtenida y con base en ella, motivar análisis posteriores.

Palabras clave: Asistencia financiera; Desarrollo económico y social; Evaluación económica; Financiación; Inversión.

Abstract

The research sought to lay the foundations to delve into the financing alternatives available to micro, small and medium sized companies; the purpose is to identify whether debts with financial entities are the adequate form of financing for them or, on the contrary, other sources such as venture capital industries, may be options to consider for such companies and even for startups in emerging phase. The methodological design was based on bibliographic screening, the type of exploratory research was chosen from open and unstructured instruments in order to process the information obtained and based on it, motivate subsequent analyzes.

Keywords: Economic evaluation; Capital aid, Economic and social development; Financing; investment.

Sandra Liliana Torres Tabora

Magister en e-learning. Especialista en Alta Gerencia. Negociadora Internacional. Docente investigadora de la Corporación Universitaria de Sabaneta, Unisabaneta; Sabaneta, Colombia.

ORCID: 0000-0001-6906-553X

Contacto:

torres.sandra.docente@unisabaneta.edu.co

Otilia Miladys Gil Hoyos

Magister en Finanzas. Especialista en Gerencia Financiera. Ingeniera Informática. Decana de la Facultad de Ingeniería de la Corporación Universitaria de Sabaneta, Unisabaneta.

ORCID: 0000-0001-6920-5002

Contacto:

deca.ingenieria@unisabaneta.edu.co

Hernán Arturo Montes González

Magister en Finanzas. Especialista en Gerencia Financiera. Contador Público. Docente investigador de la Corporación Universitaria de Sabaneta, Unisabaneta; Sabaneta, Colombia.

ORCID: 0000-0002-5754-1313

Contacto:

hernan.montes.docente@unisabaneta.edu.co

Cómo citar: Gil Hoyos, O. M., Torres Tabora, S. L., & Montes González, H. A. (2020). Las fuentes de financiación como estrategia de crecimiento empresarial y su impacto en la generación de valor económico de las micro, pequeñas y medianas empresas. *Dictamen Libre*, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6652>

Licencia Creative Commons
Atribución-CompartirIgual
4.0 Internacional



RECIBIDO:
14 de Abril de 2020
ACEPTADO:
15 de Julio de 2020



Introducción

Al tener en consideración que el crecimiento de las empresas depende de variables como el factor innovador, la identificación del mercado objetivo, la posición que ocupa la compañía frente a la competencia, las decisiones de marketing mix, las políticas internas de la entidad y el momento micro y macroeconómico que se vive en el entorno empresarial; se confirma que es necesario que el empresario disponga de una visión holística a partir de esas variables y propicie alternativas que generen valor en los diferentes Stakeholders (partes interesadas) con el propósito de mantenerse vigente y perdurar en el tiempo; lo cual requiere en la mayoría de los casos, de una disposición importante de liquidez.

El presente artículo surge como respuesta a la preocupación por indagar y reflexionar sobre los desafíos en la financiación de las unidades productivas catalogadas como micro, pequeñas y medianas empresas (en adelante Mipymes). El escrito está motivado por el reconocimiento de las necesidades de financiamiento que estas enfrentan en Colombia y por la situación actual que se vive con relación a la inestabilidad económica del país, lo cual repercute significativamente en la atracción de capital riesgo. De manera que la gestión financiera toma especial importancia al concebirse como la administración de los recursos que se tienen disponibles para asegurar que serán suficientes para cubrir las necesidades que puedan presentarse a futuro.

La financiación empresarial y la industria del capital de riesgo son temas que merecen un análisis reflexivo, consiente y cuidadoso, particularmente cuando del sector Mipymes se trata; pues, aunque las empresas tienen distintas alternativas de financiación, no todas son apropiadas o se ajustan a las características del sector económico; presentando desafíos tanto para empresas consolidadas como para aquellas que están iniciando.

Las compañías en general tienen un ciclo de vida, Daft (2007) sugiere que estas tienen un nacimiento, un periodo de envejecimiento y posterior a ello, les espera la muerte. Es por ello que buscando evitar el

último ciclo, las empresas propenden por un adecuado manejo de los recursos financieros, viéndose involucradas en la toma de decisiones importantes; una de ellas, la decisión de financiación.

Para los emprendedores y para las Mipymes en general, existe una alternativa que puede ser atractiva para la financiación y que resulta menos costosa (en comparación a los créditos bancarios) o que al menos aliviana el flujo de caja en el corto plazo: recurrir a las denominadas empresas de capital de riesgo.

Al respecto es importante indicar que en Colombia la regulación gubernamental para la creación de empresas de capital de riesgo y la protección de los accionistas minoritarios surgió con la Ley 964 de 2005; la cual crea una estructura de transparencia y regulación de las actividades de manejo, aprovechamiento e inversión de recursos captados del público; que se efectúen mediante valores.

Posteriormente, con el Decreto 2175 de 2007 se da mayor trascendencia al tema y se define jurídicamente las empresas de capital riesgo (Fondos de Capital Privado) como fondos mutuos cerrados que:

Fueron creados con el objetivo de levantar y gestionar capital y otros activos; están constituidos por contribuciones de más de un inversor, cada uno de ellos con una participación de, como mínimo, US\$150.000; y están formados por fondos gestionados colectivamente cuyos beneficios son distribuidos de forma proporcional entre los participantes.

La creación de políticas públicas encaminadas a regular y promover la inversión de riesgo en Colombia, posibilitó una dinámica económica interesante y novedosa para la época, pues contribuía a un mejor posicionamiento del país en materia de atracción y protección a la inversión nacional y extranjera. Sin embargo, actualmente sigue existiendo no sólo en Colombia sino en el mundo una preocupación por impulsar la financiación del comercio en los países en desarrollo; procurando la conformación de sinergias (Universidad – Empresa – Estado) con la intención de que, a partir de procesos investigativos,



se logre fortalecer el desarrollo competitivo de las regiones, se impulse la financiación del comercio y se procure encontrar solución a las necesidades de inversión.

El tema se hace más interesante si se tiene en consideración que la caracterización de la estructura empresarial del país a través del número de empresas formales activas, su especialización productiva, tipo de organización, tamaño y localización geográfica; refleja que el tejido empresarial y productivo de Colombia está formado mayoritariamente por empresas pertenecientes al sector Mipyme y son justamente éstas las que más dificultades encuentran desde su concepción como idea de negocio, hasta su concreción.

Materiales y métodos

Las micro, pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel fundamental para los países en vía de desarrollo ya que son generadoras de empleo, impulsoras de innovación y agentes de estabilización económica. Aunque por sus características intrínsecas, son altamente vulnerables a los cambios y presentan grandes dificultades para iniciar actividades comerciales sólidas y competitivas. Para el caso colombiano, Quintero (2019) indica que “estas representan 96% del tejido empresarial, aportan 40% al PIB, generan más de 17 millones de empleos y representan 9,8% de las exportaciones nacionales” (párr. 1).

En Colombia las Mipymes están reguladas por la Ley 905 de 2004 y clasificadas en su tamaño por el Decreto 957 de 2019; en el cual se establecen los rangos para determinar el valor de los ingresos por actividades ordinarias anuales de acuerdo con el sector económico que se trate:

1. Para sector manufacturero:

Microempresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a veintitrés mil quinientos sesenta y tres Unidades de Valor Tributario (23.563 UVT).

Pequeña empresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a veintitrés

mil quinientos sesenta y tres Unidades de Valor Tributario (23.563 UVT) e inferiores o iguales a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades de Valor Tributario (204.995 UVT).

Mediana empresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a doscientos cuatro mil novecientos noventa y cinco Unidades de Valor Tributario (204.995 UVT) e inferiores o iguales a un millón setecientos treinta y mil quinientos sesenta y cinco Unidades de Valor Tributario (1.736.565 UVT).

2. Para sector servicios:

Microempresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho Unidades de Valor Tributario (32.988 UVT).

Pequeña Empresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho Unidades de Valor Tributario (32.988 UVT) e inferiores o iguales a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y uno Unidades de Valor Tributario (131.951 UVT).

Mediana Empresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y un Unidades de Valor Tributario (131.951 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos ochenta y tres mil treinta y cuatro Unidades Valor Tributario (483.034 UVT).

3. Para el sector comercio:

Microempresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a cuarenta y cuatro mil setecientos sesenta y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT).

Pequeña Empresa. Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a cuarenta y cuatro mil setecientos sesenta y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos treinta y un mil ciento noventa y seis Unidades de Valor Tributario (431.196 UVT).



Un aspecto que suele ser común cuando se realiza acompañamiento empresarial (capacitación o asesorías) a Mipymes es la angustia generalizada que se desprende de la presión emocional y económica de procurar el éxito y sostenibilidad de las mismas por parte de sus propietarios; sin contar con el deseo innato que surge en el emprendedor por querer alcanzar sus objetivos financieros en el corto plazo, lo cual, sumado a la realidad de que la mayoría de emprendimientos nace sin un capital de respaldo importante, expone a los propietarios a recurrir a alternativas de financiación que no siempre son convenientes. Damodaran (2014) refiere que existen al menos tres alternativas de financiamiento que son: emisión de deuda a través de bonos, deudas con entidades financieras y recursos propios. Lo complejo, es que las tres alternativas tradicionales, resultan de difícil acceso para el sector Mipyme; pues justamente carecen de activos con los cuales ofrecer cobertura de riesgo para cualquiera de las opciones referidas.

El proceso de búsqueda y análisis sobre alternativas de financiación para el sector Mipyme se realizó bajo el tipo de investigación exploratoria. Al respecto, Hurtado (2010) explica que:

Consiste en indagar acerca de un fenómeno sobre el cual hay poca información, con el fin de explorar la situación e identificar aspectos que ayuden a definir mejor el evento o formular investigaciones en otros niveles, ayudando a delimitar mejor un tema y facilitando la creación de las herramientas e instrumentos necesarios para estudios posteriores más precisos. (pp 98 – 99)

El tipo exploratorio se ajusta a las características del artículo de reflexión ya que aún no se cuenta con hipótesis o preguntas de investigación precisas; los investigadores parten de una situación general no de un estudio identificado para una unidad de estudio particular y los procedimientos seguidos se fundamentan en instrumentos abiertos e inestructurados; con el propósito de procesar la información obtenida en los resultados y con base en ella, motivar análisis posteriores.

Así mismo, en el proceso investigativo se dio importancia

al enfoque crítico social; el cual busca profundizar en el análisis y soluciones de las problemáticas de las comunidades, toda vez que el sector Mipyme está expuesto a múltiples factores como:

El incremento de la migración, informalidad laboral, acceso a internet, mejoramiento de la eficiencia de activos productivos, disminución de demanda, bajos precios de materias primas, inflación, políticas relacionadas con el apoyo a emprendimientos educativos o culturales, conflictos geopolíticos. Situaciones que se traducen en riesgos de abandono y que exigen liquidez o en su defecto; capacidad de endeudamiento. (Delgado, Gil, Gutiérrez y Cardona, 2019)

Es conveniente resaltar que los riesgos anteriores son más evidentes en empresas que se encuentran en etapas tempranas por cuanto están relacionados con la capacidad de operar, misma que está asociada a los procesos, tecnología y recursos económicos con los que cuenta. Al respecto, Fracica Naranjo (2009) establece que las compañías en etapas tempranas se caracterizan por requerir constantemente inversiones que permitan llevar a cabo la operación, sus activos más valiosos son intangibles, la tecnología con la que cuentan no está bien desarrollada, sus productos no tienen suficiente aceptación en el mercado, requieren personal altamente capacitado y las alternativas de financiamiento tradicional son mínimas debido a la inexistencia de garantías.

Resultados

Cuando de alternativas de financiación se trata, lo primero que se viene a la mente es acudir a un crédito con una entidad financiera, sin embargo, el panorama no es tan simple cuando se refiere a acceso a créditos bancarios para las Mipymes en Colombia, pues su escaso reconocimiento las hace víctimas de notables discriminaciones según lo expresan Ferraro y Goldstein (2011).

Es así como las mismas deben buscar alternativas distintas para financiarse y poder permanecer en el mercado; de ese modo, cuando las Mipymes buscan acceder a créditos bancarios, se enfrentan a muchas condiciones que los hacen costosos como por ejemplo tasas de interés diferenciadoras de acuerdo con

el riesgo de crédito que suponen, dependiendo básicamente de la reputación del cliente con la entidad financiera que pretende emitir la financiación (Linares, 2013).

Es aquí donde aparecen las empresas de capital de riesgo. Para comprender su importancia en las alternativas de financiación, cabe recordar en primera instancia que toda empresa sin importar su tamaño o actividad económica pasa por una etapa de gestación; que es donde la persona que emprende, consolida una idea de negocio. Posteriormente está la etapa de inicio, donde toma la decisión, después de haber hecho todos los estudios pertinentes, de lanzarse al mercado; pero que lamentablemente es también considerada como el valle de la muerte, por ser la etapa de mayor mortalidad empresarial; representando para el año 2011 aproximadamente el 70% de los nuevos emprendimientos en el mundo, según lo expresa Naranjo, (2013).

De acuerdo con lo anterior para cada etapa existen alternativas de financiación idóneas, donde entran a jugar un papel importante los inversionistas de capital de riesgo que pueden ser los informales y los formales, que según Mogollón (2011) están conformados por los ángeles inversionistas, capital semilla, capital de arranque, sociedades de capital de riesgo, fondos de capital de riesgo y sociedades gestoras de entidades de capital de riesgo.

Estas fuentes de financiación proveen a las empresas; especialmente a aquellas que apenas comienzan, una forma de financiarse a largo plazo a través de aportes de capital privado, donde el inversionista llega a ser parte de la empresa financiada y posteriormente, realiza sus desinversiones ya sea por la emisión primaria de acciones; por la venta a otra empresa o por la recompra de la participación por parte de los emprendedores previamente financiados.

Crear o fortalecer empresa requiere de inversiones de capital que puedan ser destinados a la adquisición de materiales, plantas, equipos, insumos y remuneración al talento humano; pero también requiere conocimiento especializado que permita mejorar procesos, realizar contactos comerciales y apoyar las gestiones de dirección. De acuerdo con Fracica

Naranjo (2009), esas inversiones de capital podrían ser suministradas por la industria de capital riesgo siempre que las empresas sean innovadoras o proyecten elevados crecimientos en sus etapas tempranas.

En este estudio en particular, el capital de riesgo sería muy importante porque como lo explica Coupé (2011), al caracterizarse por la existencia de un inversor que participa a través de la compra en un porcentaje minoritario con un horizonte temporal de participación de entre 2 y 7 años esperando obtener una rentabilidad superior al 30%; muchas de las actividades económicas informales que hoy se viven en el país, podrían consolidarse; máxime cuando en Colombia, el gobierno actual le está apostando fuertemente a la denominada economía naranja, la cual se constituye en uno de los pilares del Plan de Desarrollo Nacional 2018 – 2022.

Para determinar si la industria de capital riesgo se constituye en una opción para las Mipymes nacionales, se hace necesario identificar los diferentes fondos que han operado en Colombia y en qué tipo de proyectos han realizado las inversiones, para a partir de ello determinar si pueden proveer los recursos mencionados en el párrafo anterior.

En Colombia son escasas las fuentes de información sobre el tema, sin embargo, Bancoldex (2012) realizó una evaluación de 31 fondos de capital riesgo, que han operado en el país, los cuales se identifican en la Ilustración 1.

De acuerdo con el mismo informe, la mayoría de los recursos se han invertido en infraestructura y multisectorial, no obstante, otros sectores también se han visto beneficiados, tal y como puede observarse en la Ilustración 2.



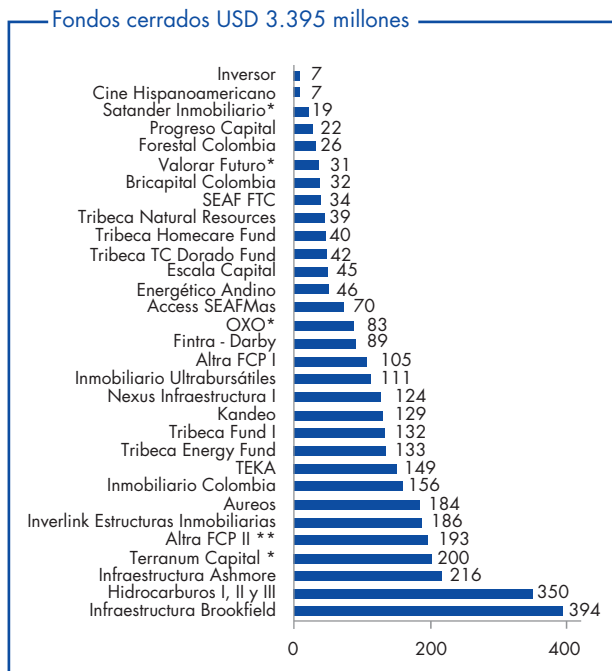


Ilustración 1. Fondos de Capital Privado cerrados en Colombia
Fuente: Bancoldex (2012)

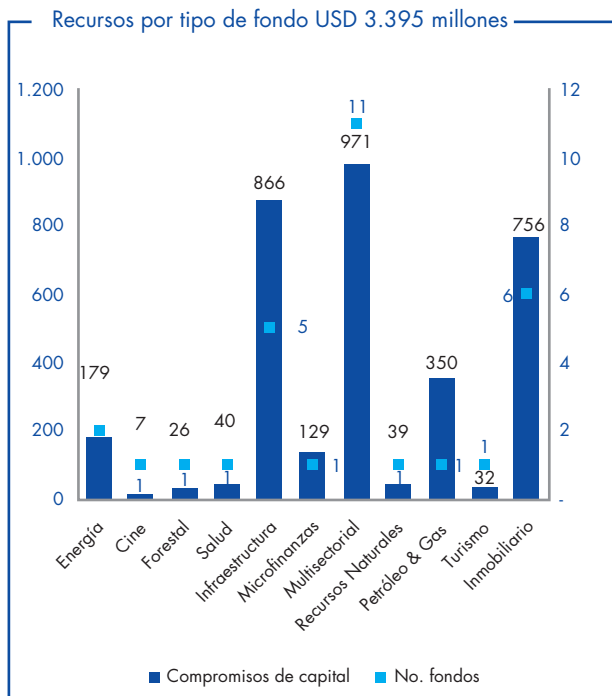


Ilustración 2. Fondos de Capital Privado cerrados en Colombia
Fuente: Bancoldex (2012)

Una revisión más detallada permite identificar que los proyectos en los que se ha invertido en diversos sectores del país, tienen como característica un potencial de crecimiento elevado, procesos de

cambio por disrupción del mercado, ventajas competitivas sostenibles, potencial de desarrollar una presencia regional, capacidad para generar empleo directo e indirecto y demostrada inclusión de población vulnerable.

Discusión

Alternativas de financiación diferentes al endeudamiento bancario, causan un impacto positivo en la generación de valor económico para el propietario y los Stakeholders, de manera que las industrias de capital de riesgo se constituyen en una valiosa alternativa al no restar liquidez en vista de que los créditos para Mipymes suelen darse a corto plazo y con altas tasas de interés por la inseguridad que supone una empresa con poco recorrido en el mercado; sin contar con las condiciones adicionales asociadas al crédito y que también le representan afectación negativa: tasas de interés diferenciadoras que encarecen la deuda (a mayor tasa de interés, menor es el valor económico de las empresas), gravamen a los movimientos financieros, impuesto al valor agregado, entre otros.

El hecho de que las fuentes de financiación a través de las industrias de capital de riesgo se hagan a modo de inversión en la empresa, presume en primera instancia una carga más liviana en la liquidez de la misma y por ser un inversionista, el ente financiador puede ayudar en la toma de decisiones a los emprendedores colombianos, para llevar a la empresa a consolidarse en el mercado; pues en algunos casos las empresas de capital riesgo, invierten con el propósito de obtener una rentabilidad, que en muchas ocasiones no es alta, en vista de que la intención principal es ayudar a los nuevos empresarios a consolidar sus ideas de negocio; lo cual implica un impacto no tan elevado en la generación de valor económico de las Mipymes colombianas.

De igual manera, se requiere reconocer que la generación de valor no se relaciona de manera exclusiva con decisiones financieras, pues en Colombia las Mipymes son alta fuente de generación de empleo, por ello es necesario implementar acciones que propendan por generar condiciones para la creación,

circulación y acceso a la cultura emprendedora desde el marco de la formalidad, protección de la propiedad intelectual para los emprendedores, información efectiva, fortalecimiento del entorno institucional en el país, integración con mercados y sectores productivos nacionales e internacionales, así como mejoramiento en las habilidades y condiciones del capital humano de la región y el acceso a TIC. Todo esto requiere una inversión de recursos que de una u otra manera pueden cuantificarse y se convierten en activos para las Mipymes, toda vez que permiten potenciar el desarrollo económico de la región y generar condiciones para la sostenibilidad de las empresas y de los agentes que las conforman.

En ese orden de ideas, algunos consejos para la creación de valor a un emprendedor o propietario de una Mipyme son:

Como emprendedor; reconocer sus fortalezas y necesidades de apalancamiento, bien sea financiero o de constitución de alianzas estratégicas. Porque dependiendo del eslabón que represente la unidad productiva en la cadena de valor, serán sus requerimientos. Los roles podrían ser: creación, producción, distribución, consolidación, auditorías.

Se requiere identificar el modelo de gestión bajo el cual se va a operar: organizaciones de economía social y solidaria, organizaciones emergentes, organizaciones en vías de consolidación u organizaciones consolidadas. Este tema es vital porque con base en ello se identifican los recursos para la operación, la asistencia para el negocio, la regulación y la competencia.

Invertir en activos que renten por encima del costo del capital, si esto no sucede, tampoco será posible pagar las obligaciones que genera la adquisición de ese activo, lo que afecta las operaciones en un corto y largo plazo y podría conducir a la quiebra; lo que afectaría tanto al inversionista, como a las familias que se queden sin empleo y al entorno comunal donde se desempeña la empresa.

Elegir el apalancamiento financiero adecuado, de tal forma que la empresa sea financiada no solo por socios sino por terceros (bancos, ayudas estatales,

industria de capital riesgo), procurando siempre diversificar el riesgo, disminuir la tasa impositiva y con ello aumentar el valor económico agregado (EVA).

Identificar el ciclo de caja más conveniente que permita una correcta administración de inventarios, cartera (clientes) y proveedores, de tal forma que se fidelicen los clientes pero que permita el pago oportuno a proveedores y la debida reposición del inventario.

Finalmente, procurar la existencia de una sinergia entre las instituciones públicas e instituciones formativas para la generación de espacios para la transferencia de conocimiento y protección a la misma, la identificación de brechas sectoriales, acceso a programas de fomento – ángeles inversionistas - y dinamismo de la balanza comercial del país.

Conclusiones

Las fuentes de financiación para las Mipymes suelen ser escasas y si acceden al mercado financiero, las tasas de interés son muy altas por todos los costos adicionales que supone el crédito; además de la tasa de interés diferenciadora. Esto conlleva a un impacto negativo en la generación de valor económico para la compañía. Por lo tanto, si tienen la posibilidad de acceder a fuentes de capital de riesgo es probable que obtengan una mayor liquidez para maniobrar en la operación a corto término, lo que generará en el mediano y largo plazo un impacto positivo en la generación de valor económico. Caso contrario ocurre en la financiación con entidades bancarias en vista que se viola el principio de conformidad financiera.

Las industrias de capital de riesgo, son una alternativa viable para las empresas nacientes y jóvenes, debido a que las mismas apoyan tales emprendimientos siempre y cuando sean viables financieramente y atractivos a los inversores. Lamentablemente, existe desconocimiento de los mecanismos que operan en el país para la atracción de este tipo de inversión, pero es sin lugar a dudas una excelente opción para promover el fortalecimiento económico y buscar la atracción de inversión extranjera que desee aprovechar las bondades de un ecosistema de emprendimiento



que realmente no se ha explotado y que sin lugar a dudas redundará en la disminución de brechas sociales.

Al momento de poner en marcha un proyecto empresarial, el emprendedor inicia una aventura que no solo representa sus sueños individuales sino también los de su familia, imprimiendo un grado de responsabilidad mayor, situación que debe atenderse y estimularse con especial cuidado, buscando que el nuevo emprendedor sea capaz de identificar sus fortalezas y aquellos aspectos en los que debe capacitarse, además de desarrollar habilidades esenciales para el ejercicio de cualquier actividad empresarial. En este punto el inversionista de riesgo puede ser muy valioso, ya que usualmente su aporte no se limita a recursos financieros, sino también a conocimiento y experiencia.

Referencias

- Bancoldex. (2012). Fondos de capital privado. Bogotá: Grupo Salmántica S.A.S. Recuperado de https://www.colombiainvierte.com.co/sites/default/files/des-cargable/bancoldex_fondos_de_capital_privado.pdf
- Congreso de la República de Colombia. (2 de agosto de 2004). Ley 905 de 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. Recuperado de http://www.secretariasecna.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html
- Daft, R. L. (2007). Teoría y diseño organizacional. Recuperado de <http://latinoamerica.cengage.com>
- Damodaran, A. (2010). Applied corporate finance. John Wiley & Sons
- Delgado, L. D., Gil, O. M., Gutiérrez, M. P., & Cardona, C. P. (2019). Diseño de un sistema de clasificación de riesgos para proyectos financiados a través de plataformas digitales bajo la modalidad del crowdfunding financiero. Espacios, 40(11), 15. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a19-v40n11/19401115.html>
- Ferraro, C. A., & Goldstein, E. (2011). Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Recuperado de <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/3909>
- Fracica Naranjo, Germán (2009). La financiación empresarial y la industria del capital de riesgo: estructura y conceptos. Revista Escuela de Administración de Negocios, (66), 31-65. [Fecha de Consulta 20 de Junio de 2020]. ISSN: 0120-8160. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=206/20620269003>
- Hurtado J. (2010). El proyecto de investigación: metodología de la investigación holística. Bogotá, Colombia: Quiron ediciones
- Linares, H. (2013). Banca Venezolana. Antecedentes, riesgo bancario y de crédito, créditos documentarios, fideicomisos y mercados de capitales. H. Linares, Modelo CAMEL, 192-193
- Naranjo, G. F. (2013). La financiación empresarial y la industria del capital de riesgo: estructura y conceptos. Revista EAN, (66), 31-66. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20620269003.pdf>
- Quintero, R. (23 de agosto de 2019). Acopi insiste en aprobar ley de plazos justos. El Heraldo. Recuperado de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/en-vista-acopi-insiste-en-aprobar-ley-de-plazos-justos-660044>





A	B	A+B
1	3	4
2	8	10



Universidad Libre
Seccional Barranquilla

Informes:
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Carrera 46 No. 48-170 Tel.: 367 3853 Ext. 277
www.unilibrebaq.edu.co

ISSN 0124-0099



9 770124 000057