

CONGRESO

Reflexiones sobre Administración

“Tendencias Actuales de Investigación Administrativa”

Octubre 4, 5 y 6 de 2017

Primer Encuentro Nacional de Semilleros de Investigación
de la Escuela de Economía, Administración y Negocios -
UPB Sistema Nacional

MEMORIAS

ORGANIZAN:



SECCIONAL PALMIRA
Vigilada Mineducación



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Las Facultades de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, Universidad Santiago de Cali sede Palmira y la Facultad de Ingeniería y Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Palmira, durante el primer trimestre del año 2017 hicieron una apuesta por brindar un espacio de reflexión, lo cual dio origen a la realización en Octubre del mismo año, del primer Congreso 'Reflexiones sobre Administración (Tendencias Actuales de Investigación Administrativa)', desde tres ejes fundamentales: la filosofía de la administración, la teoría organizacional y administrativa y la tecnología administrativa.

El Congreso realizado fue la oportunidad para pensar y contribuir en la identificación de retos y perspectivas de la formación en Administración moderna, ya que como nos recuerda Gary Hamel, en su libro 'El futuro de la administración', "lo que obstruye finalmente el desarrollo de las organizaciones no es su modelo operativo, ni su modelo empresarial es su modelo administrativo" atado a teorías del pasado que ancla a las organizaciones en el tiempo y destaca la importancia de la innovación como factor clave para la competitividad y la permanencia en el mercado. En este sentido, las organizaciones de esta segunda década del siglo XXI vienen experimentando una serie de cambios en orden de lograr un estilo de dirección flexible, dinámico, descentralizado del poder y la autoridad, sin que se pierda la responsabilidad, asumiendo a la administración desde el empoderamiento de los trabajadores.

Este evento congregó la participación de Investigadores de Universidades como: Universidad Nacional de Colombia sede Palmira y Manizales, Universidad EAN, Fundación Universitaria Lumen Gentium, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Universidad Pontificia Bolivariana (sede Medellín, Seccional Bucaramanga y Seccional Palmira), Universidad del Valle, Universidad Santiago de Cali (seccional Palmira), Universidad del Atlántico, Universidad de la Amazonía, Universidad del Tolima, Universidad Católica de Pereira, Universidad Autónoma de Manizales, Universidad de la Salle y Corporación Universitaria Americana.

En cuanto al eje temático la Filosofía de la administración, se presentaron 18 ponencias, resultados de investigaciones, que aportaron distintas visiones del discurso administrativo desde lo epistemológico, lo ontológico y lo ético.

Respecto al eje temático en Teoría Organizacional y Administrativa, igualmente se presentaron 18 ponencias resultados de investigaciones y artículos de reflexión entre los que se destacan aportes significativos frente a las capacidades de innovación empresarial, la responsabilidad social organizacional, los nuevos retos de la gestión humana, entre otras.

Con relación al eje temático Tecnología Administrativa, se presentaron 12 ponencias, productos de investigaciones que incluían modelos matemáticos como herramientas para resolver asuntos gerenciales y de análisis respecto al entorno económico, entre otras.

Finalmente, es el momento para agradecer a todas las personas que directa o indirectamente acompañaron la realización de este evento, a conferencistas, investigadores, docentes, estudiantes y demás.

Vivian Patricia Valencia Giraldo
Directora Programa de Administración de Empresas
Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira

CONGRESO REFLEXIONES SOBRE ADMINISTRACIÓN

PRIMERA EDICIÓN: “TENDENCIAS ACTUALES DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA”

FECHA: OCTUBRE 4, 5 Y 6 DE 2017

PERIODICIDAD: BIENAL

CRÉDITOS

COMITÉ ORGANIZADOR

Carlos Tello Castrillón

Universidad Nacional de Colombia - Palmira

Magíster en Administración de la Universidad del Valle
Doctorando en Ingeniería, énfasis Industria y Organizaciones de la Universidad Nacional de Colombia.
Líder del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN
E-mail: Catelloca@unal.edu.co

Elkin Fabriany Pineda Henao

Universidad del Valle - Cali

Administrador de empresas
Licenciado en Filosofía [Universidad del Valle]
Estudiante de Maestría en Filosofía Universidad del Valle
Miembro del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN Representante del Grupo Episteme: Filosofía y Ciencia del departamento de Filosofía de la Universidad del Valle
E-mail: elkin.pineda@correounivalle.edu.co

Isabella Hernández Madroño

Universidad Nacional de Colombia - Palmira

Estudiante Administración de empresas,
Miembro del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN
E-mail: daihernandezma@unal.edu.co

José David Londoño Cardozo

Universidad Nacional de Colombia - Palmira

Estudiante Administración de empresas,
Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN
E-mail: jodlondonoca@unal.edu.co

Angélica María Salgado Villegas

Universidad Santiago de Cali - Palmira

Administradora de Empresas
Docente - Programa Administración de Empresas
E-mail: angelica.salgado00@usc.edu.co

Paola Andrea Salazar Valencia

Universidad Pontificia Bolivariana – seccional Palmira

Economista – Especialista en Gerencia.
Candidata a Magíster en Administración de Empresas
Docente investigadora - Programa Administración de Empresas
Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones
E-mail: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

Vivian Patricia Valencia

Universidad Pontificia Bolivariana – seccional Palmira

Administradora de Empresas
Especialista en cooperación internacional y Gerencia social.
Candidata a Magíster en Administración de Empresas.
Directora del Programa Administración de Empresas
Miembro del Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones
E-mail: vivian.valencia@upb.edu.co

Marino Rengifo García

Universidad Pontificia Bolivariana – seccional Palmira

Economista – Magíster en Intervención Social en las sociedades del Conocimiento
Doctorando en Sociedad de la Información del Conocimiento
Docente investigador - Programa Administración de Empresas
Miembro del Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones
E-mail: marino.rengifo@upb.edu.co

COMITÉ CIENTÍFICO

Carlos Tello Castrillón

Universidad Nacional de Colombia - Palmira

Administrador de empresas

Magíster en Administración de la Universidad del Valle

Doctorando en Ingeniería, énfasis Industria y Organizaciones de la Universidad Nacional de Colombia.

Líder del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN

E-mail: Catelloca@unal.edu.co

Elkin Fabriany Pineda Henao

Universidad del Valle - Cali Administrador de empresas

Licenciado en Filosofía

Estudiante de Maestría en Filosofía Universidad del Valle

Miembro del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN

Representante del Grupo Episteme: Filosofía y Ciencia del

departamento de Filosofía de la Universidad del Valle

E-mail: elkin.pineda@correounivalle.edu.co

Luz Saray Gómez

Universidad Nacional de Colombia - Palmira

Estudiante de Administración de empresas

E-mail: lusgomezmer@unal.edu.co

Paola Andrea Salazar Valencia

Universidad Pontificia Bolivariana – seccional Palmira Economista – Especialista en Gerencia.

Candidata a Magíster en Administración de Empresas

Docente investigadora - Programa Administración de Empresas

Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones

E-mail: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

Liliana Lotero Álvarez

Universidad Pontificia Bolivariana – Medellín

Economista - Especialista en Gerencia de Proyectos

Magíster en Desarrollo

Coordinadora Grupo de Investigación GIP3 - Portafolios, Programas y Proyectos

Coordinadora Semilleros de Investigación de la Escuela de Economía, Administración y Negocios

Docente investigadora - Facultad de Economía

Miembro del Instituto de Estudios Metropolitanos y

Regionales –IEMR-UPB; Universidad Pontificia Bolivariana - Medellín

E-mail: liliana.lotero@upb.edu.co

Marino Rengifo García

Universidad Pontificia Bolivariana – seccional Palmira

Economista – Magíster en Intervención Social en las sociedades del Conocimiento

Doctorando en Sociedad de la Información del Conocimiento

Docente investigador - Programa Administración de Empresas

Miembro del Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones

E-mail: marino.rengifo@upb.edu.co

Erika Alexandra González Giraldo

Universidad Pontificia Bolivariana – seccional Palmira

Estudiante de Administración de Empresas

Email: erikaalexandra.gonzalez@upb.edu.co

GESTIÓN EDITORIAL

Juan Carlos Rodas Montoya

EDITORIAL UPB

Universidad Pontificia Bolivariana

Medellín – Colombia

Lorena Meneses Medina

Universidad Pontificia Bolivariana – seccional Palmira

Coordinadora Divulgación Científica

E-mail: lorena.meneses@upb.edu.co

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

BEAR & FOX

Agencia de Publicidad

www.bearandfox.com.co

CORRECCIÓN DE ESTILO

Marisol Salazar Valencia

vidaliteraria2016@gmail.com

CONTENIDO

FILOSOFÍA DE LA ADMINISTRACIÓN.....	7
MANAGEMENT PÚBLICO; GOBIERNO Y PLANES DE DESARROLLO EN COLOMBIA (1960-2020) <i>Rafael Vergara Varela</i>	8
LA ETNOEDUCACIÓN EMPRESARIAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE ETNO DESARROLLO..... <i>Herbin Jandry Amú Díaz</i>	25
CONSUMO COLABORATIVO: UNA REFLEXIÓN SOBRE SU INTRODUCCIÓN DESDE EL NEOINSTITUCIONALISMO..... <i>Libardo S. Acosta B</i>	35
CRÍTICA A LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS, FILOSÓFICOS Y ÉTICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL..... <i>Cristian David Rincón O</i>	42
LOS PRODUCTOS ELABORADOS BAJO PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO ¿REALMENTE INCIDEN LAS DECISIONES DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE HOY?..... <i>Juan Camilo Vallejo Vélez, Yuly Andrea Escobar Vanegas y Melissa Quintero Echeverry</i>	50
LA GESTIÓN HUMANA FRENTE A SUS NUEVOS RETOS SOCIALES, POLÍTICOS Y ECONÓMICOS: CONTEMPORANEIDAD Y TENDENCIAS..... <i>Nubia Lucero López Pinillos, Angie Karina Cruz Portilla y Diana Carolina Tapie González</i>	59
TECNOLOGÍA ADMINISTRATIVA.....	73
BINOMIO DE NEWTON Y DISTRIBUCIONES DISCRETAS EN LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES. <i>Henry Hurtado Bolaños y Ricardo Gómez Narváez</i>	74
CAPACIDADES DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN LAS MIPYMES VINCULADAS AL PROGRAMA ALIANZAS PARA LA INNOVACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA – VALLE DEL CAUCA.... <i>Edwin Gilberto Giraldo Henao, Ana Cristina Galvis Galvis, Jeniffer Renteria Torres y Isabel Cristina Quintero</i>	87
EL ENTORNO ECONÓMICO REGIONAL Y FLUJOS DE EFECTIVO DEL SECTOR INDUSTRIAL PARA EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA (COLOMBIA)..... <i>Gabriel Eduardo Escobar, Arias Jairo Carmona Grajales y Jairo Toro Díaz</i>	100
EL LABORATORIO DE EMPRESA, MODELO DIDÁCTICO PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DE LA MEZCLA DE MERCADEO..... <i>Carolina Pinzón Escobar Fabián y Alejandro Pineda Fajardo</i>	115
EL RIESGO FINANCIERO EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN EL AÑO 2014..... <i>Jairo Toro Díaz, Juan José Vidarte González y Mariana Tabares Torres</i>	127
FACTORES QUE AFECTAN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MIPYMES DE SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE PALMIRA- VALLE DEL CAUCA..... <i>María Fernanda Ochoa Taborda, Daniela Andrea Polania Paredes y Lina Marcela Vargas García</i>	143
GEOMETRÍA DE PASILLOS EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENES: UNA MIRADA A LAS NUEVAS PROPUESTAS QUE REDUCEN TIEMPOS DE RECORRIDO. <i>Álvaro José Torres Penagos y Paola Andrea Salazar Valencia</i>	152
GESTIÓN EN PYMES AGROPECUARIAS MEDIANTE EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (CMI) CASO: PRODUCCIÓN DE LECHE EN GANADERÍA BOVINA..... <i>Juan Carlos Ruiz Torres, Gina Paola Fonseca Cifuentes y Maribel Martínez Montaña</i>	165

INDICADORES DE GESTIÓN EN EL PROYECTO “UN LITRO DE LUZ COLOMBIA”	179
<i>Danna Isabel Bedoya López</i>	
SIMULACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA “LEGO” <i>Diana Patricia Martínez Caicedo, Marino Rengifo García y Paola Andrea Salazar</i>	190
TEORÍA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA.....	202
ANÁLISIS INDICADORES DE EMPRENDIMIENTO GEM DE BUCARAMANGA Y COLOMBIA - AÑOS 2010-2011. <i>Gladys Rocío Ramírez Jurado</i>	203
ASPECTOS EMPRESARIALES Y LABORALES DE LAS MUJERES LÍDERES DE MIPYMES EN PALMIRA..... <i>Marino Rengifo García y Oscar Eduardo Sánchez</i>	218
COMPLEJIDAD Y EL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO-ORGANIZACIONAL: LA EMPRESA VIVIENTE..... <i>Leonardo Ramírez Martínez y Andrés Alberto Arias Pineda</i>	231
CRECIMIENTO DEL EMPLEO Y PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LAS MYPES PARA EL 2016 EN SANTIAGO DE CALI - BUGA - CARTAGO - PALMIRA Y SANTANDER DE QUILICHAO..... <i>Saulo Bravo García, Alexander Rojas Carlos y Alberto Mina Varela</i>	242
EL CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN Y LA METÁFORA DE LAS ORGANIZACIONES COMO PERSONAS..... <i>José Gabriel Carvajal Orozco, Julián Andrés Valencia García y Jhon Alexander Isaza Echeverry</i>	250
ESTUDIO DE LAS CONDICIONES LABORALES DE PROFESIONALES GRADUADOS ANTES DE 1990 Y DESPUÉS DEL 2000. ADMINISTRACIÓN FRENTE A CONTADURÍA, DERECHO Y MEDICINA..... <i>Santiago Panameño Torres</i>	260
INDUSTRIA CULTURAL Y RSO: CONDICIONES LABORALES DE UNA ORGANIZACIÓN DE FOMENTO A LA DANZA..... <i>Linda Paola Ospina Díaz y Carlos Tello Castrillón</i>	269
LA GESTIÓN EN LAS ORGANIZACIONES DESDE UNA PERSPECTIVA DE LAS RELACIONES HUMANAS E INTERPERSONALES..... <i>Romario Barrios Hernández Laura Camila Rivera Villegas</i>	277
RESPONSABILIDAD SOCIAL E IMPACTO DE LOS AUTOSERVICIOS DE LA CIUDAD DE PALMIRA – VALLE DEL CAUCA EN EL POSCONFLICTO..... <i>Oscar Eduardo Sánchez, Marino Rengifo García y Aldivey García Jenny Román Arias</i>	286
RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL EN UN ESCENARIO DE POSACUERDO: UNA REVISIÓN..... <i>Ana Milena Martínez Santander, Viviana Alejandra Ramos y Enríquez Carlos Tello Castrillón</i>	295
RESPONSABILIDAD SOCIAL, UN DESAFÍO ORGANIZACIONAL: UN ANÁLISIS DE ENFOQUES Y MODELOS DE IMPLEMENTACIÓN..... <i>María Alejandra Bravo Claros, Daniela Rivillas López y Adriana Rosa Rojas Carrillo</i>	305
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL, UNA INICIATIVA VOLUNTARIA O UNA OBLIGACIÓN MORAL ANTE EL STAKEHOLDERS: SOCIEDAD..... <i>Adriana Delgado Rodríguez, Paola Andrea Salazar Valencia, Álvaro José Torres Penagos y Oscar David Ledesma Mondragón</i>	318
CÓMO INICIAR MI PROPIA EMPRESA: UN MODELO DE NEGOCIO ESTRUCTURADO QUE GENERA VALOR..... <i>Gustavo Adolfo Villa Vaquero, Adriana Delgado Rodríguez y Paola Andrea Salazar Valencia</i>	329
EL CRECIMIENTO ECONÓMICO: SU PROTAGONISMO EN EL DESARROLLO HUMANO..... <i>Paola Andrea Salazar Valencia, Adriana Delgado Rodríguez, Marino Rengifo García y Jennifer Lizeth Murillo Mosquera</i>	338

**FILOSOFÍA
DE LA
ADMINISTRACIÓN**

Management público; gobierno y planes de desarrollo en Colombia (1960-2020)

Rafael Vergara Varela¹

RESUMEN

La ponencia socializa mi proyecto de investigación en el Doctorado de Administración de la Universidad del Valle. Este trabajo busca analizar histórica e institucionalmente, los alcances del management público reflejados por las políticas públicas planificadoras en nuestro país durante los últimos sesenta años. Al respecto, esta investigación aborda temas conexos como; lo social, lo económico, lo jurídico, lo político y el contexto público administrativo. Ahora bien, bajo el análisis hermenéutico de la metodología aplicada, esta tesis doctoral aporta a la sociedad respuestas sobre el desarrollo institucional. Permite estudiar, analizar, identificar y comprender la complejidad de la administración pública, su manejo y su dirección (*management público*) mediante a la triada; *Gobierno, Estado y sus políticas en nuestro país desde 1960*.

Palabras Clave: Administración Pública, Hermenéutica Histórico Institucional, Análisis de Políticas Públicas, Técnica Cualitativa de Análisis de Contenido, Planes de Desarrollo Presidencial en Colombia.

1. Management público, ejemplos concretos en el contexto histórico-institucional.

Los conceptos académico-experimentales de planeación (técnico-racional-instrumental) y management público -llámese; (manejo, gestión, administración y gobierno) en el contexto de la larga duración histórica son términos o prácticas más bien recientes, en medio de la modernidad. Sin embargo, a manera de síntesis histórica y bajo una pesquisa de reconstrucción institucional mediante el análisis histórico-documental, aparecen los significados y las representaciones de los términos; *administración, gobierno, empresa, manejo, dirección o emprendimiento, los cuales se presentarán a continuación*.

Ahora bien, el sujeto político aparece desde el desarrollo de la antigüedad en Grecia. Por lo tanto, el contexto ateniense expone a una organización que se reafirma en su individualidad (Vernant, 2001). De hecho, *Jenofonte* ya habla implícitamente de la *administración* como una forma de instruir sobre la dirección eficiente y el liderazgo (Gompertz, 1955). Basta recordar que la sociedad griega planteó dos ideas de individualismo. Una determinada por el gobernante autoritario que tenía el poder para tomar decisiones administrativas para el interés social.

¹ Economista y MSc en Políticas Públicas. Candidato a PhD en Administración de la Universidad del Valle. Profesor de Políticas Públicas y de Gestión Pública del Programa Académico de Estudios Políticos y Resolución de Conflictos, adscrito al Instituto de Educación y Pedagogía IEP (Univalle). Investigador de los grupos: Derecho, Estado y sociedad, y Gestión y políticas públicas, adscritos a la Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad del Valle. Email: rafael.vergara@correounivalle.edu.co

La otra conceptualización se determinó al desarrollo del ciudadano individual, quien tomaba decisiones. Estos dos conceptos contribuyeron a la formación de la sociedad griega sobre la idea de “*la administración*”. Por ello, *Jenofonte* expresó sus ideas en términos del individuo que toma decisiones, es decir, su discurso se centró en la capacidad humana planteada por liderazgo como objeto principal de *la administración*. Esto significa que un buen administrador se esfuerza por incrementar el excedente de la unidad que coordina; ya sea la familia, la ciudad o el Estado y esto se logra a través de la habilidad, el orden y la división del trabajo.²

Siglos después, el emprendimiento en su relación cultural e histórica con el hombre se está asociando desde tiempos antiguos con el desarrollo de artes, oficios o tareas, por ejemplo; el arquitecto o maestro de obra era la persona que asumía una construcción, de igual manera (el guerrero que emprende una conquista), propio del espíritu de las cruzadas de la Edad Media³ (Maca & Vergara, 2017). Al respecto, la cultura del emprendimiento aparece en la historia institucional como empresas de libre iniciativa y con la racionalidad de generar ganancias, tal cual como sucedió en el mercantilismo europeo del siglo XIV al XVII, donde la iniciativa individual maximizaba el poder de la nación a través de la balanza comercial favorable⁴ (Roll, 1978). El origen emprendedor fruto de estas empresas de navegación permitió conectar y consolidar el comercio entre Europa a África y Oriente (Zipango y Cathay), por lo tanto, esta iniciativa mercantilista permitió viajar hacia nuevos mundos con el motivo de hacer empresa como lo hizo Colón en 1492 (Formichella, 2004).

Posterior a 1492, la invasión y saqueo al nuevo mundo fue una iniciativa fruto del espíritu empresarial propuesto por las empresas españolas de conquista y colonización, con ánimos de lucro bajo el auspicio de la corona sobre la base de la exploración y explotación del territorio (Galeano, 2004). Instituciones como; la mita, el resguardo, la encomienda y el concierto, fueron prueba de ello. Esto significó el exterminio, la desolación y la muerte de la población indígena -por estas razones; “*Colón descubrió el continente de América, pero no a los americanos*”, es decir, desde la Península se implementó una toda una política reinención y una tipología que desconoce al otro para reivindicar una raza superior bajo esquemas como; el orden, la evangelización y la civilización, generados desde el eurocentrismo y el colonialismo (Todorov, 2007; Rabasa, 2009).

Por tanto, el impacto jurídico-político de las empresas de conquista, coloniaje y vasallaje en América, tuvo estas repercusiones; primero, no todos los peninsulares vendrían al nuevo mundo dado el poco conocimiento e información que tenían sobre el territorio, por lo tanto la participación de algunas empresas con conquistadores de dudosa reputación amparados por cédulas reales, les permitieron a estas empresas embarcar tripulación integrada por; mercenarios, criminales, reos y gente de baja calaña de la sociedad española de la época (Herzog, 1995; Agüero, 2014). Segundo, el choque cultural, social y psicológico que significó la supuesta evangelización y el llamado al orden a la civilización con enfoque eurocéntrico, efectivamente implicó una extinción de tribus indígenas

² La división del trabajo es el argumento central y básico en las teorías y autores clásicos de la organización (Smith, Taylor, Fayol)

³ El contexto histórico de la palabra emprendimiento responde a la transición de la sociedad europea entre el feudalismo y los inicios del capitalismo donde realizar empresa implica un trabajo pionero en cualquier orden de actividad económica

⁴ La balanza comercial favorable justifico que un país es más rico económicamente si tiene mayor cantidad de metales (oro y plata) fruto del comercio internacional, esto implica que sus exportaciones son mayores que sus importaciones por tanto hay una ganancia en términos del intercambio de metales

(Semo, 1973; Colmenares, 1989). Y tercero, la corona española se aseguró *per se* el monopolio y control de los territorios desconociendo posteriormente las capitulaciones a las *empresas* de conquista como de colonización, entre ellas a la iglesia católica, a tal punto que asumió para sus propios intereses económicos como política fiscal el diezmo eclesiástico (Hera, 1992; Sotelo, 1990).

Posteriormente, España de la casa Asturia y Borbónica del coloniaje de siglos XVI al XVIII se circunscribió con las lógicas institucionales del absolutismo europeo, donde la figura del monarca concentraba todos los poderes *administrativos* como una manera de preservar y mantener el orden para guiar el reino, de manera pues, que su majestad resuelve el conflicto-leviatán a través del estado de naturaleza (Anderson, 1979; Sánchez, 2002). Bajo este manejo *político-administrativo* la corona española dictaminó y transfirió políticas a sus colonias con el ánimo de pacificar a sus súbditos al otro lado del Atlántico. A estos territorios por parte de la metrópoli nunca se los consideró como una sociedad feudal (Kalmanovitz, 2008).

De esta manera, el modelo *político-administrativo* del poder español sobre la base del absolutismo monárquico buscó en sus colonias americanas la subordinación total a la corona mediante instituciones bastante difusas en medio una complejidad institucional en América, (claro está, sin existir una división de poderes públicos), es decir, fue un modelo de *gobierno* de orden sistémico donde coexistían sincrónicamente; virreinos, capitanías generales, presidencias, audiencias y cabildos, sin el menoscabo de delimitar sus poderes económicos, administrativos, políticos, jurídicos y militares, pero al mismo tiempo sin la claridad y certeza exacta de su autonomía en la toma de decisiones (Brendecke, 2012).

Respecto lo anterior, durante los primeros años del siglo decimonónico, la población americana ilustrada y pudiente de ascendencia española vulgarmente denominada como; “*criollos*”, declaraba su inconformismo frente a la distribución administrativa del poder de la América española, dado que estos al ser *manchados de la tierra*, no tenían ninguna posibilidad de aspirar a un cargo de dirección en la administración colonial (Lynch & McShane, 1976; Domínguez, 1985; Arango, 2012). Esta medida arbitraria impuesta desde la metrópoli a los “*españoles de segunda*” lo que generó en ellos fue malestar y sin sabor hacia la corona, como también todo tipo de contradicciones ideológicas frente a la estructura del gobierno monárquico, dado que para ese momento en Europa como en la naciente Estados Unidos trasegaban ya por la era de las revoluciones, las cuales se sustentaban en torno al corpus teórico del demo-liberalismo en su enfoque integral desde lo económico, lo político y social (Hobsbawm, 1977; Romero, 2001; Guerra, 2011). He aquí pues, el origen del germen del descontento, de la insubordinación, de la conspiración, de los movimientos de subversión y sedición americanos hacia la *administración peninsular*.

De otra parte, España se ve imbuida también por los efectos político-internacionales de; la Revolución norteamericana (1776), la Revolución francesa (1789), las guerras napoleónicas (1792-1815), la invasión de Napoleón a la Península (1807-1808) y su posterior guerra de liberación (1813). Por ello, el impacto de la invasión Napoleónica en el territorio español generó una captura del Imperio como del *gobierno*, para poner en *jaque* al *Rey Fernando VII*. En consecuencia, el resultado político-administrativo es “*un vacío de poder*”, que por razones obvias representó un golpe de Estado.

Además, esta situación caótica conllevó por las mismas fechas enunciadas a la conformación de “*Juntas locales de gobierno*”⁵ para tratar de administrar el territorio en medio del conflicto (Castells, 1989; Castells & Fernández, 2008).

Los efectos de la coyuntura institucional de la madre patria, fueron la cuota inicial para el origen de las independencias en América Latina, las cuales estuvieron claramente presentes mediante el establecimiento de cabildos o “*Juntas de Gobierno Autónomo*” desde ciudad de México, Caracas, Bogotá, Quito, Buenos Aires a partir del año 1810 (Rodríguez, 2001). Sin embargo, al ser hechos aislados cada una de estas declaraciones políticas a nivel municipal, allí radicó su error de cálculo, debido que al no estar unificados los pueblos, terminaron siendo presa fácil de su propio destino principalmente por el problema de líderes ambiciosos con afán de protagonismo, los cuales carecían de visión, misión y cohesión alrededor de la *empresa* de la independencia (Rodríguez, 2005; Martínez, 2008).

Es decir, la miopía institucional Latinoamericana de estas Juntas de Gobierno local, radicaron básicamente en que no tuvieron en cuenta que los franceses bonapartistas habían sido derrotados y expulsados de la Península en el año de 1813. Por lo tanto, en 1814 se aceleró el retorno de *Fernando VII* y con este, el regreso del absolutismo (De la Parra, 2014; Sánchez, 2014; Rújula, 2014). Por tal motivo, la metrópoli organiza y planea el retorno a sus colonias de ultramar, mediante la denominada; “*reconquista*”. En consecuencia, estas insurrecciones fueron fácilmente pasados por las armas de los ejércitos españoles de la retoma. (Mercado, 1963; Moreno, 2009).

1.1 Estado y management público en Colombia Siglo XIX, un proyecto institucional.

La propuesta político-institucional en la *empresa* por la independencia, la realizó Bolívar en medio de la clandestinidad (el 6 de septiembre de 1815). En la declaración⁶ histórica se expresa una serie de hechos coyunturales y estructurales que de manera holística desconocieron la autonomía de los pueblos americanos. Además, los describe con el fin de no cometer los mismos errores, en especial el periodo de las juntas y los cabildos. Por lo tanto, Bolívar insta a la unidad continental e invita a Europa para enfrentar el embate del Imperio Español. Su visión como también su planeación institucional, lo imagina bajo el proyecto de un Estado Colombiano fuerte y unificado en el contexto democrático de una república central con plena división de poderes.

Por ello, el desarrollo institucional colombiano gravitará el resto del siglo decimonónico entorno a la construcción de un modelo de Estado-Nación en lo económico, jurídico, político-administrativo y social. Claro está, que su modelo administrativo-territorial después de 1830, revivirá el debate político -de La Patria Boba- entre el federalismo y el centralismo bajo una urdimbre de siete constituciones que equivalieron también a guerras civiles por un proyecto de empresa; “*Estado-Nación*” pero sin infraestructuras evidentes para su desarrollo.

⁵ Hecho que se replicó en toda América española generando divisiones populares, utopías políticas e intentos frustrados de republiquetas como también innumerables conflictos civiles por la conformación de la autoridad, de las formas de gobierno y de un modelo de Estado en lo territorial. En el contexto colombiano está perdida de tiempo entre federalistas y centralistas se denominó históricamente como: “*la patria boba*”.

⁶ Es decir, la carta de Jamaica, cuyo título original era; “*Contestación de un Americano Meridional a un caballero de esta Isla*”.

Sin embargo, hay que recordar que existió una gran diferencia entre el país formal (normas, decretos, leyes) y el país nacional. Esto significó que la realidad público administrativa del naciente Estado Colombiano está evidenciando todo lo contrario a la filosofía liberal; el Estado es coercitivo, el gobierno tiende a la dictadura, es oligárquico, poco representativo y autoritario. El sistema de administración del Estado es similar al colonial con la misma carga de impuestos, (excluyendo el tributo indígena) además se pasó de virreinos y capitanías a intendencias (González, 1986). Por estas razones, las constituciones anteriores a 1886 demostraron que fueron un híbrido entre; las tendencias demo-liberales para los términos formales en que fue constituida, y en sus realidades guardan bastante relación con la vieja arquitectura absolutista. Por ejemplo; aquí el constituyente primario no es el pueblo sino las élites a las que el conjunto de la población se subordina, sumado a que el concepto político de ciudadanía está catalogado por la escolaridad y el patrimonio que tenga la persona. Por tanto, plantear que la soberanía está centrada en el pueblo fue una gran estrategia (Wills, 1998; Malagón, 2008).

Se tiene entonces que a partir de esta era decimonónica nuestro país en lugar de ser democrático, incluyente y desarrollado, muestra una distancia considerable con el corpus teórico del liberalismo porque la naciente Colombia será un escenario totalmente atrasado y desfasado guardada las proporciones del orden capitalista mundial. Además, su estructura política es (gamonalista)-corporativista dado que los militares y otros sectores de poder regional tendrán el management del Estado a su acomodo durante el siglo XIX en las diferentes versiones político-administrativas de modelo de Estado.

Desde lo económico, se busca insertar al país en una apertura competitiva hacia el mercado exterior, pero las condiciones colombianas de este periodo son bien distintas al mundo desarrollado, porque su infraestructura como también sus técnicas agropecuarias y de extracción minera son, todavía pre-capitalistas. Se agrega también que el país por su alta accidentalidad geográfica, no permite integrar plenamente un mercado nacional, sino que su economía gira alrededor los productos de la hacienda en el contexto de un mercado local incipiente (Melo, 1989; Laurent, 2008). En relación a su régimen de impuestos estos circulan alrededor de productos altamente especulativos como; el añil, el tabaco, el caucho y la quina. Como se puede notar, todavía no hay una ruptura con las formas de producción del modelo colonial. Desde el punto de vista social el territorio sigue enmarcado en un sistema de castas con plena subordinación a un hacendado o a un cacique regional en términos políticos. La manumisión sigue siendo un tema de discusión y división política, la cual solo tiene resolución definitiva en 1851. (Deas, 1973; Tovar, 1994; Almario, 2001).

Las constituciones del periodo (1832-1843) tienen los mismos vicios del pasado, los cuales no reconocen plenamente el concepto de ciudadanía política por igual al conjunto de la sociedad, sino que esta categoría se mantiene únicamente sobre la base del nivel educativo de las personas más su capacidad económica. En estas dos realidades operó la capacidad de elegir y ser elegido lo cual no es una democracia plena, sino que es un poder estratificado y excluyente con vicios aristocráticos en un régimen de caudillismo regional de carácter militar y hacendatario.

En Colombia entre los años 1843 a 1886, se establece federalismo de Estado bajo la estructura político-administrativa de la Confederación Granadina (*Constitución de 1843*) y los Estados Unidos de Colombia (*Constitución de 1863*). En esencia este modelo político-administrativo responde a una "hegemonía liberal" partidista, que encontró en el orden regional confederado el modelo apropiado

para fortalecer los intereses del caciquismo político bajo la falsa fachada de autonomía. Desde el deber ser, se entendió que el modelo federal podría ayudar a desarrollar las regiones en nuestro país e integrarlas eficientemente cosa que en efecto no ocurrió, es más el modelo ayudó a generar más división, conflicto y tensión entre regiones. Además, este modelo ayudó a monopolizar y reconcentrar el poder regional de las élites conservadoras y liberales, es decir esta propuesta respondió a un pacto o aun contrato social de oligarquías en pro del mantenimiento del *status quo*. (Tirado, 1981; Cadavid *et al*, 2012; Veloza, 2013).

Por ello, durante el periodo de casi 45 años se impuso un leseferismo de Estado que fue difícil de cumplir porque no existían las infraestructuras y las condiciones necesarias para su desarrollo. Entonces, lo que existió fue un federalismo de otredad desde las élites, donde ellas mismas fueron un obstáculo para el desarrollo. Este proyecto político fue más discurso que realidad, por lo tanto, este modelo fue más bien una copia burda del sistema federal norteamericano donde quedaron pendientes temas como; la democracia, la libertad centrada en el sujeto, la inclusión social, la industrialización, la soberanía centrada en la nación, la ciudadanía política, el progreso económico y demás categorías que describen un contexto federal de carácter demo-liberal. En últimas, esta propuesta político-administrativa fue un intento frustrado de desarrollo que poco aportó en la construcción y consolidación del Estado-Nación, a tal punto que fue superado en medio del conflicto civil de 1885 por otro proyecto institucional (Ortiz, 1985; Gilmore, 1995; Cruz, 2001).

1.2 Instituciones; Estado y modernidad tardía en Colombia.

Ahora bien, la regeneración es una reforma al Estado como también a la administración pública para centralizar el poder, y de paso legitimar una constitución como la de 1886, donde se vincula al territorio un proyecto de país acorde con la estructura geopolítica de los nuevos departamentos y su subordinación a un gobierno nacional unitario. De igual forma, se reconoce un espíritu conservador para la vinculación Iglesia-Estado con un ánimo conciliador con el Vaticano a través de un concordato, el cual tiene en la norma de normas un Estado que cree en la misión divina en la Tierra. Además, construyó una identidad social a través de simbologías como; el escudo, la bandera y el himno nacional, donde la ley y el orden responden a los principios democráticos en una modernidad.

Desde lo económico, en esta periodización el país asiste por primera vez a la modernidad impulsada por la consolidación del café como el motor del desarrollo e identidad nacional, lo que significó que fuera el principal producto de exportación. Esto también coincidió con el inicio de las ferrerías, las cuales propiciaron el fortalecimiento del ferrocarril y con ello la conectividad, como también la integración regional. En suma, con estos antecedentes se da un paso hacia la primera Revolución Industrial y el crecimiento de las ciudades, generando como consecuencia una migración del campo a la ciudad, dado que el salario en dinero es un factor atrayente que el campo no tenía totalmente establecido (Ocampo, 1984; Melo, 1996; Kalmanovitz, 2008).

Derivado de lo anterior, se desprende desde el análisis sociológico lo siguiente: teniendo como precedente la modernidad tardía, los inicios de la industrialización en las dos primeras décadas de siglo veinte y la migración campo-ciudad, se hizo más evidente la formación y consolidación de movimientos sociales urbanos como; el gremio de artesanos y el sindicalismo, cada uno con intereses propios como organización de orden político que buscaban un proyecto de integración partidista asociado bajo las banderas del influjo del socialismo internacional. De igual manera,

incursionan actores populares que estuvieron subordinados por las élites por años como los indígenas, las negritudes y el movimiento campesino que buscaban el acceso a la propiedad y nuestro país e integrarlas eficientemente cosa que en efecto no ocurrió, es más el modelo ayudó a generar más división, conflicto y tensión entre regiones. Además, este modelo ayudó a monopolizar y reconcentrar el poder regional de las élites conservadoras y liberales, es decir esta propuesta respondió a un pacto o aun contrato social de oligarquías en pro del mantenimiento del *status quo*. (Tirado, 1981; Cadavid *et al*, 2012; Veloza, 2013).

Por ello, durante el periodo de casi 45 años se impuso un leseferismo de Estado que fue difícil de cumplir porque no existían las infraestructuras y las condiciones necesarias para su desarrollo. Entonces, lo que existió fue un federalismo de otredad desde las élites, donde ellas mismas fueron un obstáculo para el desarrollo. Este proyecto político fue más discurso que realidad, por lo tanto, este modelo fue más bien una copia burda del sistema federal norteamericano donde quedaron pendientes temas como; la democracia, la libertad centrada en el sujeto, la inclusión social, la industrialización, la soberanía centrada en la nación, la ciudadanía política, el progreso económico y demás categorías que describen un contexto federal de carácter demo-liberal. En últimas, esta propuesta político-administrativa fue un intento frustrado de desarrollo que poco aportó en la construcción y consolidación del Estado-Nación, a tal punto que fue superado en medio del conflicto civil de 1885 por otro proyecto institucional (Ortiz, 1985; Gilmore, 1995; Cruz, 2001).

1.2 Instituciones; Estado y modernidad tardía en Colombia.

Ahora bien, la regeneración es una reforma al Estado como también a la administración pública para centralizar el poder, y de paso legitimar una constitución como la de 1886, donde se vincula al territorio un proyecto de país acorde con la estructura geopolítica de los nuevos departamentos y su subordinación a un gobierno nacional unitario. De igual forma, se reconoce un espíritu conservador para la vinculación Iglesia-Estado con un ánimo conciliador con el Vaticano a través de un concordato, el cual tiene en la norma de normas un Estado que cree en la misión divina en la Tierra. Además, construyó una identidad social a través de simbologías como; el escudo, la bandera y el himno nacional, donde *la ley y el orden* responden a los principios democráticos en una modernidad.

Desde lo económico, en esta periodización el país asiste por primera vez a la modernidad impulsada por la consolidación del café como el motor del desarrollo e identidad nacional, lo que significó que fuera el principal producto de exportación. Esto también coincidió con el inicio de las ferrerías, las cuales propiciaron el fortalecimiento del ferrocarril y con ello la conectividad, como también la integración regional. En suma, con estos antecedentes se da un paso hacia la primera Revolución Industrial y el crecimiento de las ciudades, generando como consecuencia una migración del campo a la ciudad, dado que el salario en dinero es un factor atrayente que el campo no tenía totalmente establecido (Ocampo, 1984; Melo, 1996; Kalmanovitz, 2008).

Derivado de lo anterior, se desprende desde el análisis sociológico lo siguiente: teniendo como precedente la modernidad tardía, los inicios de la industrialización en las dos primeras décadas de siglo veinte y la migración campo-ciudad, se hizo más evidente la formación y consolidación de movimientos sociales urbanos como; el gremio de artesanos y el sindicalismo, cada uno con intereses propios como organización de orden político que buscaban un proyecto de integración partidista asociado bajo las banderas del influjo del socialismo internacional. De igual manera,

incursionan actores populares que estuvieron subordinados por las élites por años como los indígenas, las negritudes y el movimiento campesino que buscaban el acceso a la propiedad y tenencia de la tierra. Todos estos actores de conjunto no encuentran eco político-representativo durante la hegemonía conservadora dado que esta institucionalidad fue un estado corporativista que delineó un proyecto godo de otredad por cerca de 50 años en nuestro país. (Herrera, 2005; Maya, 2009).

Ahora entre 1930 y 1946 inicia en Colombia un cambio institucional denominado como; *la República Liberal*, el cual estaba delimitado históricamente por la gran depresión económica de 1929 y el fin de la Segunda Guerra Mundial en 1945. En si la política liberal realizó una apertura hacia las bases sociales y populares en el país, entre sus políticas públicas estuvieron: el intervencionismo económico de Estado con el fin de proteger la industria colombiana, la revolución en marcha, es decir, la industrialización del agro con el fin de hacerla competente, la reforma constitucional de 1936 en el cual se permitía votar a todos los hombres sin la restricción de saber leer y escribir, se propició la libertad de cultos, se dignificó el papel de la mujer en la sociedad, la reforma agraria Ley 200 del 36, la educación gratuita, el acceso a servicios públicos domiciliarios, la Ley 83 de 1931 que significó el reconocimiento institucional de los sindicatos. En últimas, este liberalismo programático tiende jurídicamente a la generación de un Estado social pleno en protección y derechos (Tirado, 1978; Bejarano, 1983; Botero, 2006).

Posteriormente, entre los años 1946 y 1957 el Estado Colombiano gravitará en torno a un corporativismo fascista y a un autoritarismo así; dos gobiernos conservadores (Mariano Ospina Pérez y Laureano Gómez), la dictadura militar de Rojas 1953-1957 y la Junta Militar (1957-1958). A esta misma periodización se le conoció también con el nombre de *la violencia*, de origen partidista a raíz del asesinato del caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán en 1948. Por esto, como solución pacifista a la violencia civil-partidista, a la dictadura militar y a los acuerdos para el retorno a la democracia en el país, para ello se realizó un nuevo contrato social-político entre las élites políticas denominado el pacto de *Sitges y Benidorm*, siendo este el origen de la alternancia de poder bipartidista que caracterizó al *Frente Nacional* desde 1958 (Henderson, 1986; Archila, 1997; Tuta & Figueroa, 2005; Gaitán & Malagón, 2009; Pinzón, 2014).

1.3 Retorno a la democracia y a sus instituciones; Administración Pública, Gobierno y su Política Pública de Estado en Colombia.

Posterior a la Segunda Guerra Mundial, se generó una nueva categoría de orden institucional y civilizador (en la medida del mundo industrializado) que se tradujo en una liga de naciones en torno a políticas de desarrollo y del bienestar social, ejemplo de esta nueva arquitectura institucional son; la ONU, el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional-(FMI), la OEA, la CEPAL, el BID, la FAO, etc. (Roth, 2007).

Este tipo de organizaciones supranacionales establecieron como paradigma; *la política de la políticas públicas* con el fin de reordenar planificadamente a los países emergentes en temas; económicos, políticos, jurídicos, sociales y administrativos. Es decir, en medio del lenguaje institucional de estos organismos y de manera top-down se han venido transfiriendo directrices de políticas, planes o modelos que son de estricto cumplimiento en lo jurídico, en lo económico y en lo managerial (Vergara & Rodríguez, 2016).

Para el caso colombiano, es famosa la primera misión del Banco Mundial encabezada por Lauchin Currie denominada; “*Bases de un programa de Fomento para Colombia en 1950*”, donde se recomienda realizar todo un programa de desarrollo para mejorar las condiciones de bienestar los colombianos. En este plan se encuentran; recomendaciones para mejorar el sector industrial, políticas en pro del desarrollo de la industria cafetera, políticas para el crecimiento de las ciudades, políticas para fortalecer el campo en relación al uso eficiente de la tierra como también a sus formas de producción, y temas en política social en los rangos; servicios públicos domiciliarios, salud y educación. Cabe destacar también, que el tema más importante de la Misión Currie, apunta también de manera trascendental a una profunda transformación de la despolitización de la administración pública, para que se cree e institucionalice el servicio civil de carrera administrativa en aras de su eficiencia y con esto poder implementar las reformas sectoriales. Empero, la reforma no fue considerada.

Por ello, en este primer gobierno del Frente Nacional, se realizó otra investigación sobre las “*Condiciones del Desarrollo en Colombia*” desarrollado por el Sacerdote Louis Joseph Lebret, en el estudio también se recomienda que los planes de desarrollo deben ser elaborados por los departamentos de planeación donde a su vez el control sea guiado por el Estado. Al respecto, se encuentra el *deber* ser de la política de planeación implica elaborar rutas de acción o lineamientos para estos; *planes, programas y proyectos* que busquen mejorar el desarrollo económico y social del país. Bajo esta orientación normativa, se buscó asesorar a las administraciones de los gobiernos de turno para cumplir los objetivos y las metas de sus planes de desarrollo.

Ahora bien, los estudios mencionados tienen en común recomendaciones alrededor de la reorganización de la administración pública y de la institucionalización de un órgano rector de políticas públicas en Colombia a la dirección del Departamento de Planeación. Por esto, y con los elementos antes mencionados, la Administración de Lleras Camargo crea de la *Ley 19 de 1958*. Con lo cual se sientan las bases para una reforma a la administración pública y de paso se crea también el Departamento Administrativo de Planeación (DNP).⁷

2. Metodología

El objetivo metodológico de esta tesis doctoral, es analizar y evaluar los planes de desarrollo presidencial inmersos en los programas de gobierno en Colombia a partir de 1960 integrando temas, categorías y subcategorías desde el escenario económico, político, administrativo, social y jurídico. El diseño metodológico se concentra en lo cualitativo en la medida que selecciona, clasifica y explica los documentos históricos por medio del análisis de contenido de los programas de gobierno (Aróstegui, 1995) es decir, se seleccionan los temas a investigar como también su contenido en las políticas de Estado por medio de categorías y subcategorías, las cuales permiten develar información al interior de los planes de desarrollo presidencial. Por ello, los documentos primarios se centran en los programas de gobierno nacional que están disponibles en el Departamento Nacional de Planeación (DNP). En otras palabras, desde el ámbito metodológico cualitativo, una manera de abordar el estudio y el análisis de las políticas de Estado es a partir de la revisión de la literatura. Por lo tanto, para realizar bien esta tarea se aplicará la técnica del análisis de contenido (Bardin, 2002). A continuación, se presentará el objetivo de esta herramienta de análisis.

⁷ Bajo esta Ley también se crea el Consejo Nacional de Política Económica (Conpes).

2.1 Análisis de contenido

En el estudio de los métodos cualitativos, se encuentra que el análisis de contenido es una herramienta técnico-analítica que permite al investigador seleccionar, estudiar, interpretar y develar información oculta que una simple lectura no revela (Berelson, 1952). En este sentido, esta técnica combina procesos de análisis categóricos en relación con el tema, frases o palabras que, al identificarlos, codificarlos y registrarlos, los ubica inmediatamente en el plano de lo cuantitativo, es decir permite identificar el sentido objetivo de un texto. En otras palabras, el rigor metodológico del análisis de contenido cobra sentido y significado al exponer de manera objetiva la intencionalidad de un documento (Krippendorff, 2004).

De acuerdo con (Bardin, 2002), el análisis de contenido es un conjunto de herramientas técnicas que se pueden aplicar a cualquier discurso, sea oral o escrito, su propuesta metódica presenta desde el cálculo de frecuencias hasta la generación de estructuras contextuales que se traducen en información relevante, en últimas es una hermenéutica controlada y apriorística. Por esto, como resultado de la interpretación textual, el análisis de contenido se mueve entre dos escenarios; el rigor de la objetividad y la fecundidad de la subjetividad. Básicamente, la metodología del análisis de contenido es una técnica bastante compleja que devela contextos hermenéuticos en las categorías como también significados mediante la observación (lectura flotante), en la misma producción de los textos y de los datos, la interpretación y el análisis holístico de las categorías (Vergara & Rodríguez, 2017).

Una de las principales aplicaciones del rigor metodológico del análisis de contenido es la interpretación de las tendencias (Bardin, 2002). Por esto, especialmente interesan las tendencias en cuanto a temáticas, conceptos, nociones, discursos y teorías que se investigan para comprender holísticamente el tema objeto de estudio como también los métodos que se emplean ⁷ para ello. Además de las tendencias, la metodología a realizar debe reflejar el contexto donde los documentos cobran sentido y las razones a las que aluden para justificar su importancia. (Andreu, 2002; Piñuel, 2002). Al respecto, vale anotar que el análisis de contenido en su objetivo metodológico contiene:

1. Un pre-análisis (donde se define el universo de documentos o registros que van a ser objeto de estudio como también las categorías que pueden depender de la especificación dada respecto; palabra, frase o tema).
2. Las unidades de registro y conteo (respecto también a; palabra, frase o tema).
3. Las reglas de enumeración (las cuales corresponden a la frecuencia, presencia, ausencia, intensidad, frecuencia ponderada y la co-ocurrencia).
4. El cálculo de indicadores (correspondiente también al cálculo de las categorías y subcategorías o variables).

Al final, el ejercicio de análisis de contenido debe esclarecer las tendencias hermenéuticas respecto a las temáticas, categorías y subcategorías del objeto de estudio. Es decir, con todo lo anteriormente planteado aquí, puede decirse entonces que *“el análisis de contenido puede llegar a ser un análisis del discurso semántico”* (Aróstegui, 1995; Sayago, 2014).

2.2 Definición del universo a analizar.

De acuerdo con Bardin (2002) uno de los primeros pasos para realizar un análisis de contenido es la definición del universo a analizar, el cual puede ir desde una frase, un tema o una carta, hasta un programa de televisión, una entrevista, un archivo en video o la obra completa de un autor. En lo que respecta a esta tesis doctoral, se hará uso de las bases de datos y de los documentos del Departamento Nacional de Planeación (DNP) en lo que respecta a los programas de gobierno presidencial y/o planes de desarrollo, los cuales están disponibles como recurso bibliográfico público.⁸

Luego de presentarse los documentos primarios, en consecuencia, se realizará la definición de la clasificación temática a evaluar, estudiar e investigar, es decir los temas principales como unidad de análisis que se examinarán en los programas de gobierno son; *económico, político, jurídico, administración pública, y social* (ver tabla 1). A través de esta especificación categorial se genera entonces *una matriz transdisciplinar* que develará información relevante sobre las tendencias de las políticas de Estado inscritas en los planes de desarrollo en Colombia desde 1960 hasta la próxima administración de gobierno después del 7 agosto del 2018.

Tabla 1. Clasificación, categorías y subcategorías de la investigación doctoral.

Clasificación / Temática	Categoría	Variable / Subcategoría	Fuente
Económico	Macroeconómico	PIB Inflación Desempleo Pobreza	DNP - Plan de Desarrollo DNP DNP DNP
	Microeconómico	Sector agrario Sector industrial Sector servicios	DNP DNP DNP
Jurídico	Reformas	Constitucionales Código Administrativo Legal Policy Transfer	DNP & Sentencias DNP & Decretos - ley DNP - ONU
Administración Pública	Modelo de gestión	Burocrático Nueva Gestión Pública	DNP - Plan de Desarrollo DNP
Político	Políticas de Estado	Programas sectoriales Política social	DNP - Plan de Desarrollo DNP
	Management (Administración del Estado)	Gobierno centralizado (1960-1990) Gobierno descentralizado (1991-2020)	DNP DNP
Social	Políticas Públicas	Subsidiariedad Asistencialismo	DNP - Plan de Desarrollo DNP

Fuente: Elaboración Propia - 2017, para la investigación y desarrollo de la tesis doctoral.

⁸ <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Planes-de-Desarrollo-anteriores.aspx>

De otra parte, la integración de los temas, categorías y subcategorías a través del análisis de redes, también permite establecer cuáles han sido las tendencias de las políticas de Estado y/o programas de gobierno a lo largo de más de 55 años en nuestro país y de paso, definir con base en esa trayectoria como podrían ser las proyecciones del Estado Colombiano a futuro en un corto o mediano plazo.

3. Conclusiones

Ahora bien, en los últimos 10 años he venido trabajando desde la academia, en el programa ⁸ profesional de Estudios Políticos y Resolución de Conflictos de la Universidad del Valle, la temática de las políticas públicas-*(policy)*, la ciencia política *(politics)*, los estudios sobre la paz y el conflicto *(irenología)* como también la teoría institucional *(institutions)*, a partir de ese trabajo acumulado durante años se traduce esta tesis doctoral. Por lo tanto, en el análisis del contexto de este trabajo, en una conceptualización holística, es fundamental reconocer una sustancia común *(politics)* que permita generar a la sociedad un valor público *(values)* sobre la idea de un contrato social que identifica a la política *(polity)*.

Por lo tanto, la presente investigación permite contextualizar esta organización pública sistémica en torno al corpus teórico que la define alrededor del estudio y análisis de las políticas públicas, que además tiene su correlato con la gestión pública y es a partir de estos elementos que se explica el objeto investigativo del presente estudio en una reflexión histórica, institucional, analítico-evaluativa ex-post. Y, en tercer lugar, se conjugan los siguientes escenarios; (la complejidad del management público aunado al argumento teórico) por medio de la metodología aplicada de una manera integral buscando respuestas bajo un enfoque transdisciplinar.

Asimismo, como se ha podido analizar hasta aquí, en la historia institucional colombiana se encuentran dos tipos de escenarios en relación a la conformación de hacer país mediante políticas de Estado, ellas son: el primero, que va desde 1810 hasta 1886 donde las propuestas fundantes de construir una visión de Estado-Nación en nuestro país correspondieron en el pasado a rupturas estructurales e institucionales que impusieron los monopolios político-partidistas para instaurarse en el poder e intentar hacer país desde diversas propuestas constitucionales incluyendo las reformas que se hicieron a la constitución de 1886, hasta en el año de 1957.

El segundo momento, muy distinto por demás, (después de 1945) se corresponde con la egida del desarrollo mundial instaurado por los organismos supranacionales que enviaron a Colombia misiones institucionales, los cuales desarrollaron estudios e investigaciones que apuntaban a la conformación de un departamento de rector de la organización de las políticas macro-estatales en pro del desarrollo del país. Este hecho inicia también a partir de 1957 mediante la regulación de los programas de gobierno presidencial conformados por sus planes de desarrollo, siendo concebidos estos como políticas de gobierno.

Por esta razón, esta tesis doctoral se centra en este segundo momento para investigar y estudiar metodológicamente en un contexto larga duración al management público de los gobiernos instituidos desde el frente nacional en 1957 hasta la próxima administración presidencial en (2018), analizando sus programas de gobierno, y de esta forma clarificar desde la transdisciplinariedad la visión managerial de las políticas de Estado en Colombia por intermedio de sus planes de desarrollo.

4. Bibliografía

- AGÜERO, Alejandro. (2014). "El testimonio procesal y la administración de la justicia penal en la periferia de la monarquía católica, siglos XVII y XVIII". *Acta Historiae*. Vol. 19, p. 2011.43-60.
- ALMARIO, Oscar. (2001). "Anotaciones sobre las provincias del Pacífico Sur durante la construcción temprana de la República de la Nueva Granada, 1823-1857". *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*. Vol. 6, no 1, p. 120-166.
- ANDERSON, Perry. (1979). "El estado absolutista". Siglo XXI Editores. España.
- ANDRÉU ABELA, Jaime. (2002). "Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada". Departamento Sociología Universidad de Granada. España.
- ARANGO SOTO, Diana Elvira. (2012). "Aproximación histórica a la universidad colombiana. Los estudios superiores en el período colonial". *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*. # 4.
- ARCHILA NEIRA, Mauricio. (1997). "El Frente Nacional: una historia de enemistad social". *Anuario Colombiano de historia social y de la cultura*. # 24, p. 189-215.
- ARÓSTEGUI, Julio. (1995). "La Investigación Histórica teoría y método". Editorial Crítica –Grijalbo Mondadori. Barcelona.
- BARDIN, L. (2002). "Análisis de Contenido". Ediciones Akal. Madrid.
- BEJARANO, Jesús Antonio. (1983). "Campesinado, luchas agrarias e historia social: notas para un balance historiográfico". *Anuario colombiano de historia social y de la cultura*. # 11, p. 251-304.
- BRENDECKE, Arndt (2012). "Imperio e información: funciones del saber en el dominio colonial español". Frankfurt: Iberoamericana.
- BOTERO, Sandra. (2006). "La reforma constitucional de 1936, el Estado y las políticas sociales en Colombia". *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*. # 33, p. 85-109.
- CADAVID VIEDA; Juliana; LÓPEZ MONTOYA, Daniel; VÉLEZ MAZO, Paula Andrea; MONTOYA ZAPATA, Marlys. (2012). "Participación política y ciudadana de los sectores populares a finales del federalismo 1882-1885". *Sociología política de Colombia*.
- CASTELLS OLIVAN, Irene. (1989). "La Constitución gaditana de 1812 y su proyección en los movimientos liberales europeos del primer tercio del siglo XIX".
- CASTELLS OLIVÁN, Irene y FERNÁNDEZ GARCÍA, Elena (2008). "Las mujeres y el primer constitucionalismo español (1810-1823)". *Historia constitucional*. # 9, p. 163-180.
- COLMENARES, Germán. (1989). "Retomando viejas discusiones mal resueltas". *Boletín Cultural y Bibliográfico*. Vol. 26, no 18, p. 118-120.

- CRUZ RODRÍGUEZ, Edwin. (2001). "El federalismo en la historiografía política colombiana (1853-1886)". *Historia crítica*. # 44, p. 104-127.
- DEAS, Malcom. (1973). "Algunas notas sobre la historia del caciquismo en Colombia". *Revista de Occidente*. # 127, p. 118-140.
- DOMÍNGUEZ, Jorge I. (1985). "Insurrección o lealtad: la desintegración del Imperio español en América". Fondo de Cultura Económica. México.
- FORMICHELLA, María Marta. (2004). "El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Buenos Aires, Argentina.⁸
- GAITÁN BOHÓRQUEZ, Julio y MALAGÓN PINZÓN, Miguel. (2009). "Fascismo y autoritarismo en Colombia". *Vniversitas*. # 118, p. 293-316.
- GALEANO, Eduardo. (2004). "Las venas abiertas de América Latina". Siglo XXI Editores. México.
- GILMORE, Robert Louis. (1995). "El federalismo en Colombia 1810-1858". Books. (libro) Vol. 1.
- GOMPERZ, Theodor. (1955). "Greek thinkers: A history of ancient philosophy". Vol 1. L (Magnus). New York Humanities Press.
- GONZÁLEZ, Margarita. (1986). "Aspectos económicos de la administración pública en Colombia: 1820-1886". *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*. # 13-14.
- GUERRA, François-Xavier. (2011). "Modernidad e independencias: ensayos sobre las revoluciones hispánicas". Editorial Encuentro.
- HENDERSON, James D. (1986). "El proyecto de reforma constitucional conservadora de 1953 en Colombia". *Anuario colombiano de historia social y de la cultura*. # 13-14, p. 261-279.
- HERA, Alberto de la. (1992). "Iglesia y corona en la América española". MAPFRE.
- HERRERA, Martha Cecilia. (2005). "La construcción de cultura política en Colombia: proyectos hegemónicos y resistencias culturales". Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá.
- HERZOG, Tamar. (1995). "Sobre la cultura jurídica de la América colonial (Siglos XVI-XVIII)". *Anuario de historia del derecho español*. # 65, p. 903-912.
- HOBSBAWM, Eric. (1977). "Del feudalismo al capitalismo". Transición del feudalismo al capitalismo. Editorial Crítica. Barcelona.
- KALMANOVITZ, Salomón. (2008). "La economía de la Nueva Granada". Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Ciencias Económico-Administrativas.

- KALMANOVITZ, Salomón. (2008). "Constituciones y crecimiento económico en la Colombia del siglo XIX". *Revista de Historia Económica*. Vol. 26, no 02, p. 205-241.
- KRIPPENDORFF, Klaus. (2004). "Content analysis: An introduction to its methodology". Ed Sage.
- LA PARRA LÓPEZ, Emilio. (2014). "La restauración de Fernando VII en 1814". *Historia Constitucional*. # 15, p. 205-222.
- LAURENT, Muriel. (2008). "Contrabando en Colombia en el siglo XIX: Prácticas y discursos de resistencia y reproducción". Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Historia. Universidad de los Andes. Bogotá.
- LYNCH, John; MCSHANE, Bárbara (1976). "Las revoluciones hispanoamericanas: 1808-1826". Editorial Ariel. Barcelona⁸
- MACA URBANO, Deidi Yolima y VERGARA VARELA, Rafael. (2017). "Aplicación del método de análisis de contenido y del árbol de asociación en la elaboración de un artículo de revisión". Instituto de Psicología. Universidad del Valle. En proceso de publicación.
- MALAGÓN PINZÓN, Miguel. (2008). "El régimen de los intendentes en la Constitución de Cúcuta 1821: Un modelo de administración policial en el Estado republicano". *Revista de Derecho*. # 30, p. 114-140.
- MARTÍNEZ, Miguel Molina. (2008). "Pactismo e independencia en Iberoamérica, 1808-1811". *Revista de estudios colombinos*. # 4, p. 61-74.
- MAYA RESTREPO, Luz Adriana. (2009). "Racismo institucional, violencia y políticas culturales. Legados coloniales y políticas de la diferencia en Colombia". *Revista Historia Crítica*. p. 218-245.
- MERCADO, Jorge. "Campaña de invasión del teniente general don Pablo Morillo, 1815-1816". Biblioteca del Ejército. Editorial Iris. Bogotá, 1963.
- MELO, Jorge Orlando. (1996). "La república conservadora". *Colombia hoy*. p. 54-88.
- MORENO ALONSO, Manuel. (2009). "Pablo Morillo, un marino en el ejército de tierra firme". *Revista general de marina*. Vol. 257. # 8, p. 283-293.
- ORTIZ MESA, Luis Javier. (1985). "El federalismo en Antioquia 1850-1880". *Revista Extensión de Cultural*. Vol. 16, p. 38-46.
- PINZON ANGEL, Alvaro Ernesto. (2014). "Los efectos de la crisis del régimen autoritario en la transición hacia el Frente Nacional en Colombia (1954-1960)". Trabajo de grado de politólogo. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Bogotá
- PIÑUEL RAIGADA, José Luis. (2002). "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido". *Sociolinguistic Studies*. Vol. 3. # 1. p. 1-42.

- RABASA, José. (2009). "De la invención de América. La historiografía española y la formación del eurocentrismo". Universidad Iberoamericana. México.
- RODRÍGUEZ, Jaime E. (2001). "La emancipación de América". Revista Secuencia. # 49, p. 042.
- RODRÍGUEZ, Jaime E. (2005). "Revolución, independencia y las nuevas naciones de América". Fundación MAPFRE Tavera.
- ROLL, Eric. (1978). "Historia de las doctrinas económicas". Editorial Fondo de Cultura Económica. Décima reimpresión. México.
- ROMERO, José Luis. (2001). "Situaciones e ideologías en América Latina". Editorial Universidad de Antioquia. Medellín.
- RÚJULA LÓPEZ, Pedro Víctor. (2014) "El mito contrarrevolucionario de la Restauración. Pasado y memoria". Revista de historia contemporánea. # 13, p. 79-94.
- SÁNCHEZ-BLANCO, Francisco. (2002). "El absolutismo y las luces en el reinado de Carlos III". Marcial Pons Historia.
- SANCHEZ CARCELÉN, Antoni. (2014). "El retorno al Antiguo Régimen. La restauración absolutista de Fernando VII en Lérida (1814-1820)". Revista electrónica de Historia Moderna. Vol 8, no 28.
- SAYAGO, Sebastián. (2014). "El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales". Cinta de Moebio. no 49, p. 1-10.
- SEMO, Enrique. (1973). "Historia del capitalismo en México, 1521-1763". Editorial ERA. México.
- SOTELO FERNÁNDEZ, Rafael Diego Fernández. (1990). "Proceso jurídico del descubrimiento de América (bulas, tratados y capitulaciones)". Anuario Mexicano de Historia del Derecho. no 2, p. 81-114.
- TIRADO MEJÍA, Alvaro. (1978). "Colombia: siglo y medio de bipartidismo". Colombia Hoy - Siglo Veintiuno Editores. Bogotá.
- TIRADO MEJÍA, Alvaro. (1981). "El Estado y la política en el siglo XIX". El Ancora. Bogotá.
- TODOROV, Tzvetan. (2007). "La conquista de América. El problema del otro". Editorial Siglo XXI. México.
- TOVAR, Hermes. (1994). "La manumisión de esclavos en Colombia, 1809-1851. Aspectos sociales, económicos y políticos". Revista credencial historia. vol. 59.
- TUTA ALARCÓN, Carlos y FIGUEROA SALAMANCA, Helwar. (2005). "El estado corporativo colombiano: una propuesta de derechas. 1930-1953". Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura. # 32, p. 99-148.

VELOZA MORALES, Sindy Paola. (2013). “La política entre nubes de incienso: la participación política de las sociedades católicas bogotanas (1863–1885)”. Trabajo de grado Programa de Historia. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Bogota.

VERGARA VARELA, Rafael y RODRIGUEZ VASQUEZ, Maria E. (2016). “El derecho a la educación, al tablero: la política pública de los desayunos escolares en la ciudad de Cali”. (artículo producto de investigación). Revista Derecho Público. Universidad de los Andes. Bogotá.

VERGARA VARELA, Rafael. y RODRIGUEZ VASQUEZ, Maria E. (2017). “Estudio al estado de la literatura de la cultura organizacional en la administración pública”. Analisis Revista Colombiana de Humanidades- Vol 49. Universidad Santo Tomas. Bogotá.

VERNANT, Jean Pierre. (2001). “El individuo, el amor y la muerte en Grecia”. Capítulo; el individuo en la ciudad. Paidós.

WILLS, María Emma. (1998). “La Convención de 1821 en la Villa del Rosario de Cúcuta: imaginando un soberano para un nuevo país”. Historia crítica. # 17. Universidad de los Andes. Bogota.⁸

La etnoeducación empresarial en la construcción de etno desarrollo

Herbin Jandry Amú Díaz¹

RESUMEN

El objeto de este documento es generar conciencia de la importancia de la construcción de modelos de enseñanzas económicas y empresariales con enfoque diferencial en comunidades étnicas. En este artículo se presenta la Etnoeducación empresarial y el Etnodesarrollo como herramienta fundamental para el desarrollo de las comunidades étnicas del Pacífico.

Palabras claves: Educación, Cultura, Etnodesarrollo, Etnoeducación-Empresarial, Comunidad.

SUMMARY

The purpose of this document is to raise awareness of the importance of the construction of models of economic and entrepreneurial teachings with a differential approach in ethnic communities, in this article we present the Ethno-education enterprise and Ethnodevelopment, as a fundamental tool for the development of ethnic communities of the Pacific.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo propone profundizar en el campo de la etnoeducación empresarial y el etnodesarrollo a favor de la comunidad afrodescendiente; para este caso particular, quienes están ubicadas en el Pacífico colombiano, más concretamente en dos consejos comunitarios del distrito de Buenaventura, disertando el aporte histórico de las comunidades afrodiaspóricas a la construcción del continente americano y cómo se ha venido construyendo la cultura material a través de la implementación de mecanismos económicos autóctonos de producción, trabajo y labores propias de la comunidad afrodescendiente, describiendo la población de estudio, que para este caso fueron los consejos comunitarios de la Comunidad negra de la Cuenca Baja del Río Calima “Bajo Calima” y Consejo Comunitario de Sabaletas Bogotá y la Loma en el D.E de Buenaventura, tomando estas comunidades como muestra para poder explicar la importancia de la propuesta, esto permitió patentizar el discurso metodológico de etnoeducación empresarial, que permitirá aportar herramientas necesarias para la consolidación de planes de etnodesarrollo.

Otro factor primordial de este artículo es el aporte al discurso contextual y a la construcción teórica para la creación e implementación de la cátedra de etnoeducación empresarial, para las comunidades étnicas del Pacífico colombiano; se tomó como derrotero experiencia de estos

¹ Sociólogo, Magister en Gobierno. Estudiante de Doctorado de Ciencias de la Educación, Universidad del Tolima (Rudecolombia) Correo: herbinjandry@gmail.com. Email: rafael.vergara@correounivalle.edu.co

consejos comunitarios, que son un reflejo en toda las prácticas socioeconómicas de este territorio y sus rasgos de identidad, cultura, saberes ancestrales y cosmovisión, que reflejan el sentido propio de una comunidad con características únicas y replicables entre sí. Se abordó desde una óptica evaluativa las diferentes manifestaciones y acciones de carácter individual o grupal que afecten o beneficien el etnodesarrollo dentro de los territorios de los pobladores afrodescendientes del Pacífico colombiano; se analizaron los aspectos necesarios para la ejecución de este trabajo, el cual se considerara de alta relevancia, como lo han sido las líneas de créditos blandos para la población afrodescendientes.

CONTEXTUALIZANDO LA ETNOEDUCACIÓN EMPRESARIAL

En esta investigación, se trabajó en la creación del concepto de Etnoeducación Empresarial afrocolombiana, como un medio fundamental para la construcción de un nuevo pensamiento, basado en la etnicidad integral de los medios de producción y el concepto de desarrollo de las comunidades. Para conocer los procesos y aportes de las comunidades Afrodiaspóricas, debemos dar una mirada histórico-social. Estas comunidades fueron las precursoras de grandes culturas y civilizaciones, sus obras y aportes constituían el mayor honor del desarrollo de América, apoyaron la consolidación de procesos de industrialización y comercialización del continente americano; se observa en la cultura material de cualquier país de este continente, grandes monumentos y construcciones que son aportes de la civilización africana que llegaron en condición de esclavos, dejando una contribución incalculable a la construcción de este continente. Nuestros antepasados esclavizados llegaron a América y aportaron desarrollo en la agricultura, la minería, la arquitectura y al proceso de mestizaje entre indio, blanco y negro; este triángulo crea una nueva cultura llamada afroamericana, que es la mezcla de elementos culturales de los españoles, indígenas y africanos. Son muchos los efectos que han producido este grupo humano con sus creaciones y que han aportado a la posteridad de la cultura de América, las cuales se observan a través del tiempo en los diferentes espacios. Surgió el interés de abordar esta temática al escribir un texto sobre unidad, tierra y cultura, partimos de allí con la premisa que estos procesos culturales son la raíz de la amalgama cultural que se vivió en América. Se siente la necesidad de descubrir y recuperar los modelos socioeconómicos que construyeron las comunidades étnicas americanas, y nace una pregunta ***¿cómo lograr la recuperación y la reivindicación de la cultura económica y productiva de nuestras comunidades étnicas en Colombia?***; tomamos como caso específico la afrocolombiana. Antes de empezar a debatir más a fondo sobre este tema, definiremos los siguientes términos, que serán el punto de partida para la discusión; Etnoeducación, Cultura, Etnodesarrollo y Etnoemprendimiento que son la base de la Etnoeducación empresarial.

CULTURA en este texto la definiremos según el sociólogo (Tylor, 1821) Sir Edwurd Tylor (1821 vol. 1, pág. 11) dice que la cultura es un conjunto complejo que incluye el conocimiento, la creencia, el arte, la moral, la ley, las costumbres y cualquier otro hábito y actitud adquirido por el hombre como miembro de una sociedad. Pero lo diremos de una manera más sencilla, la cultura es todo lo que se aprende socialmente y que comparten los miembros de una sociedad. Es la herencia social entera que la persona recibe del grupo. Esta herencia social se puede dividir en cultura material y no material. La cultura no material consiste en las palabras que emplea la gente, las ideas y las costumbres que sustenta y los hábitos que han adquirido. La cultura material la sustenta los objetos que el hombre fábrica tales como instrumentos, muebles, automóviles, edificios, granjas, carreteras, medicinas, etc. De hecho, cualquier materia física que el hombre haya empleado.

Por otro parte LA EDUCACIÓN, (del latín educere 'sacar, extraer' o educare 'formar, instruir') puede definirse como: El proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra, pues está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes. El proceso de vinculación y concienciación cultural, moral y conductual. Así, a través de la educación, las nuevas generaciones asimilan y aprenden los conocimientos, normas de conducta, modos de ser y formas de ver el mundo de generaciones anteriores, creando además otros nuevos procesos de socialización formal de los individuos de una sociedad. La pregunta que se hará el lector es: ¿por qué se hace énfasis en la definición de cultura y educación? No podemos hablar de Etnoeducación empresarial, sin hablar de cultura material y no material, ella define lo que es importante, lo que es indispensable para el bienestar psicológico, sociológico, económico y espiritual del individuo en su entorno social. El aprendizaje del individuo y la educación son el medio para fortalecer todos los procesos socio-culturales y socio-económicos; igualmente, no podríamos hablar del aprendizaje sobre Etnoeducación desligada de estos conceptos.

Siguiendo un poco con la reseña histórica; después de que nuestros antepasados africanos llegaron a América producto de un intercambio comercial entre Europa y África, en las peores condiciones y sobrevivieron a la barbarie gracias a mantener su cultura viva y crear una nueva que apropiaba elementos de las diferentes tribus y reinos que llegaron a América.

A esto se le adhiere la mezcla con la cultura indígena y sus diferentes tribus y reinos y la cultura del español, esto hace nacer un mestizaje biológico, social, económico y cultural, creando unos nuevos hombres y una nueva cultura que podemos afirmar que no es africana, ni española, ni indígena, es Afrocolombiana, Raizal, Palenquera, Mestiza entre otras... o como la quieren llamar algunos autores, -para conceptualizar en este documento usaremos afrocolombiana o afroamericanas-. Si se hace un análisis más a la luz de la historia el concepto de afrocolombiano debe ser más profundo que un simple atributo, porque los colombianos tenemos un vigor híbrido cultural basado en nuestra historia de sobrevivencia como grupos étnicos en el territorio, que aporta a nuevas concepciones de cultura, economía, espiritualidad y sociedad.

Para evitar debates teóricos innecesarios, en la construcción de nuestro concepto nos vamos a inscribir en estas definiciones de cultura, educación y etnicidad; estos tres términos están estrechamente ligados en este artículo y a groso modo, la articulación de ellos daría paso a un concepto más apropiado "la Etnoeducación"; demos una mirada cómo desde la constitución y las leyes se ve el concepto de Etnoeducación. La ley general de educación en su artículo 35, entiende como la educación que se ofrece a grupos o comunidades que integran la nacionalidad y que poseen una cultura, una lengua, unas tradiciones y unos fueros propios y autóctonos. Con estas definiciones se da el preámbulo al tema que expondré, teniendo en cuenta cultura, etnia y educación desde la particularidad. La Etnoeducación afrocolombiana de acuerdo con la ley 70 de 1993 en su artículo 36, es un proceso que debe desarrollar conocimientos generales y aptitudes que le ayuden a participar plenamente y en condiciones de igualdad en la vida de la comunidad y en lo nacional. La Afroeducación es un proceso permanente de la recuperación y desarrollo de conocimientos que se busca para la reconstrucción y valoración del ser afro en el tiempo y el espacio, con autonomía y autodeterminación para participar con equidad y poder en la vida en comunidad y del contexto nacional e internacional. Si analizamos los conceptos anteriores se puede entender la Etnoeducación afrocolombiana como un proceso permanente de adquisición de saberes que busca

la autodeterminación de los pueblos étnicos. Lo cual tiene un alcance visionario para los intereses y propósitos de los afrocolombianos.

La falta de conocimiento de los conceptos hacen en ocasiones que la Etnoeducación pierda su fuerza ideológica, que es la reivindicación de los procesos culturales desde la fuerza de la ciencia para mantener la cultura viva y no permitir que otras culturas enajenen la esencia del hombre y su hábitos, es la manera de convivir con la modernidad y la cultura hegemónica, creando un etnocentrismo que permita mejorar el reconocimiento (yo o del súper yo) de cada individuo, haciendo que la marginación social a la cual el pueblo afro de Colombia y sus indígenas, fueron sometidos, se pueda sacar de la psiquis y se desarrolle el auto reconocimiento que genera el etnocentrismo; de igual forma, que permita que estos grupos humanos marginados por el gobierno, violencia, la pobreza, la exclusión de la clase social dominante, puedan reivindicarse internamente antes de la reivindicación externa. Con la etnoeducación se busca reafirmar y sacar lo mejor de la cultura en su sentido amplio para que esto transforme lo psicológico, lo social, lo económico y fortalezca el espíritu, esto permitirá el desarrollo de las comunidades. Como dice Zambrano la educación se convierte en el camino más seguro para luchar por el reconocimiento a la diversidad étnica y para la eliminación del racismo, la conquista de los derechos y la reivindicación con la cultura afro (ZAMBRANO, 2003).

Llega la Etnoeducación como ese esfuerzo de los pueblos excluidos para visualizar, construir y aplicar un proyecto donde las aspiraciones y los criterios culturales de ese pueblo, son el fundamento». Aprendizaje se vuelve significativo. Los pueblos se liberan, se desarrolla y se auto perpetúan [...]». Es a partir de los años noventa que la Etnoeducación empieza tomar fuerza como demanda y eje de lucha de los pueblos Afrodescendientes. Lucha y demanda hacia fuera: a los Estados que históricamente han negado y silenciado su existencia, lucha y demanda hacia adentro: a sus propias comunidades para fortalecer la pertinencia, los conocimientos, las prácticas y perspectivas de vida arraigadas a la ancestralidad, territorialidad y cimarronaje pasado y presente. No obstante, hoy la Etnoeducación también se encuentra dentro de los discursos, políticas y planes de organismos multilaterales, de la cooperación internacional y de los mismos Estados donde, y cada vez más, se pierde su sentido propio, reivindicativo y reparativo, convirtiéndose en una estrategia funcional del multi-pluri-inter-culturalismo actualmente en boga. (Walsh, 2011) Aunque el término «Etnoeducación» no es propio de los pueblos Afrodescendientes. Gana uso y reconocimiento primeramente en Colombia a partir de 1986, cuando el Ministerio de Educación crea el Programa Nacional de Etnoeducación, con el fin de «impulsar programas Etnoeducativos en comunidades indígenas» (a lo que en otros países de la región se denominaba como educación intercultural bilingüe). En este contexto la Etnoeducación fue entendido como [...] un proceso social permanente, inmerso en la cultura propia, que consiste en la adquisición de conocimientos y valores y en el desarrollo de habilidades y destrezas, de acuerdo con las necesidades, intereses y aspiraciones de la comunidad, que la capacitan para participar plenamente en el control cultural del grupo étnico (Ministerio de Educación citado en Castillo y Caicedo, 2008: 23). Después de siglos de olvido, silenciamiento e invisibilización de los pueblos afrodescendientes, comienza un proceso afroeducativo colombiano, el cual se debe mirar desde diferentes escenarios como punto de partida: en el contexto informal y específicamente en el plano literario con aportes de poetas como: Manuel Zapata Olivella, Jorge Artel, Alejandro Rojas, Carlos Bladimir Zambrano, Christian Gros, Zoraida Balanta, Nohemi Mestizo entre otros; quienes con sus obras fueron abriendo caminos de libertad a la etnicidad, al estudio y comprensión de la afrocolombianidad. En el campo sociológico,

fundamentalmente en la década de los 70, inician centros y fundaciones a promover la cultura y ser interlocutores de la población afrocolombiana como Amir Smith Córdoba, Leonor Gonzales Mina, entre otros. A partir de 1981, con la creación del Movimiento Nacional Cimarrón, liderado por el sociólogo Juan de Dios Mosquera, la Etnoeducación informal se adentra en el escenario formal con la estrategia de los círculos de estudio cimarrón y la implementación de los planes de estudio. Se empieza a hablar de la necesidad de implementar una cátedra de estudios afrocolombianos e historia de África. Se continúa en un camino de historia, se hacen algunos convenios con el Ministerio de Educación Nacional en 1984, para ejecución de proyectos destinados a la recuperación y promoción de la lengua palenque. Con las diferentes luchas, los líderes, la proliferación de los diferentes movimientos, las experiencias y expectativas de la Etnoeducación indígena, se fue fortaleciendo el movimiento educativo de la Comunidad Afrocolombiana Nacional y así se llegó a pensar en la construcción de un sistema que respondiera a las necesidades y a las aspiraciones de la Afrocolombianidad. Si miramos detenidamente la historia de estos movimientos, habría demasiado hechos que mencionar, por eso en este artículo damos un salto en la historia al momento donde la educación de las comunidades afrocolombianas hace parte de la ley 70 de 1993; donde el proceso Etnoeducativo afrocolombiano toma un nuevo aire y su prospección en el ámbito nacional se vuelve grande y potencial. La operatividad del decreto 804 de 1995 que reglamentó la educación de los grupos étnicos definido en la ley 115 de 1994, genera una mejor expectativa de apoyo jurídico, la concepción de los PEI buscan la aparición y la articulación del componente de la Etnoeducación. Este proceso histórico de la afroeducación se sostuvo gracias a los esfuerzos de las organizaciones y personas comprometidas en la afrocolombianidad, hoy la coyuntura de los PEI se convierte en un escenario ideal para que las instituciones educativas del país fortalezcan y potencialicen la Etnoeducación como un componente integral del sistema educativo colombiano. (HINESTROZA, 2003) En nuestra perspectiva llegamos al punto más importante de todo este proceso, como docentes nos apasiona saber que se ha venido trabajando por la Etnoeducación afrocolombiana que lucha y se esfuerza por el mejoramiento de la calidad de vida dentro de un enfoque de Etnodesarrollo. Como un proyecto de vida que deberá romper cualquier invisibilidad étnica, donde se armoniza la historia entre los pueblos, re conceptualizándola y enlazando el presente con el pasado y la visión de futuro. En ideal es perfecto, pero hay que trabajar desde la educación como principal ente integrador de cultura, alejado de cualquier discriminación, promoviendo identidad, diversidad cultural, autonomía, investigación. Con lo anterior vamos contextualizándonos en los conceptos de esta investigación, creemos firmemente que todo cambio se puede lograr desde la educación, por eso era necesario este pequeño recorrido histórico para darnos cuenta que el mayor aporte al cambio es tener una educación con una visión articuladora e integradora, que necesitamos que se respire en cualquier lugar de Colombia, la hermandad de los pueblos. Si este país es multiétnico y pluricultural, debe educar a sus habitantes desde la diferencia, donde la ciudad y la región se convierta en el mayor ente Etnoeducador. Hay un cambio innegable, pues en escuela ya se está hablando de proyecto Etnoeducativo institucional, se están diseñando currículos pertinentes con estrategias pedagógicas Etnoeducativas. Hablar de cada uno de estos avances educativos sería otro proceso donde se debe profundizar. El hecho es que ya lo estamos logrando, lo importante es continuar fortaleciendo estos procesos a nivel nacional, no solo en la Costa Pacífica. Falta mucho para lograr la reivindicación con el pueblo afrocolombiano, pero el momento está cerca, la educación rompe barreras y acerca pueblos. Para concluir sobre la Etnoeducación y la idea de rehabilitar los conceptos de educación; cultura e historia; territorio e identidad; dentro de este marco teórico contextual, fue una excusa para demostrar que la educación está más allá de los textos académicos, que es un proceso de aprendizaje y auto aprendizaje, que

debe estar ligado a los conceptos sociales e históricos de los individuos o actores sociales, que no debemos como docentes limitar los aprendizajes a conceptos, cuando nuestra realidad va más allá de ellos, donde nuestra historia y cultura está cada día amenazada por pseudo-culturas y el intervencionismo de otros regímenes, donde la idea de aldea global quiere re-culturizar y homogenizar al hombre. Hay que invertir en procesos de cultura ciudadana y rural, basados en enfoque diferencial; si la Etnoeducación no toma un papel activo perderemos nuestras ciencias y costumbres, incluso el propio yo, apropiando conceptos de otras culturas como propios, si no se enfrenta la globalización cultural que es promovida por los medios de comunicación y las redes sociales, perderemos en gran parte lo guardado y ganado históricamente en el ámbito cultural, social y económico.

En la presente propuesta, la meta fundamental es vincular a la construcción de Etnoeducación una propuesta metodológica que sea el puente entre el Etnodesarrollo y la Etnoeducación, que se encargue de dar conceptos, métodos, herramientas de intervención económica y social, basadas en la cultura, concepción del mundo, de los pueblos étnicos, todo lo mágico religioso, lo ecológico, con enfoque innovador, emprendedor y eco-sistémico; a esta propuesta la llamaremos Etnoeducación empresarial y que al enfoque de esta propuesta, se vinculen las políticas públicas de desarrollo y Etnoeducación para los afrodescendientes, aportando a la búsqueda de mejores condiciones socioeconómicas sin atentar contra la cultura; cuando la comunidad este consiente de la importancia de su ancestralidad, su cultura, devenires de los procesos históricos y su realidad territorial, las propuestas de etnodesarrollo tendrán más fuerza y mejores resultados y en las comunidades tendremos mejores propuestas de autogobierno.

ETNOEDUCACIÓN EMPRESARIAL APLICADA AL CONTEXTO

Los procesos productivos identificados dentro del corregimiento de Bajo Calima y Sabaletas en la ciudad de Buenaventura, son la actividad agro-tecnificada de la siembra de arroz, los cuales ya cuentan con una trilladora con capacidad para procesar 500 kilos por días.

Por medio del consejo comunitario el cual lleva su mismo nombre (Consejo comunitario de la Comunidad Negra de la Cuenca Baja del Rio Cali) , se han empoderado de la territorialidad mediante un colectivo que busca aprovechar los recursos para beneficios de esta población; de igual manera, se han estado organizando para utilizar al máximo los recursos naturales con los que cuentan, sobre todo en la parte cultivable en donde mediante estudio del suelo previos, han determinado el uso correcto de la tierra a través de siembras y cultivos con la tecnología adecuada. Estos vestigios de emprendimiento y empresarismo comunitario, son los que llaman la atención, dado el nivel de asociatividad y la muestra de tenencia de propiedad del terreno el cual es de manera colectiva, al igual que la explotación del mismo, dividiéndose las tareas y el conjunto de ganancias para el propio bienestar. Han esbozado el interés de masificar el cultivo autóctono de la papa china y la caña, dado la fácil expansión de este producto, buscado un uso más allá, mediante la aplicación de tecnología de transformación que sea amigable y respete el medio en donde viven, sin alteraciones mayores o perjudiciales; evidenciando de este modo, modelos actuales de emprendimiento empresarial y comercio, como elementos y herramientas que faciliten las relaciones de sostenibilidad de la comunidad afrodescendiente dentro de su territorio y vislumbrando un correcto Etnodesarrollo.

En ambos consejos comunitarios, existen lo que se denomina sistemas tradicionales de producción, en el contexto del territorio biocultural del pacífico al complejo conjunto de conocimientos y prácticas de recolección, producción, transformación y distribución de bienes, característicos de los grupos étnicos y las comunidades campesinas, el cual está estrechamente ligado a la oferta, dinámica y ciclos naturales de los ecosistemas en los cuales habitan estas poblaciones (BIOPACIFICO, 1998), los sistemas tradicionales de producción aquí estudiados se plantean en perspectiva, según el concepto de Etnodesarrollo como sistemas culturales de producción ancestral para comprender, estudiar y promover la creatividad y el pensamiento creativo de las nuevas generaciones que han realizado y vienen realizando aportes interesantes a la forma de producción para mejorar en algunos aspectos la calidad de vida de los ecosistemas que perviven en el territorio ancestral (Caicedo Biuza, 2015). Estos sistemas productivos complejos integran actividades como la agricultura-pesca (núcleo productivo), minería, caza, recolección y aprovechamiento forestal. Dichas actividades se derivan del entorno geográfico y la llamada oferta ambiental (los manglares, el guandál, río y selva húmeda tropical), llama mucho la atención cómo en el consejo comunitario de Sabaletas se configura una nueva manera de hacer empresa a partir de los productos autóctonos que genera este territorio, los procesos agrícolas y demás sistemas productivos como el artesanal. Tenemos a ARAKATANGA, una empresa nacida desde la disposición social y económica del territorio del Pacífico ha estado asociada a la formación, fortalecimiento y el crecimiento de la empresa o a lo que le llamamos Etnoempresarismo, esta organización trabaja la manipulación de alimentos, transformando y dando valor agregado de frutas tropicales del Pacífico, como lo son; El Naidí, Mil-peso, Borojó Chontaduro, Guayaba Arrayán, Guayaba Arazá, Zapote, Caimito, Coronillo, etc.

Dicho lo anterior, queda claro que la Etnoeducación Empresarial se debe configurar, como la necesidad de los pobladores afrodescendiente del Pacífico, en el manejo adecuado y tecnificación de desarrollo económico-social, para el pleno goce y explotación de los recursos naturales que poseen por historia y naturaleza, dentro de los contextos de cosmovisiones que se entienden por desarrollo para esta comunidad y de esta manera lograr salir de la pobreza o del yugo de los explotadores foráneos y dañinos para este contenedor territorial.

CULTURA ASOCIATIVA DE LA ETNOEDUCACIÓN EMPRESARIAL

La población afrodescendiente ha sido históricamente la más vulnerable y discriminada, dicha situación dentro de los territorios habitados por esta comunidad es distinta, sin embargo en muchos espacios del contenedor pacífico esta población padece carencia de recursos económicos y tiene necesidades básicas no suplidas, lo cual lleva que se encuentren en situación de “extrema pobreza”, la triste paradoja de esta comunidad, es que habitan literalmente en la riqueza pero “sin poder disfrutarla a plenitud”. Por absurdo que parezca aseverar esa situación, solo basta con dar un vistazo al extensivo manto verde y riqueza hídrica que posee al Pacífico para darse cuenta que es verdad, por suerte algunos pobladores de la comunidad afrodescendiente históricamente han sabido lidiar y sortear dichos infortunios, las acciones de autogestión, la cultura asociativa fundamentada en el humanismo integral, expresado en los valores de la vida, la solidaridad, la cooperación, el trabajo digno, la ayuda mutua, produciendo una vida de convivencia y la paz entre pobladores de la comunidad afrodescendiente, han logrado forjar lo que se le llama hoy como Etnodesarrollo, lo cual hace posible configurar la Etnoeducación empresarial como vínculo inequívoco y visible dentro de la comunidad Afrodescendiente del Pacífico colombiano.

Es innegable que estas comunidades rurales profesan el trabajo mutuo y en equipo de una manera coordinada y efectiva, logrando en muchos casos organizarse para verse favorecidos en conjunto, lo cual ha permitido darle cuerpo al Etnodesarrollo; es decir, la manera o forma de percibir el desarrollo económico y actividades de auto sostenimiento para sobrevivir, al menos hablando en términos económicos y de sostenimiento, no obstante no ha sido una tarea fácil, máxime que en Colombia existe una invisibilización del multiculturalismo o la diversidad étnica; más bien, existe una hegemonía étnica dominante que le interesa que esta situación no cambie o mute, tal como expresa (GROSSBERG, 2004) “La relación entre los dos grupos (clases, géneros, razas, etc.) sería directamente jerárquica: uno posee el poder, el otro carece de poder; uno es dominante, el otro subordinado. Por supuesto, los grados de esta inequidad pueden variar desde riqueza económica hasta educación, influencia política, acceso a la cultura pública, etc. Así, el grupo dominante tendría que asegurarse que los grupos subordinados acepten esta inequitativa relación. Dicha descripción que aborda Grossberg se configura en las expresiones no solo asociativas sino de luchas de los menos favorecidos, los cuales han configurado un Etnodesarrollo que les permite un sostenimiento económico, y dichos procedimientos o actividades se enmarcan en lo que para esta propuesta se denomina Etnoeducación empresarial, de este modo no solo expresando una Etnoeducación empresarial para los mismo, sino como ejemplo de armonía y equilibrio con los recursos que los rodea, y orientando las demandas del estado hacia las necesidades que dicha población necesita recurrentemente.

Pese lo anterior, esta comunidad ha sabido valerse por sí misma, sorteando obstáculos que parecerían imposible, imponiendo temas en la agenda y diversificando sus actividades que posibiliten su subsistencia, pero hace necesario. aprovechar el principio organizacional para poder lograr adentrarse aún más en el camino infinito de la busca de suplección de sus necesidades, como ejemplo se ha podido observar como organizaciones tales como CAMAFRO (Cámara de Comercio Afrocolombiana) y ANDEAFRO (La Asociación Nacional de Empresarios Afrocolombianos), han logrado dar ese paso inicial de reivindicación y reconocimiento al emprendimiento de las comunidad afrodescendiente, conformando organizaciones que buscan el esparcimiento formal no convencionalizado de las empresas o unidades productivas de dicha comunidad, derivando en esta medida organizaciones formales de expresiones de unificación de intereses en pro de una sola comunidad, siempre abanderando el concepto de desarrollo, pero bajo el enfoque diferencial, que no es otra cosa que el respeto por el reconocimiento de la diversificación y la desigualdad positiva de las costumbres de otros grupos étnicos con características propias y maneras o enfoques distintos de pensar y vivir el mundo que los rodea, permitiendo un desarrollo endógeno agremiado o en conjunto, los cuales han unidos todo tipo de Etnoempesarismo, entendido como los procesos económicos de producción y/o comercialización que se generen dentro de territorios predominantemente con comunidad afrodescendiente que logren constituir empresas, unidades comerciales o de negocios, que contribuyan a su desarrollo y manutención de los suyos.

NOCIÓN DE EMPRESA DESDE LA ANCESTRALIDAD DE LAS COMUNIDADES AFRODESCENDIENTE DEL PACÍFICO.

Para un propicio desarrollo o Etnodesarrollo endógeno de la comunidad afrodescendiente del Pacífico Colombiano, será necesario establecer mecanismos que conlleven a la garantía de esta comunidad a desarrollar actividades socio-económicas enmarcadas en la manera y forma de concebir el mundo, mediante una clara cultura y estilos de vidas determinados (cultura), que de manera favorable les admita disfrutar de su territorio mediante actividades, acciones y dinámicas

que permiten obtener recursos por la transformación positiva de un bien producido de manera autóctona y de una forma nativa no forzada. De tal manera que surge la Etnoeducación Empresarial, como la correcta educación en la creación de empresa o actividad económica como se conoce hoy en día, pero con un enfoque diferenciado, distinto a las prácticas de extracción peligrosa, que causa gran impacto en los recursos naturales de un territorio. No es solamente el concepto de desarrollo sostenible que incorpora el capital basado en conocimiento y lo regional como espacio para el desarrollo, se toma como base esta premisa y se aplican procesos de innovación que constituyen una herramienta para que las regiones de los países emergentes puedan desarrollarse, comprometiendo la existencia y subsistencia de los habitantes y ecosistemas que lo rodean, de tal modo que la Etnoeducación Empresarial, será esa herramienta necesaria para que la comunidad afrodescendiente del Pacífico Colombiano se capacite, formalice e interiorice, los modelos actuales de aplicación de tecnologías de transformación no dañinas al entorno donde habitan, logrando generar ingresos con sostenibilidad ambiental y económica, generando ingresos adecuados y subsistiendo por los recursos otorgados por el medio en donde habitan, pero este proceso debe contener toda esa cultura no material donde se converge lo mágico religioso que permite que las sociedades se conviertan en una con sus entornos aportando aun verdadero etnodesarrollo.

La Etnoeducación Empresarial será un modelo de educación social, espiritual, cultural económica e histórica, que permita que cuando los gobiernos quieran implementar modelos de desarrollo fundados en los procesos economicistas no busquen generar cambios en la racionalidad de las sociedades étnicas tanto indígenas, pueblos gitanos, como afrodescendientes que habitan en sus comunidades rurales, selváticas; pero su fin fundamental es fomentar los mecanismos de sostenibilidad existentes, masificando las actividades productivas sin perder la espiritualidad, el cooperativismo, el amor por el ecosistema y sus prácticas socio-comerciales, la etnoeducación empresarial debe ser una puesta en escena que nos permita evitar el desarraigo de los territorios generar nuevos modelos de ciudades, que sean respetuosa de las ruralidades y evitar el desplazamiento, que en gran medida genera una vida llena de desarraigo cultural, afectación psicológica, marginación social y carencias económicas; estos procesos se dan por la violencia instrumentalizada en los territorios, faltas de oportunidades, por carencias de servicios públicos y sin un desarrollo socio-económico.

Esta idea de educación empresarial con enfoque étnico que es el producto de valorar la cultura social económica y espiritual de los pueblos, permitirá empoderar a la comunidad más vulnerable, discriminada y marginalizada históricamente en Colombia, permitiéndoles recuperar su lugar y posición de poder e importancia, en acciones determinantes del futuro y desarrollo del país, convirtiéndose en la nueva manera de concebir las prácticas económicas de subsistencia y riqueza, bajo una premisa de desarrollo culturalizado, no dañino, no letal para el hombre y el ambiente que los rodea. La Etnoeducación Empresarial se convierte en el camino adecuado a recorrer como medida de salvación de muchas familias afrodescendientes, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos o unidades productivas dentro del territorio, mediante unas directrices previas de enfoque diferencial y coadyuvado con los que puedan generar sus propios recursos y les permita mejorar su calidad de vida; mediante esta herramienta se podrá garantizar el etnodesarrollo dentro de la pobreza extrema y negación histórica de acceso al desarrollo o privación de las necesidades básicas de la comunidad Afrodescendiente rurales del Pacífico colombiano.

La Etnoeducación Empresarial tendrá como objeto aportar herramientas técnicas, filosóficas, metodológicas y culturales para que las comunidades generen soluciones de sus necesidades basado en el principio de autoconciencia y autogobierno, evitando en caer en el asistencialismo que profesan los gobiernos, este nuevo tipo de educación será el mejor camino para un Etnodesarrollo socio-económico que permita independencia económica en los territorios, que aporte a recuperar la calidad de vida armónica de las comunidades étnica y que pueda generar planeación de desarrollo estratégico a partir del territorio. La Etnoeducación Empresarial buscará consolidar estrategias para fortalecer las herramientas para el desarrollo del Etnoempresarismo, utilizando los fondos que existen de carácter público, privado y cooperativo, generando redes de solidaridad orgánica y mecánica para poder permear el mercado interno y externo, aprovechando los procesos de apoyo financiero y técnico, con entidades gubernamentales y no gubernamentales.

BIBLIOGRAFÍA

BIOPACIFICO. (1998). Proyecto Biopacífico. Informe Final General. En F. Casas Castañeda, & M. Bosoni Spinetto, Proyecto Biopacífico. Informe final general: Tomo II Diversidad amenazada prioridades de manejo y conservación (págs. 66-90). Bogota: Colombia. Ministerio del Medio Ambiente.

Caicedo Biuza, R. D. (2015). Plan de Etno-Desarrollo Ancestral. Buenaventura: Informe Empresa de Energía del Pacífico. EPSA S.A.

Decreto 804 de mayo 18 del 1995 Ministerio de Educación Nacional www.mineduccion.gov.co

Grossberg, L. (08 de Junio de 2004). ENTRE CONSENSO Y HEGEMONÍA. Notas sobre la forma hegemónica de la política moderna. (C. H. University of North Carolina, Ed., & E. Restrepo, Trad.) Chapel Hill, North Carolina, Estados Unidos: Revista Tabularasa.

Hinestroza, F. T. (2003). LA ETNOEDUCACIÓN Y LA CATEDRA DE ESTUDIOS AFROCOLOMBIANOS. Bogotá: DOCENTES EDITORES.

Ley 70, C. D. (27 de Agosto de 1993). Ley 70 de 1993. Ley 70 de 1993 O Ley de Comunidades Negras. Quibdo, Choco, Colombia: Congreso De La República de Colombia Diario Oficial No. 41.013, de 31 de agosto de 1993.

Ley general de la educación 115 de 8 febrero 1994 <http://www.mineduccion.gov.co>

Taylor, S. E. (1821). Definition of culture Session 2 (1821 vol. 1, pág. 11). From Popular Science Monthly 26 (1884): 145. Public Domain,

Walsh, C. (2011). Etnoeducación e interculturalidad en perspectiva decolonial. Lima: Ponencia presentada en el Cuarto Seminario Internacional "Etnoeducacion e Interculturalidad.

Zambrano, C. V. (2003). APROPIACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS DE LA DIVERSIDAD ÉTNICA. Mexico: Unión de Universidades de América

Consumo colaborativo: Una reflexión sobre su introducción desde el neoinstitucionalismo

Libardo S. Acosta B.¹

RESUMEN

Este trabajo plantea entender cuáles son las causas del surgimiento de las economías colaborativas desde el punto de vista teórico del neoinstitucionalismo. Partiendo de una definición, sus características y participantes, continuando con una posición reflexiva sobre la teoría neoinstitucional y repasando las propuestas de Tholsthein Veblen, para finalizar con una teoría que explique las razones de la introducción de las economías colaborativas como una nueva institución.

Palabras clave: Neoinstitucionalismo, Consumo colaborativo, Costos de transacción, Cambio institucional.

ABSTRACT

This paper raises the causes of the emergence of collaborative economies from neoinstitutional theory. Based on the definition, characteristics and participating parties. Continuing with a reflexive position on neoinstitutional theory and retaking the proposals of Tholsthein Veblen to end with a theory that explains the reasons for the introduction of collaborative economies as a new institution.

Keywords: Neo-institutionalism, Collaborative Consumption, Transaction Costs, Institutional Change

INTRODUCCIÓN

Uno de los nuevos paradigmas del siglo XXI es el auge del consumo colaborativo. El surgimiento de estas nuevas formas de transacción, como lo defienden algunos autores, se da por varios factores. En primer lugar, el evidente avance de las tecnologías de la información y comunicación, que permite contactar y generar relaciones con personas alejadas del entorno con solo el pulsar un teclado. Esta revolución tecnológica promovida por las TIC permea a las sociedades, comunidades y personas, de tal forma que afecta al segundo factor, que es el cultural. Las comunicaciones son tan abiertas que se puede confiar en las personas, a tal punto de realizar transacciones económicas sin conocer la contraparte.

Pero hay algo que no han debatido estos autores y es cómo el avance de estas tecnologías permite la reducción de la asimetría de la información, por lo tanto, la reducción de los costos de transacción y su correlación con antiguas instituciones ceremoniales, en palabras de Veblen (Ekelun y Hebert, 1990) que auguran el surgimiento de nuevas instituciones, en este caso, la del consumo colaborativo. A lo largo de este artículo se planteará a) cuáles son las características comunes del

¹ Estudiante programa de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira.

Miembro del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN. E-mail: lsacostab@unal.edu.co

Google Scholar https://scholar.google.es/citations?user=dz_YRL8AAAAJ&hl=es

consumo colaborativo, b) cuáles son los principios neoinstitucionales y qué relación tienen con estas nuevas formas de transacción y c) finalizar con una conclusión que abra el debate en torno al surgimiento de esta nueva forma de consumo, considerando los adelantos en los estudios de las instituciones.

Una breve introducción a la economía colaborativa

El consumo colaborativo empieza a obtener atención por parte de la academia a raíz de todos los avances que se han desarrollado en las tecnologías de la información y comunicación. No obstante, no es un debate exclusivo de la academia, socialmente se generan polémicas en torno a la legalidad y viabilidad económica de esta nueva forma de consumo. Los avances en su ²definición y su caracterización se pueden observar en el siguiente cuadro.

Definiciones previas de consumo colaborativo						
Autor (año)	Definición de consumo colaborativo	Facilitado por la web	Fuera de línea	Transferencia de la propiedad	Intercambios libres	Recursos propios de la empresa
Felson y Spaeth (1978)	Aquellos eventos en los que una o más personas consumen bienes o servicios en el proceso de realizar actividades conjuntas con uno o más individuos (p. 614)				X	
Bostman y Rogers (2010)	"La rápida explosión en el intercambio, el intercambio, el trueque, el comercio y el alquiler reinventado a través de las últimas tecnologías y los mercados peer-to-peer de maneras y en una escala nunca antes imaginada." (p.xv)	X		X	X	X
Belk (2014)	"Personas que coordinan la adquisición y distribución de un recurso por una tarifa u otra compensación" (p.1597)	X				X
Hamari (2015)	"La actividad de peer-to-peer de obtener, dar o compartir el acceso a bienes y servicios, coordinados a través de servicios comunitarios en línea"(p.2)	X		X	X	

Tabla 1 Traducida por: Libardo S. Acosta B. (2017) Original de: Ertz, Durif y Arcard, 2016. Collaborative Consumption: Conceptual snapshot at a buzzword.

² Véase el caso de un carro incendiado en la ciudad de Bogotá por creer que el carro en cuestión prestaba el servicio de Uber. Redacción el tiempo. (17 de enero del 2017).

Tal como se pudo observar en la tabla 1, son diversas las definiciones de lo que es el consumo colaborativo, gran parte de ellas se interesan por el libre cambio y el evidente uso de plataformas web para ente intercambio. Además, es poco el énfasis que se la hace al uso del capital propio de las empresas.

La definición que se considera más precisa en este momento es la planteada por los profesores Ertz, Durif y Arcard, que después de un análisis juicioso del estado del arte concluyen que el Consumo Colaborativo se refiere a todos aquellos sistemas de distribución de recursos que permiten al consumidor ser el adquirente de un recurso o el proponente de ese recurso (Ertz, Durif & Arcard, 2016). De esta manera reconocen la participación de tres actores: a) el consumidor obtentor, quien es el que obtiene beneficios del proceso, b) el consumidor proveedor que es quien posee el bien que se compartirá, c) el intermediador quien establece el contacto entre ambos consumidores, puede ser desde una plataforma online hasta una persona (todo depende del proceso de consumo).³

Una vez definido y caracterizado el concepto de consumo colaborativo, es necesario entender el surgimiento de este. Las definiciones de los autores consideraban que son las facilidades de la era de la comunicación las que permiten el surgimiento de este modelo de consumo. Este análisis plantea entender el consumo colaborativo, viéndolo como una institución naciente, desde el punto de vista de la escuela del neoinstitucionalismo. Tomando como referente a teóricos tan importantes para esta corriente como lo son Veblen y Douglas North.

Neo institucionalismo, un referente teórico para entender las economías colaborativas.

En el libro *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, Douglass North plantea que las instituciones son las reglas de juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. Por consiguiente, estructuran incentivos en el intercambio humano, sea económico, social o político. (North.1990).

North también asume que hay dos tipos de instituciones, las formales e informales. También tienen dos características: son evolutivas y condicionadas. Otra consideración importante se refiere al cambio institucional. El cambio institucional conforma el modo en que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo, por lo cual es la clave para entender el cambio histórico. (North, 1990).

Una de las pretensiones de la corriente neoinstitucional, aparte de entender el cambio institucional, también es unir los estudios económicos a los demás campos de las ciencias sociales. Su crítica con respecto al viejo institucionalismo va encaminada en la normatividad que se manejaba en un principio. Por ello adquieren una característica descriptiva, su interés es no reducir el entendimiento del comportamiento humano a teorías tan simplistas como la neoclásica, con la que tendrá bastantes diferencias que son necesarias poner a consideración. Los teóricos de la escuela

³ Ertz, Durif y Arcard son bastante explícitos a la hora de definir el proceso de la circulación de los recursos y la relación entre los dos tipos de consumidores participes del proceso. Para más información véase la figura 1 en Ertz, M. Durif, F. Arcand M. (2016, p. 14).

neoinstitucionalista no consideran que la optimización de recursos sea la razón que da origen al comportamiento humano. De hecho, a partir de North (1990) se pueden

sintetizar seis puntos críticos a la teoría neoclásica, junto al concepto de cooperativismo y altruismo, podríamos hacer una síntesis del planteamiento neoinstitucional.

1. Evidentemente existe una escasez de productos y es necesario competir por ellos, pero no siempre van a tomar una decisión óptima los actores, porque no tienen la información completa.
2. Además, es necesario resaltar que las habilidades de cómputo de los actores no son perfectas. Esto le impide asimilar toda la información, así fuera completa. Esto genera un coste de transacción, que es el interés que gana cada agente por buscar información.
3. La cooperación y el altruismo también son un determinante en la toma de decisiones de los individuos. No siempre es la optimización de los recursos. De igual forma es difícil determinar este comportamiento altruista y cooperativo, así se acuda a la teoría de juegos para entenderlo, porque no siempre son los mismos intereses por parte de los individuos, el mercado es amplio y sus participantes son bastantes.
4. Los dueños de diversas mercancías tienen un conocimiento de los atributos (Derechos de propiedad) de las mercancías que llevan al mercado, pero no de las necesidades y determinantes de elección de su contrapartida.
5. Con un ambiente tan difícil de determinar por parte de los actores, es necesario encontrar una línea básica en la toma de decisiones y de las formas en que generen transacciones.
6. Las instituciones, aunque no logran el óptimo social, si permiten un acercamiento porque le permite a los participantes del mercado, tener un punto básico de toma de decisiones. En otras palabras, reducen la incertidumbre y proporcionan una estructura a la vida diaria (North, 1990).

Sería irresponsable considerar que estos 6 puntos son lo único que se contempla en el neoinstitucionalismo, pero para el objetivo de este artículo, que es comprender las nuevas instituciones colaborativas a raíz del cambio de las mismas, un buen insumo.

El cambio institucional tiene unas características complejas. La característica informal de algunas instituciones impide su entendimiento completo, por más que esas sean evolutivas o discontinuas. North (1990) establece que el cambio institucional se da por la interrelación con las organizaciones. Esta relación entre organizaciones e instituciones genera una retroalimentación. La retroalimentación, es el origen del cambio.

Las instituciones no siempre son las más eficientes, según North, porque a las organizaciones no le interesa que lo sean. Sus líderes al tener una información limitada, pueden considerar que estas instituciones son beneficiosas o perjudiciales. No tendrán acceso a la información completa. Por ello, estos líderes, presionaran para que se dé el cambio institucional bajo las subjetividades y preceptos que tengan para considerar cuales son las más benéficas.

Otra consideración que es de vital importancia, aportada por el neoinstitucionalismo al debate económico, es la de los costos de transacción. Hay que partir de un hecho, los autores clásicos y neoclásicos consideraban que la toma racional de decisiones se daba gracias a que las personas que participan en el mercado tienen acceso completo a la información, para los neo institucionistas esto no es así. Son dos las razones que argumentan.

En primer lugar, los consumidores y proveedores no tienen acceso a la información exacta de los deseos y aspiraciones de su contrapartida. El consumidor no sabe cuál fue el proceso productivo y administrativo que tuvo el vendedor o productor para llegar hasta el punto en que se ofrece el mismo. Por otro lado, el oferente no sabe cuáles son los gustos, beneficios que el consumidor desea obtener o las formas subjetivas de cuantificación del beneficio que este último utiliza al realizar una negociación. En segundo lugar, aunque ambos agentes tuvieran acceso a esta información la capacidad de cómputo y análisis de la misma sería limitada.

Estas dos razones, que son lo que se conoce como la asimetría de la información, como consecuencia producen, lo que se llama, los derechos de propiedad.

Los derechos de propiedad son los conocimientos que tiene cada participante del mercado y que lo diferencian de su contrapartida. Es evidente que el consumidor tiene más capacidad de saber qué es lo que quiere; por otro lado, el productor u oferente tiene más capacidad para saber cuánto le cuesta ofrecer su producto, qué presupuesto tiene de ventas y cómo están las condiciones de mercado. Ambos conocimientos conducen a los participantes a una negociación.

Pero si estas condiciones del mercado son como se ha planteado hasta ahora, se puede observar que realmente sería un espacio de negociación bastante inestable. Aquí volvemos a la figura de institución, como lo plantea North, como las limitantes creadas por el ser humano. Evidentemente constriñen el comportamiento y facilitan las transacciones. Esto impide una constante negociación e inestabilidad.

Pero ¿qué pasaría si estas instituciones empiezan a fallar? ¿Si no evolucionan o se desgatan y se vuelvan ineficientes? Ante estas cuestiones, se podría recuperar los planteamientos de Veblen, el primer institucionalista, y evidenciar que sus teorías aún pueden arrojar una explicación del nuevo comportamiento institucional.

La resurrección de Veblen en el debate del cambio institucional

Tholstein Veblen, considerado como el primer teórico institucional, también se interesó por la evolución institucional. A su consideración, solo existían dos tipos de instituciones: las tecnológicas y ceremoniales. Las tecnológicas se refieren a los procesos de las máquinas, inventos, métodos de producción, etc. Y las instituciones ceremoniales que se refieren al conjunto de derechos de propiedad, estructuras económicas sociales etc. (Ekelun y Hebert 1990).

Los instintos de la curiosidad inútil y el del trabajo eficaz son los que originan las instituciones tecnológicas. Estos instintos dan origen a un proceso mecánico que dinamiza el movimiento económico. El problema surge cuando las instituciones ceremoniales chocan con el proceso dinámico. Las instituciones ceremoniales detienen o disminuyen la velocidad en que estas nuevas instituciones tecnológicas toman forma.

Una vez superada la etapa de conflicto entre el proceso dinámico y las instituciones ceremoniales, habrá una nueva institución tecnológica. Esta moviliza los componentes de la sociedad, dando origen a unas nuevas formas de relación económica. Como se puede observar, los planteamientos de Veblen son una forma más un poco arcaica de describir las revoluciones tecnológicas planteadas

por Schumpeter,⁴ pero a diferencia de él, su enfoque se centra en las instituciones y estructura de relación ceremonial.

¿Dónde entran las economías colaborativas?

Anteriormente se presentaron los planteamientos de autores que concebían el surgimiento de las economías colaborativas como un resultado de la evolución tecnológica, presupuestal y cultural, algo que se podría profundizar en el futuro estudiando a Schumpeter y la teoría del costo de oportunidad, pero es evidente que estos autores no consideraban el punto que se ha abordado a lo largo de este artículo sobre su relación con las instituciones. Solo como ejemplo, hay que ver el actual debate que hay por la introducción de la plataforma Uber en la gran mayoría de países. Evidentemente, quienes presten este servicio de transporte público individualizado van a encontrar bastante oposición, por ejemplo, taxistas u otros gremios de transporte público o privado.

Si se hace un análisis de lo que causó y dio origen a la plataforma Uber, evidentemente los factores culturales y tecnológicos influyeron en su creación. Pero la aceptación del público va más allá de eso, pues, las falencias de los métodos tradicionales de transporte y la introducción de una tecnología que es de fácil acceso para el público son el verdadero origen, es decir, la ineficiencia de una antigua institución ceremonial, relación taxista pasajero, y la introducción de un nuevo paradigma tecnológico o proceso dinámico son los factores que influyen en el nacimiento de esta nueva forma de consumo.

Otro de los factores que inciden en el aumento de la participación de Uber y las demás plataformas de consumo colaborativo es que ofrecen la oportunidad de reducir la asimetría de la información dando los datos y el computo de los mismos, para que ambas partes dentro de la negociación tengan la oportunidad de tener mayor conocimiento. En otras palabras, lo que hacen estas plataformas es reducir los costos de transacción.

Se puede agregar que otras instituciones propias del sistema capitalista como la libertad de negociación y el individualismo, ayudan a fortalecer el surgimiento de esta nueva institución llamada consumo colaborativo, pero estas relaciones se pueden plantear con más profundidad en el futuro.

CONCLUSIÓN

La teoría neoinstitucional puede ayudar a entender, de una forma más certera, la creación de nuevos paradigmas económicos como lo es el consumo colaborativo. La reducción de los costos de transacción está generando nuevas formas de realizar transacciones, todo ello gracias a la revolución tecnológica en la que se encuentran las sociedades desde la creación del procesador Intel o como Schumpeter la llama “La era de la informática y de las telecomunicaciones”. (Pérez, 2010). Reducir los costos de transacción es una ventaja que hace que se fortalezcan estas nuevas formas de consumo y su continuidad, a pesar de presentar unos buenos argumentos económicos, deben configurarse y formalizarse en el entramado legal de un estado.

⁴ Schumpeter consideraba que lo que movilizaba la economía eran los cambios paradigmáticos creadas por las revoluciones tecnológicas

BIBLIOGRAFÍA

- Cardenas Zorro, J. (2011). "De la sociedad industrial a la sociedad post industrial: Reflexiones históricas sobre el campo colombiano". *Revista de negocios internacionales*, 4(2), 67- 87.
- Díaz Labarca, J. (2002). "Herbert Marcuse: la ascensión del totalitarismo en la sociedad postindustrial". *Utopía y praxis latinoamericana*, 7 (18), 9-34.
- Ekelund, R., & Hebert, R. (1990). Thorstein Veblen y la economía institucionalista americana. En: R. Ekelund & R. Hebert (Ed.), *Historia de la teoría económica y su método* (pp. 475-510), (3ra ed). Mexico D.F.: McGraw Hill.
- Ertz, M., Durif, F., & Arcand, M. (2016). Collaborative Consumption: Conceptual snapshot at a buzzword. *Journal of Entrepreneurship Education*, 19 (2), 1-20.
- Hartl, B., Hofmann, E., & Kichler, E. (2016). "Do we need rules for "what is mine is yours"? Governance in Collaborative Consumption communities". *Journal of business research*, 69, 2756-2763.
- Perez, E. (2010). "Technological revolutions and techno-economic paradigms". *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 185-202.
- North, D. (1990). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico* (2da). México D.F.: Fondo de cultura económica.
- Redacción El tiempo. (17 de enero del 2017). Carro De Uber habría sido incendiado por taxistas en Bogotá. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/bogota/carro-de-uber-habria-sido-incendiado-portaxistas-en-bogota-57069> el 6 de septiembre del 2017.
- Tello Castrillon, C. (2008). *Abordaje de conceptos sobre la organización*. Palmira: Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira.

Crítica a los fundamentos teóricos, filosóficos y éticos de la Responsabilidad Social Empresarial

Cristian David Rincón O.¹

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido concebida como algo que las empresas *debían* implementar, no por obligación legal, sino de manera voluntaria. Siempre se planteó como algo netamente moral. Sin embargo, aunque tenía esta pretensión, la RSE se ha enfrentado a dos serios problemas: 1) Dejó de ser algo voluntario y moral, pasando a ser algo casi obligatorio (tanto así que la empresa que no la implemente parte con desventajas respecto a las que sí lo hacen) y legal. 2) Aunque tiene pretensiones de ser una postura ética, posee débiles fundamentos teóricos y filosóficos. En este escrito, mostraré algunas de las deficiencias teórico-filosófico-éticas en la RSE y cómo esta pasó a ser una postura legal, más que moral. Para ello, primero haré una introducción a la RSE (qué es, cómo surgió, sus principales postulados, etc.); luego mostraré cómo sus orígenes son los mismos de la *Moral cristiana* explicada por Nietzsche en “La genealogía de la moral”; mostraré las inconsistencias teóricas de sus postulados y, finalmente, concluiré con el esquema de una posible solución a los problemas teóricos de la RSE para debates futuros.

Palabras clave. RSE, Ética, Filosofía, Nietzsche, Moral, Legal.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) has been conceived like something what companies *must* implement, no because it were legally required, but of a voluntary way. It was always raised like something clearly moral. However, although it had that pretension, CSR has faced two serious problems: 1) it stopped being something voluntary and moral, and it becomes something almost legal. 2) Although it has pretensions to be an ethical stance, it has weak theoretical and philosophical fundamentals. In this paper, I will show some theoretical-philosophical deficiencies in CSR and how it became a legal stance, instead moral. For that, I will make an introduction about CSR first (what it is, how it originated, its main postulates, etc.); then, I will show how its origins are the same of *Christianity moral* explained by Nietzsche in “Genealogy of Morals”; I will show the theoretical inconsistencies of CRS’ postulates and, lastly, I will conclude with a scheme of a possible solution to theoretical problems of CSR for future discussions.

Keywords. CSR, Ethics, Philosophy, Nietzsche, Moral, Legal.

Responsabilidad Social Empresarial

¹ Administrador de empresas. Estudiante de la Maestría en Filosofía de la Universidad de Caldas. Docente ocasional en la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Perteneciente al Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: crdrinconor@unal.edu.co

El debate sobre la Responsabilidad Social de la Empresa² o sobre Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) inicia, según varios autores (Buchholz & Rosenthal, 2001; Lozano, 1999), en los años 50 debido al rápido crecimiento económico de las empresas norteamericanas mientras, al mismo tiempo, el país discutía sobre los problemas sociales graves que habían surgido como “la pobreza, el paro, las relaciones entre razas, la degradación urbana y la contaminación. La responsabilidad social empresarial se convirtió en un clamor compartido por diversos grupos que exigían cambios en los negocios americanos” (Boatright, 1993, p. 386). Como una reacción a la situación que sufría el país en contraste al poderío económico de las grandes empresas, se empezó a forjar más ampliamente un debate sobre la responsabilidad que tenían las empresas con la sociedad. “Los ejecutivos empezaron a hablar de las responsabilidades de la compañía y a establecer programas sociales específicos como respuesta a problemas de índole social, más que económico” (Buchholz & Rosenthal, 2001, p. 367).

A raíz de lo anterior, académicos empiezan a preguntarse si las grandes empresas, con poderío económico, pueden ayudar a la resolución de los problemas sociales y, aún, si tenían la *responsabilidad* de hacerlo. Así, en 1953 aparece el primer libro académico que acuña este término (RSE), titulado *The Social Responsibilities of Businessman*, de Howard Bowen, quien sienta las bases de lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social Empresarial. Según Lozano (1999), el principal fundamento de la RSE es que la finalidad de las empresas no se agota en el sistema económico en el que se encuentra ni su acción se limita al ámbito legal. Los objetivos de las compañías no se reducen únicamente a la maximización de utilidades y al cumplimiento de la ley, sino que las empresas son más que entidades económicas y tienen la responsabilidad de ayudar a la resolución de problemas sociales, “objetivo que alcanzarían si dedicaran recursos a la solución de tales problemas” (Buchholz & Rosenthal, 2001, p. 367). En este sentido, la palabra *responsabilidad* implica que las empresas tienen cierta obligación con la sociedad en la búsqueda y aplicación de soluciones que corrijan los problemas que estas enfrentan, sin que esta obligación sea de carácter legal sino más bien moral. La idea era que las empresas que aplicaran la RSE lo hicieran de manera voluntaria, más no porque fueran obligadas a hacerlo.

Así, la discusión sobre la RSE empezó a forjarse alrededor de tres puntos claves: “la no-reducción de la empresa a su función económica, la atención a todos los grupos incluidos en la actividad empresarial y la implicación de la empresa en la solución de los problemas sociales” (Lozano, 1999, p. 84). En cuanto a este último punto, el *Committee for Economic Development* (Comité para el desarrollo económico), reunido en 1971, determinó que las empresas debían hacer algo en la resolución de los problemas sociales que afectan los siguientes diez puntos:

1. Crecimiento económico y la eficiencia.
2. Educación.
3. Ocupación y formación.
4. Los derechos civiles.
5. La igualdad de oportunidades.

² Aunque el término *empresa* puede tener múltiples significados y, de hecho, está sujeto a debates, de aquí en adelante se entenderá *empresa* como una organización privada con ánimo de lucro. En este sentido, al hablar de Responsabilidad Social Empresarial se excluye hablar de otro tipo de organizaciones que no son ni privadas ni su fin es el lucro (iglesias, hospitales, escuelas, etc.).

6. El desarrollo urbano.
7. La contaminación.
8. El conservacionismo y la ecología.
9. La cultura y las artes.
10. La atención médica o las acciones del gobierno.

Años después de que Bowen publicara su famoso libro, Edward Freeman (1984) propone el enfoque de los stakeholders en su libro *Strategic Management: A Stakeholder Approach*³. Básicamente, esta propuesta puede ser considerada como un enfoque especial de aplicación de la RSE. La idea fundamental de Freeman es sencilla: las empresas deben tener en cuenta los intereses de los stakeholders en la toma de decisiones. A los stakeholders los define como todas aquellas entidades que *afectan o son afectadas* por una organización focal. Como los stakeholders tienen un interés en las acciones de la empresa, esos intereses deben ser tenidos en cuenta a la hora de tomar decisiones en la empresa, hasta tal punto que, como afirma Buchholz & Rosenthal (2001), se debe buscar que todos (o al menos la mayoría) los stakeholders queden satisfechos con las decisiones. De alguna manera lo que se busca es que las empresas compartan el poder con esos grupos de interés. Los más típicos son los consumidores, proveedores, empleados, accionistas, comunidades, competidores y el gobierno, aunque claro, los stakeholders no se limitan a estos pocos grupos, sino que la lista continúa de manera indeterminada.

Origen de la RSE como reacción y resentimiento de la sociedad.

Un consenso básico, pero importante, entre la mayoría de teóricos⁴ en ética empresarial es que la RSE hace parte, ya sea como una rama o como un enfoque, de la ética empresarial (Nicolaidis, 2014)⁴. Este análisis conceptual es importante porque la ética empresarial es, a la vez, una rama de la ética y ésta, de la filosofía. Es decir, tanto la ética empresarial, como la RSE y la teoría de los stakeholders, debe ser estudiada, por definición, desde la filosofía y sus orígenes deberían situarse en ella. Pero esto no se dio en un principio. Sus orígenes se sitúan como una reacción de la sociedad frente al próspero crecimiento económico de las empresas, mientras ella se sumergía en una profunda crisis. Como las empresas tenían el dinero suficiente para solucionar muchos problemas sociales, entonces debían ayudar aportando porque tenían esa responsabilidad con la sociedad. La RSE surge del resentimiento de una sociedad débil que siente que el fuerte, las empresas poderosas, tienen más dinero del que necesitan y que deben compartirlo con ella.

En este sentido, tal y como lo afirma Worden (2009), los primeros defensores de la RSE fueron algunos moralistas que la plantearon como una elegante lista de deseos de lo que ellos querían que se hiciera con el exceso de riqueza de las empresas. Dado que la sociedad se sumergía en una profunda crisis y que, justamente, las grandes empresas tenían la capacidad económica de solucionar dichas crisis, parecía que tanta riqueza, en manos de tan pocos, era perjudicial para todos. Mediante artimañas argumentativas, intentaron mostrar que su egoísmo era destructivo, incluso para ellos mismos. Sin embargo, no hubo un fundamento teórico-filosófico que sustentara

³ Llamada también Teoría de los Stakeholders. Utilizaré la palabra “Enfoque” porque, como se verá, esta propuesta no es en absoluto una teoría.

⁴ Aquí se les denomina “teóricos” porque así se hacen llamar, pero, como veremos más adelante, son “moralistas”.

esta postura moral y nació la RSE, producto de una ideología moral, más que de un principio filosófico. Fue después cuando se intentó justificar filosófica, teórica y éticamente la RSE.

A este origen ideológico de la RSE y el posterior intento de fundamentar filosóficamente se le puede hacer parte de la misma crítica que Nietzsche le hace a la ética kantiana. Para él, la ética inicia con Aristóteles que, realmente, lo que hizo fue describir el *ethos* (costumbre) de su cultura; es decir, describió lo que para ellos era actuar bien. Si Aristóteles hubiera nacido en otra cultura o en otro tiempo, su ética hubiera sido diferente. Luego, Tomás de Aquino cristianizó la ética aristotélica y le añadió tres valores: la fe, la esperanza y el amor. Luego, con la Ilustración y el auge de la ciencia, se empezaron a usar métodos racionales y científicos para desarrollar teorías éticas. Entre ellas, la kantiana fue, en resumen, la formalización de la moral aristotélico-cristiana. La ética kantiana no fue el resultado de la investigación filosófica, sino que fue la búsqueda de fundamentar una moral preestablecida. Se buscó defender con razones lo que ya se daba por hecho (Nietzsche, 2002). A los teóricos en RSE les sucedió algo similar: tomaron la moral preestablecida en la sociedad e intentaron aplicarla a las empresas sin un previo análisis filosófico. Se dio por hecho que las empresas debían ser socialmente responsables y luego se intentó justificar esa postura con argumentos racionales. Así, como creyeron que las empresas no estaban actuando moralmente, consideraron que la práctica administrativa debía ser mejorada –moralizada, si se quiere–, en vez de explicada. En vez de preguntarse *por qué* ser socialmente responsables, por ejemplo, se preguntan *cómo* serlo. Esto llegó a ser así hasta tal punto que la RSE se volvió un conjunto de herramientas con las cuales capacitar a los empleados.

Para ejemplificar lo anterior, veamos de nuevo el enfoque de los stakeholders. Freeman consideró que su *teoría* es “puramente normativa” (Freeman, 1999, p. 234), es decir, que sirve para fijar normas (morales) y nada más. No sirve para explicar nada. Donaldson & Preston (1995) aceptaron esto y afirmaron que las preguntas que inician con un *por qué* están relegadas. Por esto no es de extrañar que en el enfoque de los stakeholders se diera un salto argumentativo para afirmar que los stakeholders, como son afectados por las decisiones de una empresa, deben tener participación en la toma de decisiones de dicha empresa. Dice, por ejemplo, que los derechos de los stakeholders “deben ser asegurados y, además, los grupos deben participar, en algunos casos, en decisiones que sustancialmente afecten su bienestar”⁵ (Evans & Freeman, 1988, p. 103), pero nunca nos dice *por qué*. De la mano están también Hill & Jones (1992) que definen al stakeholder ₅ como “constituyentes que tienen una demanda legítima a la empresa” y Alkafaji (Alkafaji, 1989, p. 36) como “grupos de los que la empresa es responsable con demandas, derechos y expectativas que deberían ser cumplidas”.

Posteriormente, Evans & Freeman, buscando justificar filosóficamente su ideología, intentaron aplicar el imperativo categórico kantiano en su segunda formulación, y dijeron: “cada stakeholder tiene derecho de ser tratado como un fin en sí mismo, y no como un medio para otro fin, y por tanto debe participar en determinar la dirección futura de la empresa en la cual participa” (Evans & Freeman, 1988, p. 67). Sin embargo, este intento de justificación filosófica tiene múltiples problemas. Primero, ¿los stakeholders son seres racionales que merecen respeto? Segundo, que no sean tratados como medios sino como fines, ¿implica que se deba compartir el poder en la toma de decisiones con ellos? En todo caso, resulta muy antropomorfista pensar que un stakeholder es un ser racional que debe ser respetado, porque un stakeholder no es una persona. Los saltos que

⁵ Traducción propia

se han intentado dar para explicar por qué se debe compartir el poder con los stakeholders han sido gigantescos.

La discusión general sobre RSE no se salva de estos mismos problemas en su justificación filosófica. Desde sus inicios, como lo señala Friedman (1970), la discusión sobre RSE ha carecido de rigor académico. ¿Qué significa que las empresas tengan responsabilidades? Las empresas no son seres morales a los que se les pueda delegar una responsabilidad. Este problema se ha intentado resolver afirmando que la responsabilidad no es propiamente para la empresa, sino para el ejecutivo (o ejecutivos) que representan la empresa. Es decir, la responsabilidad social deja de ser empresarial y pasa a ser del empresario. Podemos aceptar este artilugio argumentativo y aun así preguntarnos: ¿el empresario tiene las mismas responsabilidades morales como empresario y como sujeto moral? Tanto la ética kantiana como la moral cristiana están pensadas en las acciones no-egoístas. Lo bueno no puede ir ligado nunca a motivos de interés egoísta⁶, pero esto no es compatible con las empresas. Las empresas existen porque buscan un interés egoísta y pedirles que no lo hagan para que sean morales implicaría acabar con la empresa. En este sentido, hablar de RSE es una contradicción en los términos.

Sobre la dicotomía moralista de los teóricos en RSE.

Si se me ha seguido hasta aquí, se notará que lo que he intentado demostrar es que la RSE, al tener un origen ideológico en vez de filosófico, tiene muchos problemas en su fundamentación ético-teórica. También afirmé que, como parte de este origen ideológico, la RSE se dio como una exigencia producto del resentimiento de una sociedad débil que veía con malos ojos el poderío de las grandes empresas, por lo que empezaron a exigir cierta retribución del daño que estaban ocasionando. En *La Genealogía de la moral*,⁷ Nietzsche (2005) explica que la moral cristiana tuvo origen en el resentimiento, al igual que la RSE, y propone la figura del *Sacerdote ascético* como aquel que guía el resentimiento del pueblo para, finalmente, ver a los nobles como malvados. En nuestro caso, el que cumple este rol es el teórico en RSE que comparte con el sacerdote ascético una característica fundamental: la contradicción entre su prédica moralista de atacar al fuerte por dominar y su misma voluntad de dominación. A esta contradicción la llamaré la *dicotomía moralista*.

Cuando Estados Unidos estuvo sumergido en crisis sociales en los años 50's, la sociedad puso sus ojos en las grandes empresas que, a simple vista, parecían tener la capacidad económica para reparar todos los daños sociales. En un primer instante se pensó que ellos podían ayudar con el exceso de dinero que tenían, pero más adelante se les vio como los causantes de gran parte de esos problemas. Se les empezó a ver como entidades *malvadas* que debían actuar de manera más moral. El teórico en RSE aprovecha estas circunstancias y siente la necesidad de *guiar* al fuerte bajo subterfugios moralistas. Aunque reprende a la dominante, él mismo lo domina. Aborrece la fuerza, pero él mismo es fuerte. Wu (1999), por ejemplo, pone reparos en los empresarios que rechazan la *guía* de los teóricos en ética y afirma que él solo quiere “comunicarse y cooperar” con ellos. Este *cooperar*, sin embargo, es solo un eufemismo para dominar, pues en el fondo lo que quiere es decirles a las empresas lo que deberían hacer. Es una máscara para esconder su deseo

⁶ Ver (Kant, 1983).

⁷ Esto se trató con más profundidad en el ensayo *Moral del noble y moral del esclavo: repensando los valores en la organización* (Rincón, 2013).

de dominación. Las palabras que usan los teóricos en RSE en sus prédicas moralistas son del tipo “consciencia”, “deber”, “responsabilidad”, etcétera, palabras con las cuales se procura *infligir un*

dolor moral al empresario. Los stakeholders, en el Enfoque de los stakeholders, por ejemplo, son *responsabilidad* de la empresa y es ésta la que tiene el *deber* de satisfacer sus intereses. En el fondo, el uso de estos conceptos morales, tal como lo diría Nietzsche (2005), funcionan como un ardid para, primero, como ya dije, hacer sufrir a las empresas y, segundo, permitir que los stakeholders se sientan poderosos. El stakeholder exige un *dolor* equivalente por haber sido afectado por la empresa, y este *dolor* es permitirle al stakeholder participar en la toma de decisiones.

Al igual que el Sacerdote Ascético de Nietzsche, el teórico en RSE es para la sociedad un tipo de médico que les receta a sus enfermos puros placebos. El primero receta los ideales ascéticos del cristianismo y el segundo receta la creencia de que sus males son causados por las empresas y que ellas deben ser responsables de los males que le causa a la sociedad. A los stakeholders se les dice que como ellos son afectados por las decisiones de la empresa, las empresas deben tener en cuenta sus intereses e, incluso, dejarlos participar en la toma de decisiones. Pero este placebo, antes que fortalecer más a los stakeholders, los debilita en tanto aumenta su resentimiento hacia las compañías a al ocultarlo bajo una máscara moralista. La enfermedad se vuelve cada vez más grande pero el enfermo se siente cada vez mejor.

Friedman (1970) se dio cuenta de esta dicotomía moralista y notó que los teóricos en RSE lo que querían era dominar a los empresarios. “Los empresarios que hablan en estos términos [de RSE] son títeres involuntarios de las fuerzas intelectuales que han estado socavando las bases de una sociedad libre durante las últimas décadas” (Friedman, 1970, p. n.p.) Ellos dominan mientras que le dicen a las empresas que no dominen económicamente, lo que demuestra su resentimiento. Nietzsche diría que demandar equidad de derechos económicos, es decir, a través de una redistribución forzada, como lo pretenden estos teóricos en RSE, no es “nunca una emanación de justicia, sino de codicia. Los que no poseen no tienen derecho moral sobre los que poseen” (Nietzsche, 2012, p. 253).

Como un pastor moralista, el teórico en RSE consuela a sus ovejas y les muestra que su sufrimiento no es su culpa, sino de las grandes empresas. La oveja enfermiza, el stakeholder, dice: *¡yo sufro, alguien tiene que ser el culpable!* Y el moralista en RSE le responde: *así es, oveja mía, tienes razón y el culpable es la gran empresa que en sus acciones te afecta negativamente.* En la búsqueda de un culpable a su sufrimiento, lo único que los stakeholders hacen es develar su debilidad y, naturalmente, van a encontrar en el que no sufre, es decir, en las grandes empresas, al culpable de su sufrimiento. Sin embargo, la sed de poder del moralista en RSE es tan grande que traspasa las fronteras de su rebaño y encuentra *aves de rapiña* a las que llevarle su prédica. Es tan ingenioso que logra envenenar la consciencia del poderoso con su propia miseria, como si éste lograra decir al final: “¡es una desgracia ser tan afortunado! ¡Hay mucha miseria!”. Pero a ellos hay que recordarles lo que Nietzsche diría al respecto:

Exigir de la fortaleza que no sea un querer-dominar, un querer sojuzgar, un querer-enseñorearse, una sed de enemigos y de resistencia y de triunfos es tan absurdo como exigir de la debilidad que se exteriorice como fortaleza (Nietzsche, 2005, p. 80).

RSE fuera de la ética.

Los problemas de fundamentación ética de la RSE que he mostrado hasta el momento no son sino la base de los problemas teóricos que trae la RSE. Quizá la consecuencia más importante a nivel teórico de esto es que la pretensión inicial de la RSE era que las empresas la aplicaran de manera voluntaria, por lo que, en principio, la RSE no debería estar reglamentada. Recuérdese que iniciando el texto se expuso que la cuestión subyacente al debate sobre la RSE era si el marco de acción de la empresa debía suscribirse únicamente a la maximización de beneficios y al cumplimiento de la ley o no. Los que apoyan la RSE afirman que la empresa tiene responsabilidades morales por fuera de la ley. Así que hablar de una reglamentación de la RSE es una contradicción en los términos. Sin embargo, esto no se cumple (véase la ISO 26000 que, aunque no es obligatoria, por el hecho de reglamentar la RSE no cumple con el espíritu de la RSE), y no se hace porque en un sistema de libre empresa el que gaste recursos en la resolución de problemas sociales caería en desventaja frente a las demás competencias, a menos que haya motivaciones de tipo legal y económico.

Esquema para una nueva mirada de la RSE.

En su polémico artículo, Friedman afirma que la responsabilidad social de la Empresa es generar utilidades. Al menos esa es su obligación moral. Una empresa realmente responsable con la sociedad debe prestar el mejor servicio posible, vender productos de calidad y a un precio justo. Salirse de ese marco implica echar sobre sus hombros una carga que los empresarios no saben cómo enfrentar y quitarles responsabilidades a las organizaciones que sí lo son de tales cosas. Cuando el Committee for Economic Development se reunió y determinó la lista de ámbitos sociales en los que las empresas debían ayudar (ver atrás), en realidad lo estaba en el fondo era el deseo de descargarle a las empresas parte de la responsabilidad que tienen otras entidades. ¿Por qué hacer responsables a las empresas de, por ejemplo, la cultura y las artes, si eso le corresponde directamente al gobierno? Se les pide que hagan cosas en las que no tienen experiencia hacer. En el ámbito de la educación: ¿por qué hacer responsables a las empresas si nada saben de educación en vez de dejarlo en manos absolutamente del Ministerio de Educación?

Si se quiere continuar usando adecuadamente el concepto de Responsabilidad Social Empresarial es necesario dejar de pensarlo como algo moral y voluntario o, bien, replantear qué es lo que se entiende por responsabilidad social. Una teoría ética de la RSE, con bases filosóficas sólidas, debe pensarse fuera de prejuicios ideológicos y morales, pensando que la empresa no es un ser moral con capacidad de decidir y que las características morales propias del empresario son diferentes a las de una persona natural.

BIBLIOGRAFÍA

- Alkafaji, A. (1989). *A Stakeholder Approach to Corporate Governance: Managing in a Dynamic Environment*. Westport: Quorum Books.
- Boatright, J. (1993). *Ethics and the Conduct of Business*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Buchholz, R., & Rosenthal, S. (2001). Responsabilidad social y ética en los negocios. In *La ética en los negocios*. Ciudad de México: Oxford University Press.

- Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the corporation: Concepts, Evidence and Implications. *Academy of Management Review*, 20, 65–91.
- Evans, W., & Freeman, E. (1988). *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: A Kantian Capitalism*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: a Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, E. (1999). Divergent Stakeholder Theory. *Academy of Management Review*, 24, 233–236.
- Friedman, M. (1970, September 13). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios. *The New York Times Magazine*, pp. 1–8. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75870-1_11
- Hill, C., & Jones, T. (1992). Stakeholder Agency Theory. *Journal of Management Studies*, 29(2), 131–154.
- Kant, I. (1983). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Grupo Editorial TOMO.
- Lozano, J. (1999). *Ética y empresa*. Madrid: Editorial Trotta.
- Nicolaidis, A. (2014). Analyzing Nietzschean Virtue in Business Ethics. *Journal of Social Science*, 41(2), 187–200.
- Nietzsche, F. (2002). *El crepúsculo de los ídolos o cómo se filosofa con el martillo*. Madrid: Alianza Editorial. Retrieved from <http://www.lecturasinegoismo.com/2013/09/crepusculo-de-los-idolos-o-como-se.html?q=nietzsche>
- Nietzsche, F. (2005). *La genealogía de la moral*. Madrid: Alianza Editorial.
- Nietzsche, F. (2012). *Humano, demasiado humano*. Madrid: Biblioteca Edaf.
- Rincón, D. (2013). Moral del noble y moral del esclavo: repensando los valores en la organización. *Revista Ensayos*, 6, 222–230.
- Worden, S. (2009). A genealogy of business ethics: A Nietzschean perspective. *Journal of Business Ethics*, 84(3), 427–456. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9718-z>
- Wu, X. (1999). Business Ethical Perceptions of Business People in East China: An Empirical Study. *Business Ethics Quarterly*, 9(3), 541–558.

Los productos elaborados bajo prácticas de comercio justo ¿realmente inciden las decisiones de compra de los consumidores de hoy?

Juan Camilo Vallejo Vélez ¹
Yuly Andrea Escobar Vanegas²
Melissa Quintero Echeverry³

RESUMEN

El comercio justo es una alternativa que pretende mejorar las condiciones de vida, impulsando la igualdad, la justicia y la competitividad en los países más desfavorecidos por las lógicas de la globalización y el comercio mundial. Sin embargo, el poder de las nuevas tecnologías, la especialización y tecnificación en la producción, la imposición del logro económico a toda costa, entre otros factores, aparentemente han debilitado la contundencia de los argumentos en pro de la justicia y han hecho que estos ideales pasen a un segundo plano conduciendo a que el comercio se convierta un ejercicio donde solo unos pocos ganan, en detrimento de una gran mayoría que pierde. Para examinar estas dinámicas y profundizar en su impacto y resultados, el presente escrito plantea de un lado, una reflexión sobre la manera cómo actúan y están orientadas las decisiones de compra de los consumidores actuales frente a los beneficios sociales y económicos que ofrece el comercio justo, y de otro lado, busca conocer con un estudio posterior, a partir del marco teórico que aquí se ofrece, si efectivamente ha perdido vigencia y no suscita el mismo interés entre las organizaciones y el mercado en Colombia, por haber sido desplazado por otros motivadores de consumo.

¹ Docente facultad de Administración, Magister en Administración (MBA), miembro del Grupo de Investigación en Portafolios, Programas y Proyectos (GIP3) de la Escuela de Economía, Administración y Negocios. Coordinador semillero de investigación en Responsabilidad Social Empresarial. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín. Correo: juancamilo.vallejo@upb.edu.co

² Estudiante de pregrado en Administración Universidad Pontificia Bolivariana Medellín. Integrante del semillero de investigación en la línea de Responsabilidad Social Empresarial de la Facultad de Administración de la Escuela de Economía, Administración y Negocios. Correo: yuly.escobar@upb.edu.co

³ Estudiante de pregrado en Administración Universidad Pontificia Bolivariana Medellín. Integrante del semillero de investigación en la línea de Responsabilidad Social Empresarial de la Facultad de Administración de la Escuela de Economía, Administración y Negocios Correo: melissa.quintero@upb.edu.co

Palabras clave: Comercio justo, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Sostenibilidad, Justicia social.

ABSTRACT

Fair trade is an alternative to improve living conditions, equality, justice and competitiveness in the countries most disadvantaged by the logics of globalization and world trade. However, the power of new technologies, the technification in production, and the imposition of economic achievement over all, among other factors, have apparently weakened the forcefulness of the arguments for justice and have made these ideals to take second place leading to the trade becomes an exercise where only a few win, to the detriment of a large majority that loses. In order to examine these dynamics and to deepen their impact and results, this paper searches in first place, think about the way of purchasing decisions in the current consumer are oriented towards the social and economic benefits offered by fair trade; in second place and, seeks to know through a later study, based on this theoretical framework, if it has effectively lost its effectiveness and does not give rise to the same interest among organizations and the market in Colombia because it has been displaced by other motivators of consumption.

Keywords: Fair Trade, Corporate Social Responsibility, Sustainability, Social Justice

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia de la humanidad se ha podido observar cómo las personas han logrado evolucionar en distintos aspectos, entre ellos la calidad de vida, el desarrollo individual y social y su perspectiva del mundo que las rodea. Frente a esa realidad, es posible afirmar que los seres humanos siempre han buscado primordialmente su bienestar mediante la realización de diversas actividades, que por su puesto han incluido la aplicación y perfeccionamiento de métodos para la transformación de los recursos, la creación de máquinas que permitan la producción en masa de bienes, y la creación de nuevos productos basados en la creatividad e innovación. Esta capacidad ha dado origen al ejercicio del comercio como una manera de vender a una gran variedad de productos de mejor calidad y con un mayor desempeño que empieza a generar una competencia entre naciones y países, en aras de superarse unos a otros en la oferta que llevan al mercado y que busca garantizar un intercambio de bienes para asegurar el beneficio de los productores quienes a través de este ejercicio, pueden obtener una ganancia que en principio está encaminada a suplir sus necesidades básicas y alcanzar una vida digna pero que con el tiempo se va convirtiendo en una fuente de generación de riquezas de manera intensiva.

Sin embargo, aunque el comercio de bienes en términos generales es necesario porque permite un mayor consumo, un mejor desempeño de la economía, un aumento de la competencia, una mejor calidad de los productos y un más alto bienestar social, con el paso del tiempo el poder económico empieza a crear brechas que se ahondan gradualmente pues en este intercambio también participan países sin acceso completo a estas tecnologías, con producciones menores, con menor

rentabilidad, que terminan generando desequilibrio en términos de igualdad, equidad y oportunidades de trabajo, pues como suele suceder, para asegurar el cumplimiento de los objetivos financieros de las grandes empresas en los países desarrollados, los productores de los países en vías de desarrollo terminan trabajando por lo básico y de esta manera se da paso a problemas como la explotación laboral, las condiciones infrahumanas de existencia, la pobreza, el hambre, la sobre explotación de los recursos naturales y otros igual de nocivos que agudizan las diferencias y que al tiempo estimulan aún más la producción pues se suele acudir a este tipo de herramientas para lograr una disminución de los costos que mejoren la rentabilidad de los grandes inversores.

A partir de esta realidad se llega a evidenciar que una actividad creada para mejorar las condiciones de vida, de consumidores y productores, termina afectando a muchos y beneficiando a unos pocos, razón que lleva a cuestionarnos ¿si hubiera equilibrio en el comercio actual, podríamos todos vivir mejor? Por medio del comercio podemos solucionar grandes problemáticas sociales, como la pobreza, la desigualdad, la calidad de vida y muchas otras más, proporcionando ³ condiciones justas que incluyan y permitan mejorar la vida de las personas menos favorecidas a largo plazo con acompañamiento y educación, con salarios adecuados, con condiciones que brinden seguridad económica y acceso a recursos que todos deberían tener. Sin embargo, esto no suele suceder porque el mejoramiento de los métodos de la producción está en manos de grandes comercializadoras y productoras que dejan de lado a los pequeños productores que no cuentan con el mismo nivel de oportunidades y se limitan a producir pequeñas cantidades que terminan vendiendo a precios de supervivencia.

Pero a medida que las personas se han hecho conscientes de las condiciones poco beneficiosas para todos y en medio de la búsqueda del bien común, se han creado alternativas de negocio que permiten un mejoramiento significativo en el bienestar de la sociedad. Entre ellas el comercio justo, entendido como “un tipo alternativo de intercambio económico entre dos partes que valoran y tienen desarrollado un alto nivel de conciencia social y ética. Se trata de la compra/venta de productos o servicios, que intenta ser justo con todas las partes implicadas y que no incluye en ninguna parte de su proceso, materiales o procesos que violan los derechos humanos o que se ⁴ basan en la especulación” (Portal Vida Sana, s.f, 2017). Esta alternativa de producción y comercialización se ha constituido en una opción que permite a los países una mayor participación en el mercado internacional y local y una mejora de la economía de los territorios más desfavorecidos ya que establece unos parámetros mínimos que todas las industrias deberían implementar para brindar un mayor bienestar y una igualdad de oportunidades.

Para reafirmar esta idea, es preciso entender que el empeño de las civilizaciones por disminuir los índices de pobreza y mejorar las condiciones de vida con el tiempo ha sido notorio, motivo por el cual, entre otras cosas, se han desarrollado iniciativas mundiales, como los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) por ejemplo que según el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) se definen como: “la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones futuras.”

Dentro de los objetivos antes mencionados se encuentra el número 12 referido a “la producción y el consumo responsable.” Elemento que nos sirve como punto de reflexión para este artículo y para el estudio posterior a realizar, y que tiene por finalidad, presentar un análisis en el cual se muestren los factores de compra que inciden en los clientes a la hora de elegir un producto elaborado bajo prácticas de comercio justo en Antioquia principalmente en la ciudad de Medellín para concluir si finalmente los consumidores entienden o no el concepto del comercio justo.

Para adentrarnos en el tema principal de la investigación primero debemos conocer otras definiciones más, que son de vital importancia a la hora de hablar de comercio justo:

Negocios inclusivos: entendidos como actividades económicas que permiten lograr la participación de los más pobres en cadenas de generación de valor, de manera tal que éstos logren capturar valor para sí mismos, que permitan mejorar sus condiciones de vida”. (Márquez, Reficco y Berger. 2009. Pág 29).

Responsabilidad Social Empresarial, que se refiere a “comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes” (Ministerio de Educación Nacional, 2006) y también entendido como: “concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente”, acciones mediante las cuales las empresas toman conciencia del impacto de su acción sobre todos y expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que a la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local donde actúan y de la sociedad en su conjunto. (Vallaey, s.f. Pág. 2)

Sostenibilidad, referida al “desarrollo que cubre las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras de cubrir sus necesidades, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.” (OXFAM Intermón, s.f)

El comercio justo y el comportamiento del consumidor en el marco de la responsabilidad social empresarial y el mercadeo.

Para entender el comercio justo y las prácticas asociadas al mismo, así como su incidencia en las decisiones de compra de los consumidores podemos afirmar siguiendo a Alfaro, A (2009. Pág 53) que todo empezó en los años cincuenta con un grupo de pequeños importadores del norte y un grupo de productores de países en desarrollo. Juntos pusieron bases al cambio de las relaciones injustas a través de una práctica alternativa llamada comercio justo. Pero, ¿qué es el comercio justo? Es una alternativa que consiste en encontrar opciones viables que puedan garantizar la comercialización de un producto con un precio diferenciado que les permita a las personas hacer parte de un lugar y, en este caso las empresas, sentirse identificados con ellas de manera que no solo gane la organización sino también todas las personas involucrada, entre ellas la sociedad, los ⁵ proveedores, los clientes e incluso su competencia, porque al haber mayor igualdad todos van a poder obtener las ganancias con base a su nivel de productividad y su eficiencia, pues desde su filosofía el comercio justo proporciona equidad, sostenibilidad, transparencia y justicia

A través del comercio justo, entonces, las empresas ofrecen una mejor calidad de vida para las personas y por eso es necesario que nos concienticemos de los aportes que nuestro dinero puede generar a muchas familias, comunidades e individuos que se benefician por medio de estas compañías ya que muchos de ellos se convierten en productores y empleados que dependen de los ingresos que esta obtenga, razón por la cual vale la pena comprarlos pues se vuelven un gran aporte para la prosperidad de la sociedad y el bienestar de todos, mejorando la vida del productor, al tiempo que le aportan al consumidor un producto elaborado bajo prácticas de comercio justo, que puede terminar convirtiéndose en una forma viable para conseguir igualdad de condiciones para todos y un mundo más justo y equitativo.

Entonces, ¿cómo es que una alternativa tan beneficiosa para la sociedad, aparentemente es reemplazada por el consumismo? Como lo corrobora (Lipovetsky, 2008) “Hasta entonces se consumía por necesidad, pero a partir de los años 80 se consume por placer. Ahora el consumidor vive hipnotizado por los escaparates. Incluso los menos favorecidos socialmente son hiperconsumidores”. Desde aquí, podemos decir entonces que la competitividad de los mercados ha llevado a crear productos y servicios sin importar si hacen daño o no al ser humano y a su entorno, poniendo por encima el lucro antes que el bienestar humano, pues actualmente las personas se encuentran sumergidas en un mundo de consumo en el cual no saben qué es lo que realmente compran pues solo se dejan llevar por los impulsos, por lo que está a la moda o lo que es tendencia, y ciertamente no investigan acerca de lo que está detrás de esos productos que adquieren.

De igual manera, muchos de estos productos son elaborados por empresas que no cumplen con unos requisitos mínimos de igualdad, de condiciones laborales de calidad, de transparencia y de respeto por el medio ambiente. Por eso es necesario indagar acerca de temas como la elaboración de productos, la diferenciación, el valor agregado y la forma como las organizaciones hacen de ⁶ este país un lugar mejor a través de la sostenibilidad y las prácticas de comercio justo, porque permiten trabajar en lugares seguros y estables, dan una mayor equidad entre hombres y mujeres y generan una justicia social que tiene como finalidad proteger los Derechos Humanos.

Muchas veces las organizaciones y los consumidores se ven confundidos respecto al tema del comercio justo, la responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, por eso es necesario que sepamos que, aunque los tres conceptos están relacionados no son lo mismo. Una empresa sostenible no necesariamente realiza prácticas de comercio justo al interior de la organización, pero una empresa que realiza prácticas de comercio justo necesariamente debe ser sostenible. Otra confusión muy general es creer que la Responsabilidad Social Empresarial consiste en regalar cosas a la comunidad y ser únicamente “verdes”, protegiendo el medio ambiente. Pero este concepto va mucho más allá: implica adoptar una postura activa y responsable acerca del impacto que pueden generar sus acciones en el entorno con el fin de establecer un ambiente estable que ⁷ brinde un crecimiento económico y organizacional (World Bank Group; 2006). De esta manera una organización responsable no es necesariamente una que practica el comercio justo, pero una organización de comercio justo debe ser responsable.

Con lo anterior es posible suponer que ese aparente abandono del comercio justo con el paso del tiempo provenga del desconocimiento de conceptos o de la confusión que las mismas organizaciones se han encargado de crear en sus consumidores porque actualmente muchas de estas son sostenibles, responsables y ecológicas, pero no especifican qué quieren decir con esto. También podemos suponer que los consumidores antes tenían mucha más conciencia de las condiciones laborales y ahora no les importa mucho, ya que cada vez se evidencia el individualismo como la única manera de alcanzar los propósitos y ser felices, sin preocuparse por el otro y dejando de lado el bienestar común y los objetivos colectivos, ya que como nos dice Bauman, hemos pasado de una modernidad sólida en la que se producía en masa con grandes ejércitos de obreros industriales a una modernidad líquida, donde los valores son cambiantes y la cultura es una de consumo. “Todos somos objetos de consumo” (Bauman, 2008).

En lo corrido de esta última década muchas organizaciones se han unido a la iniciativa de comercio justo, obteniendo certificaciones avaladas con sellos o convirtiéndose en miembros de organizaciones que la promueve a nivel mundial. El principal de estos sellos del comercio justo es el fairtrade seal, definido como “un sello de garantía que funciona como distintivo positivo ofreciendo al consumidor seguridad acerca de los valores éticos del producto. Los productos que llevan el sello fairtrade han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la organización productora” (Fairtrade Ibérica, s.f); En relación con las organizaciones que promueven las acciones incluidas en la iniciativa, está la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) que “proporciona a las organizaciones de Comercio Justo credibilidad e identidad a través de un sistema de garantía internacional, un lugar de aprendizaje donde los miembros se conectan con gente de todo el mundo de ideas afines, herramientas y capacitación para aumentar el acceso al mercado y una voz común que habla Para el comercio justo y la justicia comercial” (Wtfo, s.f), para ser parte de la WTFO se establecieron 10 criterios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo y que se refieren entre otros a: Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas, transparencia y responsabilidad, prácticas comerciales justas, pago de un precio justo, Ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso, Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical), entre otros.

Frente a todas estas realidades se evidencia que hay una disociación en Colombia entre lo que se planea y lo que pasa en la realidad, pues de un lado se encuentran un sinnúmero de iniciativas, opciones, políticas e intentos de prácticas que buscan incentivar acciones de mejora en relación con la producción y la comercialización de productos que mejoren la calidad de vida de productores, comercializadores y la sociedad en general, y, de otro lado, se corrobora que no existe un apetito y decisión desmedidos por el consumo de productos elaborados bajo prácticas de comercio justo, debido quizás a que muchas empresas han proclamado un lema en beneficio ambiental haciendo que muchas personas creen que son organizaciones ideales y beneficiosas para el mundo, pues ofrecen buenas condiciones laborales y un clima organizacional confortable que aparentemente incluye a los trabajadores y los proveedores, aunque verdaderamente sabemos que no siempre es así. En Colombia podemos encontrar muchísimas empresas “sostenibles” y lastimosamente suponemos que los compradores se dejan influenciar por este concepto sin

conocer verdaderamente lo que implica la sostenibilidad y su diferencia con el comercio justo, lo cual nos lleva a preguntarnos si, al redefinir los conceptos y al contarle a los consumidores acerca del comercio justo y sus prácticas esto efectivamente incida o no en su decisión de compra.

Con base en esta reflexión y en el marco teórico que la sustenta, la investigación a realizar busca indagar por aquellos factores que desde lo visto tienen relevancia en las decisiones de compra de los consumidores entre 18 y 25 años en el área metropolitana de Medellín, y cómo se puede motivar la adquisición de productos elaborados bajo prácticas de comercio justo, pensando no solo en el precio sino también en los beneficios que pueden obtener y los que se pueden generar, ya que los productos son de una buena calidad y contribuyen a la solución de varios problemas sociales como la pobreza de los productores, la eliminación de las malas condiciones de trabajo y el poco acceso a las condiciones de vida digna.

La investigación a realizar estará basada principalmente en el comercio justo, guiados por el consumo responsable, los negocios inclusivos y finalmente la responsabilidad social empresarial como una alternativa en las comunidades para mejorar y aumentar la producción y el bienestar social, a partir de la observación y reconocimiento de las prácticas que vienen implementando las organizaciones, la manera cómo lo hacen, porqué lo hacen, cuáles son sus ventajas y desventajas, qué beneficios les trae y cómo impactan al consumidor en el sentido de generar o no una decisión de consumo que se justifiquen desde este el punto de vista.

En el transcurso de la investigación, se desarrollará una metodología basada en estudios cualitativos y cuantitativos, y en fuentes secundaria a partir del análisis de proyectos y trabajos ya desarrollados, con el fin de hacer una revisión de experiencias anteriores e ir recopilando información que nos permita determinar si las prácticas del comercio justo inciden o no en las decisiones de compra de los consumidores entre 15 y 25 años del área metropolitana de Medellín.

CONCLUSIONES

El comercio justo y todo lo que este implica es una excelente estrategia de competitividad y desarrollo económico, porque a través de este se pueden ofrecer mejores oportunidades de trabajo y mayores posibilidades de mejorar la calidad de vida de las personas porque además de reducir la pobreza también promueve la igualdad, la justicia, la transparencia y la equidad.

El presente escrito sustenta una reflexión sobre el marco teórico y conceptual que plantea el comercio justo y pretende delinear la investigación posterior, cuyo objetivo principal es entender por qué aparentemente ha disminuido la aplicación del comercio justo y el consumo de productos asociados, demostrando la importancia de sus prácticas, los beneficios que brindar a las organizaciones que lo implementen y el cambio que se puede generar en Colombia si se logra convencer a los consumidores y productores de que es necesaria una transformación en el comercio internacional que trascienda ese persistente interés individual que de paso a alcanzar el bienestar de un gran número de personas.

El análisis de la información permitirá determinar los factores de compra de los consumidores y su comportamiento en el mercado, con el fin de determinar, entre otras variables, por qué no se logra

un mayor consumo de productos elaborados bajo prácticas de comercio justo en el área metropolitana de Medellín, con el propósito de establecer cómo es el comercio justo en la actualidad, su relevancia, importancia, aceptación y conocimiento por parte de los clientes y de alguna manera determinar si tiene vigencia o no, si importa o no, o si definitivamente conceptos como sostenibilidad y responsabilidad reemplazan y toman un papel más representativo.

BIBLIOGRAFÍA

Alfaro, A. (2009) Comercio justo y mercadeo a escala humana. *Desarrollo y Gestión*, (No. 4), 47-62.

Bauman, Z (2008) Prezi. Recuperado el 29 de agosto de 2017, de <https://prezi.com/qlud9qpj4-f-/bauman-vida-de-consumo/>

Ceccon, Brisa, *El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*, CopltarXives 2008, Mexico

Celeita, O. (2012). Prácticas de comercio justo en Colombia y programas de inclusión que permiten el desarrollo económico, social y ambiental del sector rural en el municipio de Tibasosa departamento de Boyacá. Recuperado el 11 de agosto de 2017, de <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/68903.pdf>

Comercio Justo (s.f). WTFO-LAWFTO-LA. Recuperado el 10 de agosto de 2017, de <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

Comercio Justo (s.f) Portal de Economía Solidaria. Recuperado el 22 de agosto de 2017, de http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo

El comercio Justo. (s.f). Portal de vida sana. Recuperado el 24 de 08 de 2017, de <https://www.portalvidasana.com/comercio-justo>

Friant Martin Calisto, Comercio justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos, *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*. Num. 55, Quito, mayo 2016, pp. 215-240

García Chiang, Armando, El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis* 2011, volumen 7. Número 1 pp 105-140

Ishikawa Lariú, Alice, et al. *Negocios inclusivos: creando valor para las empresas y para la población de bajos ingresos*, cuadernos de la cátedra “la caixa” de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo, 2009

Lipovetsky, G (2008). En nuestras sociedades el consumo funciona como droga. 21 la revista cristiana de hoy. Recuperado el 30 de agosto de 2017, de

http://www.21rs.es/es/noticias/515_En-nuestras-sociedades-el-consumo-funciona-como-una-droga.html

Lozano Herrera, Juan Carlos comercio justo, globalización y medio Ambiente, Gonzalo Ramírez y Erli Marín, editores, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2013, 667 pp

Márquez, Reficco y Berger (2009). Negocios inclusivos en América Latina. Recuperado el 15 de agosto de 2017, de https://www.researchgate.net/profile/Ezequiel_Reficco/publication/228274326_Inclusive_Businesses_in_Latin_America_Spanish_Version/links/54298b240cf27e39fa8e61b7.pdf

Palafox Moyers, Carlos Germán et al, Comercio Justo y Economía Social Solidaria: Teorías y su desarrollo en la economía mundial. International Review of Business Research Papers Vol. 10. No. 3. October 2014 Special Spanish Issue. Pp. 1 – 15

Responsabilidad social empresarial. (2006). Ministerio de Educación Nacional. Recuperado el 15 agosto de 2017, de <http://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>

Stiglitz, J (2007). Comercio Justo para todos. Bogotá, Colombia: Taurus.

Acerca de WTFO (s.f) Organización Mundial del Comercio Justo. Recuperado el 21 de agosto de 2017, de <http://www.wfto.com/about-us/about-wfto>

Objetivos de Desarrollo Sostenible. (s.f). El PNUD en Colombia. Recuperado el 31 de agosto, de <http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/post-2015.html>

¿Qué es Fairtrade? (s.f) Fairtrade Ibérica. Recuperado el 22 de agosto de 2017, de <http://www.sellocomerciojusto.org/es/empresas/queesfairtrade.html>

La gestión humana frente a sus nuevos retos sociales, políticos y económicos: Contemporaneidad y tendencias

Nubia Lucero López Pinillos ¹

Angie Karina Cruz Portilla ²

Diana Carolina Tapie González³

RESUMEN

El presente artículo aborda el tema sobre la importancia que tiene en el mundo moderno, la Gestión del Talento Humano en las organizaciones, sus tendencias; se inicia un recorrido en su génesis dentro de la historia económica y social, sus procesos partiendo de su vida primitiva y su evolución, la interrelación del ciclo vital de las personas, su vida laboral, empezando por el reclutamiento, selección, formación, desarrollo, remuneración y desvinculación, entre otros; como también, la incidencia del talento humano en la transformación y cambio organizacional permanente, la obtención de logros y cumplimiento de objetivos, en todos los sectores empresariales.

Se tuvieron en cuenta varias teorías sobre la Gestión del Talento humano, las investigaciones se realizaron en varias empresas colombianas de diferentes sectores y tamaños, cuyos estudios se enfocaron en conocer la situación registrada en cada una de ellas, describiendo las características de las áreas de Gestión Humana y las prácticas de recursos humanos, tomando en cuenta las más sobresaliente en relación al conocimiento como activo intangible en la obtención de ser una ventaja competitiva sostenida, para cada una de las demás áreas de la organización ante un mundo globalizado y exigente. La aparición de las TIC ha dinamizado la economía, el conocimiento en las personas y su fuerza de trabajo representan un alto porcentaje en cuanto a su contribución, lo cual puede ser difícil medir y calcular; un Departamento de RRHH era solo un área vinculante o

¹ Profesora asociada en la Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Maestría en administración y alta gerencia en la Universidad Nacional de Colombia, Especialista en infancia y adolescencia con la Defensoría del pueblo, Especialista en Andragogía y pedagogía en la Universidad Habana Cuba, Especialista en derechos administrativo público, Psicopedagoga de la Universidad del Valle, Educación desescolarizada en la Universidad Pensilvania y la Universidad de Quebec, Canadá. Directora del Grupo de Investigación Transformadores de Vidas – GITRAVI Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Colombia. Correo: nllopezp@unal.edu.co

² Estudiante, programa de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira. Palmira, Colombia. Técnica de Asistencia Administrativa, Sena. Palmira, Colombia. Grupo de Investigación Transformadores de Vidas – GITRAVI Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Colombia. Correo: akcruzp@unal.edu.co

³ Estudiante, programa de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira. Palmira, Colombia. Técnica en Producción de Información Administrativa, Sena. Palmira, Colombia. Grupo de Investigación Transformadores de Vidas – GITRAVI Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Colombia. Correo: dctapie@unal.edu.co

desvinculación de personal, hoy en día es un valor agregado para la competitividad y proyección de la organización.

Palabras clave: Gestión del talento Humano, organizaciones, personas, conocimiento, ventaja competitiva sostenida.

ABSTRACT

This article deals with the importance of the modern world, Human Talent Management in organizations, their trends; it begins a journey in its evolution within the economic and social history, its processes starting from its primitive life and its evolution, the interrelation of the life cycle of the people, their work life, beginning with the recruitment, selection, formation, remuneration and disengagement, among others, as well as the incidence of human talent in the transformation and permanent organizational change, achievement of goals and achievement of objectives in all business sectors.

Several theories on Human Talent Management were taken into account, the investigations were carried out in several Colombian companies of different sectors and sizes, whose studies focused on knowing the situation registered in each of them, describing the characteristics of the Management areas Human and human resources practices, taking into account the most outstanding in relation to knowledge as an intangible asset in obtaining to be a sustained competitive advantage, for each of the other areas of the organization before a globalized and demanding world. The emergence of ICT has boosted the economy, knowledge in people and their workforce represent a high percentage of their contribution, which can be difficult to measure and calculate; a Department of Human Resources was only a binding or unrelated area of personnel, today it is an added value for the competitiveness and projection of the organization.

Key words: Human talent management, organizations, people, knowledge, sustained competitive advantage.

INTRODUCCIÓN

La Gestión Humana debe estar alineada con los procesos de la organización en su estrategia de negocios, a final de la década de los años 70', se empieza a considerar importante la participación de las personas en la práctica ejecutiva y la aplicación de modelos estratégicos de Recursos Humanos. Posteriormente se construyeron cuatro teorías dominantes que se encuentran actualmente en la contemporaneidad denominadas: denominadas la universalista, la contingente, la configuracional y la contextual.

Un grupo importante de académicos realizaron varias investigaciones en diversas empresas con lo cual lograron identificar que algunas de ellas, aún viven en el pasado en la administración de Recursos Humanos, a pesar de las tendencias que tiene hoy en día la Gestión Humana, los aspectos éticos son bastante problemáticos. Se considera necesario entrar a resolver este problema a futuro con nuevas investigaciones que pueden salir de la academia y que entren a fortalecer el desarrollo sobre todo de las pymes que de acuerdo con las teorías estudiadas son las

que más rezagadas se encuentran y que viven alejadas de la contemporaneidad de la Gestión Humana y sus nuevas tendencias. Llevar a estas organizaciones un modelo de desarrollo de acuerdo a su actividad económica que les permita ser más competitivas, que identifiquen la importancia del talento humano como valor agregado a cada una de las áreas de la organización.

Los modelos y enfoques de la Gestión del Talento Humano han tenido grandes transformaciones, al igual que la visión, las tendencias y la evolución del papel de las personas, aparece una debilidad en la alta dedicación operativa, lo cual indica que la Gestión Humana en estas pymes solo está enfocada en la unidad operativa, descuidando las demás áreas, estableciendo grados de importancia para sus áreas, que sin embargo no son tenidos en cuenta.

Cabe notar que Fayol, quien es considerado uno de los pioneros de la administración, nunca encontró necesario "separar" la función de personal, de las demás operaciones de la empresa, porque él estaba convencido de que esta era tan importante, que resultaba necio proponer tal separación: "La función administrativa -escribe Fayol- sólo tiene por órgano y por instrumento al cuerpo social. Mientras que las otras funciones ponen en juego la materia prima y las máquinas, la función administrativa sólo actúa sobre el personal."

De acuerdo con las teorías enmarcadas en este trabajo, se lograron identificar de manera general, que una de las principales debilidades de la Gestión Humana en las organizaciones, sin especificar su tamaño, es no ser tenida en cuenta por la Gerencia debido a la carencia de resultados cuantitativos demostrables a la organización, puesto que su aporte es principalmente cualitativo.

Evolución de la Gestión del Talento Humano

Los modelos y enfoques de la gestión del Talento Humano y la visión de la organización han sufrido grandes cambios a través de la historia, las tendencias administrativas y la evolución del papel de las personas en la misma. Esta perspectiva tiene como elemento principal el rol del talento humano en la productividad y competitividad organizacional.

Según Pardo & Porras (2011) en las últimas décadas, la Gestión de Personal ha tenido una gran evolución caracterizada por el cambio en la concepción del personal, entendida antes como un costo para la organización para pasar a ser un "recurso",⁴ generando una ventaja competitiva sostenida, como papel importante dentro de los objetivos estratégicos de la organización, como componente clave en el proceso de creación de valor.

⁴ Camisón citado por Calderón (2006), citado por pardo y porras (2011) define recurso como todo aquel factor de producción sobre el cual la empresa puede ejercer un control efectivo, con independencia de que pueda tener sobre ellos derechos y propiedad.

Época	Enfoque
Primitiva	Actividades de caza, pesca y recolección, autoridad y toma de decisiones, trabajo en grupo.
Esclavista	Estricta supervisión del trabajo y castigo corporal, realizaban tareas de fuerza, el esclavo carecía de derechos
Feudal	Concepto de servidumbre, el señor feudal ejercía el control sobre el siervo, algunos se independizaron y crearon talleres artesanales
Industrial	Aparición de los inventos, aparición de los conceptos producción y fuerza laboral, explotación del trabajo con horarios excesivos, ambiente insalubre, trabajos peligrosos, entre otros.
Actual	Desarrollo tecnológico como herramienta y soporte, optimización de los recursos y simplificación del trabajo, sociedad del conocimiento

Tabla 1. Evolución de la gestión del Talento Humano según la época histórico-económica. Fuente: Prieto Herrera (2008)

Autor	Enfoque	Denominación
Taylor	Énfasis en las tareas ejecutadas por obreros y empleados y la administración científica.	<ul style="list-style-type: none"> • Secretarías de Bienestar
Fayol	Énfasis en la estructura organizacional: División del trabajo, jerarquía, responsabilidad, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de personal.
McGregor, Maslow, Lewin, Mary Parker Follet	Énfasis en las personas - Teorías X y Y (falta de responsabilidad vs. desarrollo del potencial). - Surgen los conceptos de motivación, liderazgo, participación, comunicación y satisfacción laboral.	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones industriales. • Gerencia del Talento Humano
	Énfasis en la tecnología - Impacto de las TIC sobre la tarea, la gente y la estructura.	
	Énfasis en el medio ambiente - Responsabilidad social empresarial.	
	Énfasis en la globalización - Bloques comerciales.	
Tendencias administrativas	Calidad total/ Benchmarking/ Reingeniería/ Justo a tiempo/ Empowerment/ Quinta Disciplina (Senge (1995), Organizaciones que aprenden)/ Cinco "S"/ Downsizing/ Outplacement (desvinculación asistida)/ Hoshin Kanri (administración por políticas) Coaching/ Outsourcing.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia del Talento Humano
Cinco modelos del comportamiento organizacional	1. Autocrático. 2. De custodia. 3. De apoyo. 4. Colegiado. 5. De sistemas.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia del Talento Humano

Tabla 2. Desarrollo de la gestión del Talento Humano según teorías administrativas. Fuente: Prieto Herrera (2008) y otro autores.

Según Valenzuela, Ramírez, González, & Celaya (2010) La historia nos narra que los bienes para suplir las necesidades humanas, se producían en el seno de cada familia en régimen de autoconsumo, todos sus miembros colaboraban en la fabricación de todos sus productos para subsistir, según Valenzuela et al. De esta manera, fue cambiando del taller doméstico a la gran factoría, del trabajo a escala reducida al trabajo a gran escala, del uso de las máquinas manuales a las mecánicas movidas por el vapor, de la utilización de pequeños capitales a su empleo masivo, una vez producida la necesaria acumulación previa. Con la Revolución industrial nació la nueva empresa capitalista, en el centro neurálgico del nuevo modo de producción tomado de (Pérez, 2010).

La Revolución Industrial reflejó la necesidad que las organizaciones sean lideradas por personas capacitadas, esta evolución fue llegando, social, política y económicamente. La vida se fue transformando, los valores de las personas, la calidad de vida, contribuyendo de manera especial el cambio climático y las mismas acciones de la naturaleza, esto ha incidido de manera rápida a modificar el pensamiento del hombre y con él la cultura de grandes ciudades, apareciendo por la misma necesidad y comodidad del hombre la tecnología, con ella la innovación, lo cual ha llevado a que surjan organizaciones con variedad de actividades económicas, supliendo las necesidades sociales.

Por consiguiente, la productividad, eficiencia y calidad, han pasado a ocupar un lugar central en la preocupación de empresarios e investigadores, junto a ello, se ha tomado conciencia de la necesidad de lograr organizaciones que ofrezcan mayores posibilidades de desarrollo a sus miembros. El interés por la creación de organizaciones que sigan formas adecuadas de configuración y que permitan, así, mayores niveles de productividad y calidad en un clima altamente humano, ha conducido también a que se tome más conciencia de la necesidad de efectuar diagnósticos acertados acerca del estado de los sistemas organizacionales.

Asimismo, cada vez la importancia del conocimiento en las organizaciones es mayor, una organización que no invierta en talento humano (capacitando y formando) se puede quedar rezagada y difícilmente tendrá éxito, puesto que, la calidad, la eficiencia y la productividad van de la mano con la tecnología, la cual ha llegado al mundo a través del conocimiento, este concepto se puede considerar el más importante y sobre él gira toda la evolución y desarrollo de la sociedad y con él, el de las organizaciones.

“La Sociedad Post-Industrial”, “Sociedad Capitalista” o “Sociedad del Conocimiento” citado por De Catro, Navas, López & Delgado (2010) Desde hace ya más de tres décadas se habla de una nueva realidad económica, social y empresarial, donde el conocimiento en sus diferentes manifestaciones se configura como uno de los principales recursos con el que pueden contar las organizaciones y los países para mejorar su riqueza y bienestar. la aparición de las TIC y los medios de comunicación, aceleraron los procesos y dinamizaron la economía, lo cual exigió que esos Departamentos de Recursos Humanos que en el pasado eran mirados con desagrado por parte de los trabajadores y cuyas acciones tampoco significaban la vinculación de una fuerza de trabajo, su existencia sólo tenía un fundamento jurídico, su vinculación o desvinculación, algunos gerentes o directivos persisten en esta manera de pensar y de actuar frente a sus colaboradores desconocen o no quieren dar paso a la contemporaneidad, ni aceptan otras tendencias en la Gestión humana.

La contemporaneidad de la Gestión Humana

Según dice Delery y Doty (1996) citado por Bermúdez (2014) que la falta de una base teórica puede ser desmentida no solo en la propia revisión de la literatura teórica, sino también al apoyarse en los hallazgos de la investigación empírica, de esta manera se identifican siete prácticas de gestión de recursos humanos las cuales permiten clasificar cuatro modos de esta teorización: perspectiva universalista, la contingencial, la configuracional y la contextual. Teorías dominantes en el estudio de la administración estratégica de Recursos Humanos en la actualidad.

La perspectiva universalista, cree que es posible esbozar modelos estratégicos de Gestión humana que sean aplicables a todas las organizaciones a través de la “normalización” de procesos incorporados en un esquema sistemático, es de suma importancia entender la organización como un sistema compuesto de subsistemas y opera en un suprasistema, según Kast y Rosenzweig (1973) citado por Bermúdez; sin embargo, ello será posible únicamente si se logra la coherencia de los procesos entre sí (ajuste interno). El aporte fundamental "radica en la justificación de la importancia estratégica del capital humano, proponiendo un conjunto de *mejores prácticas* que permite a las empresas crearlo y gestionarlo" según Martín et al (2009, pág. 40) citado por Bermúdez.

La perspectiva configuracional, complementa la anterior y surge del análisis del trueque que se da entre clústeres y grande grupos empresariales de prácticas de administración estratégica del recurso humano, a fin de lograr sinergia en el alto nivel corporativo, el principal aporte es que “permite analizar a fondo la integración del sistema de recursos humanos, que queda definido como un conjunto multidimensional de diferentes elementos que se pueden combinar entre sí dando lugar a un número infinito de configuraciones posibles" Martín et al. (2004, pág. 34) citado por Bermúdez; y para poder lograrlo se debe realizar el ajuste interno.

La perspectiva contingente, surge a partir de la "Teoría de la contingencia" (Burns y Stalker, 1961; Chandler, 1962; Woodward, 1965; Lawrence y Lorsch, 1967) citado por Bermúdez. Existen dos teorías base para esta perspectiva según Martín et al. (2004) citado por Bermúdez: **la teoría del comportamiento** que intenta demostrar la importancia de la relación existente entre las características del contexto y las prácticas del personal (actitudes y comportamiento) (cf. Jackson, Schuler y Rivero, 1989) citado por Bermúdez y **la teoría de los recursos y capacidades** que enfatizan en la premisa “la empresa es una fuente de recursos heterogéneos que deben ser utilizados para lograr las ventajas competitivas” (cf. Castillo y Portela, 2002).

El mayor aporte de esta perspectiva es haber demostrado que el rendimiento organizacional está fuertemente determinado por factores ambientales *externos*.

Por último, está la perspectiva contextual, que es un avance del cuerpo teórico, incluye un nuevo punto de vista, sin omitir las exigencias externas y los aprendizajes internos. La hegemonía teórica tratada se ve obligada a ceder el paso según lo afirma Bermúdez (2014), debido a la versatilidad del sistema capitalista y la capacidad de adaptación a los mercados globalizados, ello conllevó a que las estructuras organizacionales tradicionales se transformaran a "redes dinámicas concebidas como unidades auto programadas y auto dirigidas, fundadas sobre la descentralización, la

participación y la coordinación". Surgen nuevas lógicas como por ejemplo los determinantes geográficos (De Cieri, 2007; Huault, 1998) y el avance de los dispositivos tecnológicos (Aubert, 2012).

Según Mondy, R. Noe, Robert. (2005) Desde lo conceptual y dando una mirada retrospectiva a lo pragmático y teórico diremos que en toda organización hay bienes tangibles e intangibles y que se puede dar un valor considerable a lo tangible, como son los muebles e inmuebles que podemos apreciar visualmente, por el contrario, en los RRHH lo intangible como son las personas es una tarea difícil de medir y entender su valor cuántico.

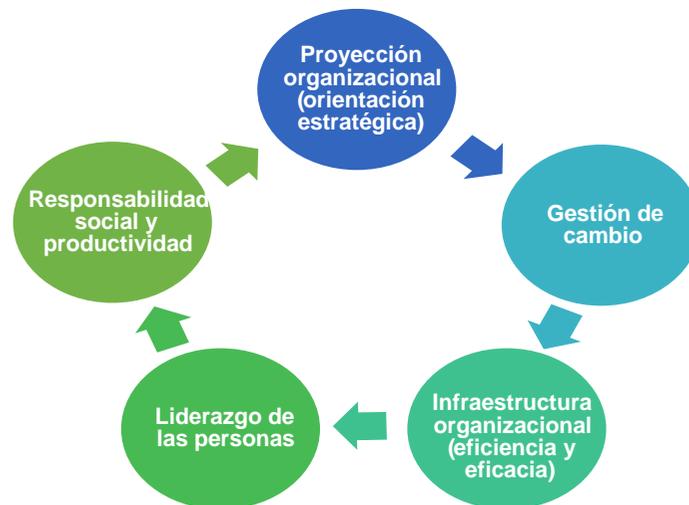
En relación a la contribución que hacen los empleados en una organización, su fuerza de trabajo es del 80%, lo cual es difícil medir y entender, tomado Institute de California (citado por Mondy et al 2005)

Estas concepciones hacen parte de la evolución del pensamiento, anteriormente el trabajador era visto en el Departamento de Recursos Humanos como un objeto, había deshumanización en algunos procesos, la función de ese departamento solo era vincular o desvincular personal, visto con repudio por los demás integrantes de la organización, la transformación del pensamiento del hombre con sus ideologías ha sido impulsada por los cambios sociales, políticos, económicos, culturales, tecnológicos, acciones de la naturaleza, cambios climáticos, provocados en muchas ocasiones por las acciones antrópicas, lo anterior, ha llevado a que actualmente tengamos una mayor comunicación entre países y de esta manera cerrar las brechas del subdesarrollo y referirnos a países emergentes, con crecimiento en el ámbito internacional, contribuyendo al crecimiento de las organizaciones.

Como afirma Calderón, G. (2006) A pesar de lo anterior, la contribución de las áreas de gestión humana a la organización ha venido incrementándose en los últimos años en Colombia. Estudios de la década pasada, como el del Consejo Regional de Planificación Económica y Social (Corpes, 1995), mostraban importantes limitaciones en los gerentes y en las áreas de recursos humanos para contribuir a la organización.

Aunque la Gestión es uno de los campos empresariales que más cambios ha tenido, algunas organizaciones pueden mostrar resistencia al cambio, teniendo en cuenta que este también es un proceso cultural, donde muchos persisten en la continuidad del ayer.

Posteriores estudios, como el Aon Consulting (2002), indican un avance en la toma de conciencia por parte de la dirección de recursos sobre la necesidad de contribuir a la efectividad organizacional, no sin señalar que las actividades del área seguían más orientadas a lo operativo que a lo estratégico. Por su parte, la Price Waterhouse (2002) encontró efectos positivos de la inversión en Recursos Humanos sobre los resultados organizacionales; en concreto que una mayor inversión en servicios de recursos humanos favorecía la productividad. Otro estudio reciente de Calderón (2008), realizado en una muestra de empresas colombianas de diferentes sectores y tamaños, concluyó que las áreas de gestión humana sí generan valor para las empresas en cinco dimensiones como lo muestra la figura 1



Cinco dimensiones, para la generación de valor. Figura 1. Elaboración propia

Las diferentes áreas de una organización se pueden ver beneficiadas en la proyección organizacional, teniendo en cuenta la capacitación como el aprendizaje que debe hacer un trabajador en su puesto, en el diario transcurrir este trabajador puede conseguir la eficiencia y su formación a futuro también puede ser apoyada por RR.HH. lo cual redundará en beneficios para la organización, la renovación de estructura física y orgánica, debe ser respaldada con la identificación de perfiles, para evitar malas contrataciones. Por lo tanto, el desarrollo de la Gestión Humana debe tener perspectivas para su gestión.

Perspectivas de la Gestión

Basadas en lo que expresa Cerna (2006), existen tres momentos y perspectivas importantes para el desarrollo de la gestión humana hasta nuestros días:

- Enfoque del talento humano: los hombres y las mujeres constituyen el elemento básico para que la organización pueda lograr sus objetivos.
- Enfoque administrativo: la administración adecuada de Talento Humano es la responsabilidad de todo gerente.
- Enfoque proactivo: a partir de la anticipación adecuada de los desafíos la administración de Talento Humano puede fomentar estrategias para estar a la vanguardia de las dificultades en cualquier nivel.

Estos tres momentos deben interrelacionarse de forma tal que no se desconozca el ciclo vital de toda persona en su vida laboral: reclutamiento, selección, formación y desarrollo, remuneración y desvinculación, entre otros. Según Ulrich (1997) citado por Pardo, para que una organización sea competitiva, sus acciones deben estar focalizadas en generar una cadena de valor, desarrollando una acción estratégica diferenciada (AED), no solo para sus inversores o dueños, clientes y colaboradores, sino también para sus proveedores, de manera consistente con los objetivos estratégicos de la organización. Pfeffer (1996) citado por Calderón Hernández, Montes Sáenz &

Tobón Mesa (2004) La gestión estratégica de RH, debe contribuir a la formación de capital humano, al incremento de la productividad, a mejorar los resultados financieros y a la retención de clientes, si quiere ser reconocida como elemento importante en la visión estratégica de la alta gerencia. Una de las áreas que genera un gran aporte en la competitividad organizacional es la R.S.E.

La Tendencia de la R.S.E en la Gestión Humana

En toda organización debe existir un área que se encargue de la Responsabilidad Social Empresarial, que vincule a los Stakeholders o grupos de interés social, y que como elemento humano lleven a apoyar a la organización en sus metas sociales y ambientales, muchas organizaciones entre ellas grandes superficies, almacenes de cadena, han estado trabajando en las nuevas tendencias sobre la protección ambiental, con el control al uso de bolsas plásticas. La R.S.E. consigue con sus acciones posicionar de manera competitiva a las organizaciones.

Según Calderón, Álvarez & Naranjo (2011) La Gestión Humana está trascendiendo su papel instrumental para convertirse en apoyo para la competitividad de las organizaciones, hacen énfasis en la Responsabilidad Social Empresarial, afirman que “el marco teórico permitió encontrar sustento para considerar que una forma de agregar valor por parte de la Gestión Humana es apoyando a la organización en la parte de R.S.E. lo cual fue corroborado por 109 empresas en Colombia...”

La R.S.E. como parte de la Gestión Humana logra trascender como una necesidad, dejando atrás el concepto solo altruista de las organizaciones, puesto que, hoy en día es un verdadero apoyo social, según lo expresado por Calderón et al. es una forma de agregar valor a las organizaciones debido a que puede encaminar proyectos de educación, voluntariado, capacitación en oficios y alfabetización, creación de apoyo a instituciones y los que considere pueden ser de beneficio social. Como se puede apreciar toda esta dinámica hace parte de la Gestión Humana.

Tendencias Organizacionales

Cada día el conocimiento en el sector de las organizaciones cobra más fuerza, a medida que se desarrolla el pensamiento del hombre motivado por sus necesidades y la de los animales, cambios de la naturaleza y climáticos, su importancia es mayor, el conocimiento enriquece el Talento Humano, cada día aparecen más valores agregados que hacen competitivas las organizaciones, de acuerdo a su actividad económica. Anteriormente no se tenían en cuenta los conceptos, ideas o apreciaciones de los trabajadores de bajo rango, la tendencia moderna es que estas personas también puedan llegar a participar de las grandes decisiones en la organización.

Según. Mondy, R. Noe, Robert.M. (2005) el desarrollo de los RR.HH. no solo es capacitación, sino planeación de carreras individuales y actividades de desarrollo organizacional y evaluación del desempeño.

La capacitación individual está diseñada para proporcionar a las personas el conocimiento y las habilidades para el desempeño del cargo. El desarrollo implica un aprendizaje que va más allá del empleo actual, pues tiene un enfoque de mayor alcance.

La planeación de carrera es un proceso permanente en el que una persona establece metas de carrera y establece medios para lograrla, para los estudiantes es difícil en ocasiones afrontar esos retos, porque deben desafiar muchos cambios de acuerdo al pensum de estudios en la universidad, que puede haber sufrido transformaciones conceptuales / procesos y al llegar a las organizaciones se encuentran con una realidad diferente, hoy en día la academia está sacando perfiles en administración lo cual puede facilitar que ese recurso humano sea más especializado y por lo tanto más competitivo.

El desarrollo de carrera, es un enfoque formal que utiliza la organización para garantizar que la persona con las calificaciones y experiencias apropiadas estén disponibles cuando se requiera, la organización debe tratar de que las necesidades de unos y otros sean satisfechas.

EL Desarrollo Organizacional (DO) es el proceso planeado para desarrollar una organización, mejorando su estructura, sistemas y procesos, para perfeccionar la eficacia y lograr alcanzar sus metas deseadas.

La evaluación de desempeño es un sistema formal de revisión en la ejecución de tareas, tanto individuales como en equipo, esto permite a los empleados a capitalizar su fuerza de trabajo y superar sus deficiencias y así ser más productivos y eficientes consiguiendo gran satisfacción personal.

Toda esta estructura que envuelve una organización está cimentada en el Talento Humano, la necesidad de avanzar e innovar está siempre apoyada por el conocimiento del hombre, la evolución del pensamiento, su racionalidad, la manera de analizar y ver la realidad, pasar de lo objetivo a lo subjetivo y tener capacidad de discernimiento, la apreciación de las necesidades sociales, materiales de la organización, el crecimiento profesional, el plan de carrera, el desarrollo organizacional, la misma evaluación del desempeño, todo va ligado a la fuerza intelectual, racional, pragmática, empírica, según lo manifestado por Hessen et al. Es pues la capacitación, formación o preparación del hombre para el mundo laboral, una necesidad del siglo XXI y los venideros. Un empleado que conozca los detalles del producto que ofrece y la organización, lleva una gran ventaja que lo hace competitivo ante uno que acaba de llegar, por consiguiente, se considera importante para una organización conservar la fuerza laboral antigua.

La Homeostasis de la Gestión del TH

La gestión del Talento Humano ha sido necesaria desde que las personas tuvieron la necesidad de organizarse en grupos y trabajar para lograr metas comunes. No obstante, como toda disciplina relacionada con la administración, ha experimentado cambios sustanciales desde sus inicios hasta la actualidad; con el fin de poder adecuarse a las continuas exigencias del mercado. Por consiguiente, la Gestión del Talento Humano aparece entonces como un nuevo sistema de aprendizaje y desarrollo tecnológico de la gerencia moderna para dirigir y potenciar el desarrollo de competencias de las personas por medio del trabajo coordinado y la gestión de estrategias de mejoramiento del conocimiento. (Joyas, 2015).

Continuando con este orden de ideas, se evidencia que debido a los impactos de diversos factores, las organizaciones están en una constante búsqueda de la homeostasis, en la cual involucra al factor humano como ente principal que podría configurar a la organización a ese respectivo estado de equilibrio, es decir, que las empresas están directamente involucradas con las altas exigencias y competitividad del mercado, sin embargo debido a los cambios constantes, el punto de equilibrio es alterado, pero, la mayor preocupación no es, no estar en equilibrio sino no acercarse a los puntos próximos de éste, puesto que, tener un exceso de elementos distintivos en una temporada puede resultar obsoleto para el siguiente periodo, generando pérdidas. De ahí, dependen las características y habilidades renovadas de los individuos en relación con su propia autorrealización para cumplir los objetivos y estrategias organizacionales.

Retos de la Gestión Humana

Es conveniente hacer alusión a la investigación aplicada a 16 empresas localizadas en la ciudad de Cali para determinar los avances en cuanto a las prácticas utilizadas para el desarrollo del talento humano frente a la competitividad y las tendencias del mercado, la cual dio a conocer los siguientes resultados que se considerarán los más centrales.

En primera instancia en la tabla 3 se encuentran los principales retos de la gestión de RRHH a los que se enfrenta la empresa en los cuales se presentan en la categoría (futuro) un alto porcentaje en comparación a los demás, la medición de la efectividad de RRHH, debido que, hasta el momento los directivos no le han dado la respectiva importancia al área de Gestión Humana en consecuencia de la falta de evidencia del progreso que se lleva a cabo y por la carencia cuantitativa en términos financieros. Otro aspecto a resaltar presentado en la tabla es el reto de la compensación quien desde su creación hasta la actualidad ha tomado gran importancia, sin embargo se aproxima que a futuro este reto será mucho menor a lo inicial, debido a que el factor humano cada vez se ve menos motivado por las compensaciones, por consiguiente, la gestión humana se encuentra en la constante búsqueda de métodos para influir en los trabajadores que resulten beneficiosos tanto para la empresa como para el trabajador.

Juan Carlos Aguilar Joyas (2013). Tabla 3

Principales retos en gestión de RRHH a los que se enfrenta la empresa			
Reto	Desde su creación	Actual	A futuro
Programas de salud y bienestar	11%	6%	7%
Gestión de cambio	7%	7%	6%
Compensación	9%	10%	2%
Bonificaciones para empleados	2%	10%	2%
Medición de la efectividad de RRHH	2%	7%	13%
Selección e instrumentación de tecnología de RRHH	2%	3%	13%
Relaciones laborales	13%	7%	
Desarrollo de liderazgo	7%	6%	7%

Aprendizaje y desarrollo	9%	10%	2%
Regulación legal/regulatorio	7%	3%	11%
Efectividad organizacional	7%	6%	6%
Subcontratación	2%	10%	4%
Personal: movilidad internacional de empleados		1%	11%
Reclutamiento y disponibilidad de fuerza laboral calificada	7%	7%	6%
Retención de personal	11%	6%	4%
Planeación de la sucesión	4%	4%	7%
Planeación de la sucesión	4,1%	4%	6,7%

Posteriormente, se presenta en el cuadro 1 las principales debilidades del área de Gestión Humana en la empresa, un aspecto a tener en cuenta por las organizaciones que están enfocadas en realizar planes de mejoramiento para proyectarse, debido a que la organización debe estar en un constante proceso para convertir sus debilidades en fortalezas; de acuerdo, a las investigaciones de Joyas, hay una gran porcentaje (33%) de debilidad en la alta dedicación operativa, lo cual demuestra que el departamento de gestión humana actualmente se está enfocando en la unidad operativa y no le está dando la respectiva importancia a las demás unidades, siendo un error por parte de la gestión humana al considerar que un departamento en específico de la organización puede ser más importante que los demás, puesto que cada área genera valor para la organización por medio de funciones diferentes y la unidad de Recursos Humanos debe tomar un trabajo holístico con todos los miembros de la organización sin dejar de lado los nuevos retos a los que se está enfrentando como lo define (Ulrich, 1997) concentrarse tanto en lo estratégico como en lo operacional; tanto en el largo plazo como en el corto, integrando sus actividades desde la gestión de procesos hasta la gestión de personas.

Juan Carlos Aguilar Joyas (2013). Cuadro 1

Principales debilidades del área de gestión humana en la empresa

Factor %

La alta dedicación operativa 33

No se mide el impacto de la gestión 26

Incapacidad para medir el valor agregado 22

Falta de alineación con la estrategia de negocio 7

La incapacidad para ser vocera de la gente 7

El área no actúa como socia del negocio 4

Ahora bien, las organizaciones presentan una dinámica del cambio constante de acuerdo al contexto en el que estén inmersas, puesto que tanto el ente económico, político, social como el tecnológico, intervienen en la metodología de trabajo, de esta forma los miembros que la conforman igualmente se ven permeados a dichos cambios; por lo cual, el departamento encargado de la gestión del talento humano aparece entonces como un nuevo sistema de aprendizaje y desarrollo tecnológico de la gerencia moderna para dirigir y potenciar el desarrollo de competencias de las personas, a través del trabajo coordinado y de la gestión de estrategias de mejoramiento del conocimiento. A lo cual, la llamada inteligencia corporativa depende en gran medida, de las políticas de gestión humana que se ejercen en cada organización. (Joyas, 2013). Es importante aclarar que los retos que considera el área humana actualmente, no garantizan que para un futuro próximo continúen siendo los mismos retos, además, dependiendo de la actividad, tamaño, relaciones y demás factores principales que caracterizan a la organización la trascendencia de cada reto puede ser subjetivo.

CONCLUSIONES

En este trabajo se ha tratado de dar una mirada hacia la realidad de lo que la modernidad ha llamado Gestión del Talento Humano, puesto que, desde hace aproximadamente 37 años el concepto de Recursos Humanos viene evolucionando, y es prácticamente a partir de la globalización de la economía, cuando su caminar que antes era lento se ha venido acelerando, con el gran apoyo de las tecnologías, los medios de comunicación y la evolución del pensamiento del hombre; con el transcurrir del tiempo han aparecido algunas teorías que hoy en día son sujeto de análisis de académicos y empresarios.

Las investigaciones realizadas por la academia, se han convertido en un activo invaluable para la ciencia, por los conocimientos que han logrado aportar, sin dejar de reconocer que para ellos ha sido una tarea ardua, luchando en algunas ocasiones con culturas inculcadas que todavía viven en el pasado, sobre lo que es el recurso humano, como también conseguir la identificación y medición de las mismas.

El documento condensa experiencia, conocimiento y teoría que lleva a despertar el interés de participación de estudiantes en esta primera etapa, iniciando un camino hacia el desarrollo de nuevos conocimientos. Se ha intentado llevar de una manera sencilla, algunos aportes de teorías sobre la Gestión Humana y realizar algunos análisis sobre ellas, destacando la importancia que tiene para la academia el concepto de Conocimiento.

Se considera necesario iniciar una investigación a organizaciones que deseen realizar un cambio de actitud frente a las nuevas tendencias de la Gestión Humana.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Joyas, J. (s.f.). Retos y rol estratégico en la gestión del talento humano Caso en empresas de Cali, Colombia. Artículo, Cali.

Bahamón Bahamón, C., Cortes Pardo, V., Piñeros Díaz, D. P., & Rojas Díaz, O. L. (03 de Marzo de 2014). Repository universidad sergio arboleda. Obtenido de <http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/944/Evoluci%C3%B3n%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano.pdf?sequence=1>

Bermúdez, H. L. (31 de 10 de 2014). Universidad del valle. Obtenido de Cuadernos de administración revista de administración y negocios/business and management journal: <http://revistalenguaje.univalle.edu.co/index.php/cuadernosadmin/article/view/2853/3205>

Calderon Hernández, G., Montes Sáenz, A., & Tobón Mesa, M. P. (2004). Prácticas de recursos humanos y estilo estratégico en la mediana empresa: la experiencia de las empresas en Manizales, Colombia. Revista Universidad EAFIT, 9-25.

Calderón, G., Álvarez, C. y Naranjo, J. (2007). La Gestión Humana en Colombia: Características y tendencias de la práctica y la investigación. Estudios Gerenciales. 23 (103), 39-64.

Calderón Hernández, G., Álvarez Giraldo, C. M., & Naranjo Valencia, J. C. (2011). El papel de la gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. Estudios gerenciales.

Castro, G. M., Navas López, J., López Sáenz, P., & Delgado Verde, M. (2012). El capital intelectual de la empresa, evolución y desarrollo futuro.

Hernández y Rodríguez, S. (1994). Introducción a la administración. 1ª edición. México: McGraw Hill, p. 110

Hernández, G. C. (2006). La gestión humana.

Joyas, J. C. (2013). Retos y rol estratégico en la gestión del talento humano: caso en empresas de Cali, Colombia.

Pardo Enciso, C. E., & Porras Jiménez, J. A. (2011). La gestión del talento humano ante el desafío de organizaciones competitivas. Revistas la Salle, 167-182.

Porras Jiménez, J. A., & Pardo Enciso, C. (2011). La gestión del talento humano ante el desafío de organizaciones competitivas.

Valenzuela, C., Ramírez, R., González Navarro, N., & Celaya Figueroa, R. (s.f.). Diagnóstico organizacional: una mirada hacia el futuro.

Wayne, M., & Noe, R. (2005). Recuperado el 11 de 09 de 2017, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UkWAvHmBswC&oi=fnd&pg=PA2&dq=Mo>



TECNOLOGÍA ADMINISTRATIVA

Binomio de Newton y distribuciones discretas en la toma de decisiones gerenciales.

Henry Hurtado Bolaños¹

Ricardo Gómez Narváez²

RESUMEN

El artículo Binomio de Newton y distribuciones discretas, expone un modelo de toma de decisiones gerenciales basado en la distribución binomial con datos discretos. Se explica la noción de distribución binomial de datos discretos y de Binomio de Newton, más su aplicación.

Se realizó una rigurosa consulta bibliográfica sobre usos y aplicaciones del Binomio de Newton en diferentes áreas del saber humano y se realizaron las prácticas en el sector real, en una empresa de montajes eléctricos industriales con normatividad Retie, para pronosticar quejas; en una Unidad Renal para determinar la probabilidad de que un nuevo paciente inicie la terapia dialítica con acceso vascular temporal o con fístula arteriovenosa interna y en una empresa de seguros para determinar la probabilidad de reclamación. Se planteó una amplia discusión sobre las aplicaciones en el campo gerencial de esta interesante herramienta matemática.

Palabras claves: Distribución, Binomial, Probabilidad.

ABSTRACT

Newton's binomial and discrete distributions in managerial decision-making exposes a managerial decision-making model based on the binomial distribution with discrete data, explains the notion of binomial distribution, discrete data, and Newton's binomial more its application in the management decision making. A rigorous bibliographic consultation was carried out on the uses and applications of Newton's binomial in different areas of human knowledge and applications were made in the real sector: in an industrial electrical assembly company with Retie regulations, to forecast complaints, in a Renal Unit to determine the likelihood of a new patient initiating dialysis with temporary vascular access or with an internal arteriovenous fistula and an insurance company to determine the likelihood of a claim. A broad discussion on applications in the managerial field of this interesting mathematical tool is presented.

¹ Magíster en Ciencias de la Organización. Docente de la Universidad Pontificia Bolivariana. Miembro del Grupo Estudios Organizacionales. Correo: henry.hurtado@upb.edu.co

² Magíster en Enseñanza de la Matemática Universidad Nacional Abierta y a Distancia Miembro Grupo Tecnogénesis Correo: rigonar04@hotmail.com

Keywords: Distribution, Binomial, Probability.

INTRODUCCIÓN

El artículo Binomio de Newton y distribuciones discretas en la toma de decisiones gerenciales, tiene como objetivo exponer un modelo de toma de decisiones gerenciales basado en la distribución binomial con datos discretos, explicar la noción de distribución binomial con datos discretos y mostrar algunas aplicaciones del Binomio de Newton realizadas en el sector real, se desarrollaron varias aplicaciones para problemas específicos como la probabilidad de reclamos en una empresa de montajes eléctricos, la probabilidad de determinada terapia en pacientes renales y la probabilidad de reclamación en una empresa de seguros.

La investigación fue descriptiva, cuantitativa, no experimental y longitudinal. Se seleccionaron tres empresas de diferentes sectores y razones sociales para desarrollar y aplicar el Binomio de Newton; la factorización se realizó de modo manual y los cálculos se realizaron en Excel. El estudio se realizó en el primer semestre de 2017.

Al revisarse la literatura sobre las aplicaciones del Binomio de Newton se encontró que Greenwood y Yule (1920) presentaron un modelo matemático basado en la distribución binomial para describir los problemas psicológicos y sociológicos de la propensión del individuo a los accidentes de tránsito. Arbous y Kerrich (1951) distinguieron entre propensión al accidente y exposición al accidente y lo explicaron como una distribución binomial negativa.

Altuve, J. (2004), en su obra sobre el uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones, aplica el teorema del Binomio de Newton para calcular la tasa de utilidad interna o tasa interna de retorno y en el mismo texto, Achong explica cómo con el método de división sintética combinado con el método de Newton, se obtiene un procedimiento adecuado para resolver los casos de proyectos de inversión pura como los de inversión mixta (Altuve, p. 14).

Mayor, A. (2002), en un artículo publicado por la Revista Colombiana de Estadística sobre la Escuela Nacional de Minas y los orígenes de la Estadística en Colombia, 1900 – 1940, narra la contribución de la Escuela Nacional de Minas en la formación de la Estadística como profesión, diferente al demógrafo o al contador que traían una costumbre del siglo XIX. En el artículo muestra la rica tradición antioqueña de recolectar datos como una valiosa contribución al desarrollo económico regional, esta práctica cuantitativa tiene también, una influencia en el taylorismo que se estaba imponiendo con énfasis en la administración de las empresas y las fábricas. En su obra, Mayor (p.81) narra como el ingeniero Jorge Rodríguez usaba el ejemplo de las cajas con bolas blancas y negras, muy común en la actualidad, para la enseñanza de las permutaciones, combinaciones y probabilidades, demostrando la correlación entre la combinatoria y el binomio de Newton. Efectivamente, se sabe que el Binomio de Newton ofrece un método algebraico, para contemplar todas las probabilidades de las posibles combinaciones de determinado evento. Su facilidad ofrece un panorama general de las probabilidades de que se realizan a veces.

Cantoral y Farfán (1998), utilizaron el Binomio de Newton en el desarrollo de la noción de predicción de variantes de flujo para el avance del pensamiento y el lenguaje variacional. La predicción de estos

fenómenos en la naturaleza, facilitan conocer el progreso de determinado sistema. Según los autores:

“El objeto matemático, Binomio de Newton, se presenta como una entidad que emerge progresivamente del sistema de prácticas socialmente compartidas ligadas a la resolución de una clase de situaciones que precisan de la predicción” (Cantoral y farfán, p. 362).

Hernández, H. (2006), explica la predicción del Binomio de Newton como práctica social y unidad de análisis para reconstruir el Cálculo y la Física que se enseña a los escolares, puesto que la predicción y la interpolación emergen como una práctica social en forma implícita, argumento que se desarrolla en la presente investigación.

Sánchez, E. y Landin, E. (2011), utilizan el Binomio de Newton para describir un proceso que mejore la fiabilidad de una jerarquía de razonamiento que evalúe las respuestas de un grupo de estudiantes frente a actividades de distribución binomial.

Hernández, H. y otros (2007), utilizan el Binomio de Newton para predecir fenómenos físicos y de Ingeniería Civil con distribuciones discretas como la variación de la velocidad, de temperatura, movimiento periódico e infiltración de agua en suelos. La aplicación en la Física y en la Ingeniería Civil lleva a los autores a plantear la necesidad de un sistema de educación matemática, basado en ejemplos de cotidianidad, asunto que reclaman los estudiantes que ven estos cursos.

Ruiz, C. (2009), muestra la relación de las Leyes de Mendel sobre la transmisión de los caracteres hereditarios con el Binomio de Newton, y exactamente dice:

“Partiendo de lo anterior y tomando en cuenta los simbolismos que utilizaba Mendel para referirse a los caracteres dominantes (T) y recesivos (t), el problema era encontrar un objeto matemático, modelo o algoritmo que contuviera las relaciones 1:2:1. Debe entenderse, en primer lugar, el carácter algebraico de las combinaciones TT, Tt, tT y tt que esquemáticamente indican las mezclas de caracteres resultantes de las cruzas, en donde uno de los atributos (tallo largo o tallo corto) domina sobre el otro. Los híbridos podían ser indistintamente las combinaciones Tt o tT, Representan un producto o un factor? No, en realidad algebraicamente representan la conjunción o la integración de dos caracteres. Por lo que Tt es más propiamente T+t o t+T. No es difícil haciendo una conjetura bien fundamentada (hasta ahora no considerada formalmente por ningún autor, por lo que constituye una contribución original), que Mendel haya multiplicado los dos binomios siguientes: $(T+t)(t+T) = ([T+t])^2 = TT+2Tt+tt$, lo cual constituye el Binomio de Newton, cuyo resultado se comporta con base en la proporción 1:2:1.” (Ruiz, p. 46).

Los experimentos de Bernoulli, descritos como la distribución binomial o Binomio de Newton pueden utilizarse en situaciones donde hay dos opciones de respuesta, excluyentes entre sí, algunos campos de aplicación además de los descritos en los casos de este estudio son: la calidad, el marketing, la salud, la construcción, entre muchos más. Se aplica en procesos donde las respuestas posibles son excluyentes, un ejemplo significativo es la prueba de hipótesis, situación que expresa dos premisas excluyentes entre si y donde se prueba su veracidad con información estadísticamente significativa.

Marco teórico

Juan Jorge Michel (2010) cita las palabras del escritor portugués Fernando Pessoa:

"El binomio de Newton es tan hermoso como la Venus de Milo, el problema es que muy poca gente se da cuenta de ello".

Con ello quería dar a entender que las matemáticas son tan bellas y se pueden apreciar y comparar con el arte y la belleza. De otro lado, las matemáticas son abstractas, pero siempre se ha buscado con ellas encontrar fórmulas o modelos para resolver un fenómeno.

En el caso de la presente investigación, se busca con el Binomio de Newton presentar una aplicación en la toma de decisiones que pueda ejecutarse en diferentes facetas de la vida: administración, economía, medicina, ingenierías etc. Quizá en el papel se note complejo el Binomio de Newton, pero realizándolo mediante programación se obtiene una herramienta útil para tomar una decisión.

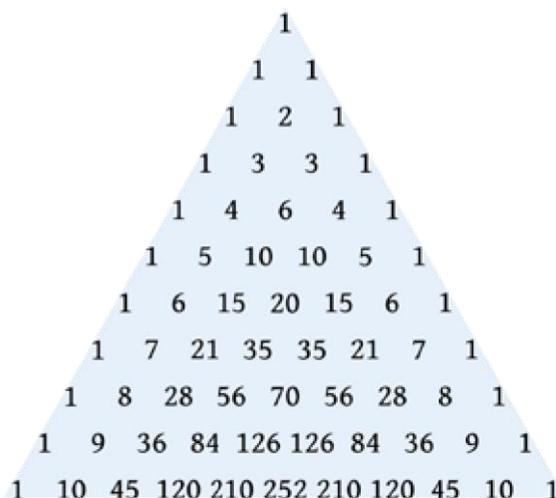
En el libro II, proposición 4 de los Elementos de Euclides encontramos la solución de $(a+b)^2$, que se considera el primer indicio del teorema de Binomio, dice:

"Si se divide mediante un punto cualquiera una recta dada, el cuadrado de la recta entera es igual a los cuadrados de las partes más el doble del rectángulo que tiene a esas partes como lados", que sería lo siguiente: $(a+b)^2 = a^2+2ab+b^2$

Y en la proposición 7, de los Elementos de Euclides se realiza otra presentación de la fórmula correspondiente al cuadrado de una diferencia, la cual se enuncia así:

"Si se corta al azar una línea recta, el cuadrado de la recta entera y el de uno de los segmentos tomados conjuntamente son iguales a dos veces el rectángulo comprendido por la recta entera y el segmento conocido más el cuadrado del segmento restante.", que se representa como: $a^2+b^2 = 2ab + (a-b)^2$

En el siglo XVII, el matemático francés Blaise Pascal (1623 - 1662), en su libro: "Tratado sobre el triángulo aritmético", que se editó después de que muere Pascal, introduce un arreglo triangular de números que representan los coeficientes binomiales, a esta modificación la llamaron Triángulo aritmético de Pascal, y simbólicamente es:



El desarrollo del binomio fue descubierto por Newton y lo expone en dos cartas, la primera a principios de 1676 y la segunda a finales de 1676, publicado por Wallis como el Tratado de Algebra (1685).

La distribución binomial es un modelo de de probabilidades que trabaja con datos discretos. Se entiende por datos discretos, valores enteros positivos, incluyendo el cero. Un número entero es una categoría numérica que comprende los números entre el menos infinito hasta el infinito, en el presente estudio como ya se afirmó se trabajó con los enteros positivos más el cero. Son datos discretos el número de empleados, de clientes, de referencias, etc. Se llaman datos continuos a valores de la forma a/b , es decir, fracciones, tal es el caso de la estatura, el peso, valor de la factura, etc. En esta distribución se trabaja con la probabilidad de ocurrencia, p , y la probabilidad de no ocurrencia, q , de un evento determinado. Una probabilidad es un valor entre 0 y 1 que resulta de la relación entre un valor y el total de valores.

La probabilidad de clientes satisfechos es la relación entre el número de clientes satisfechos y el total de clientes. Si la probabilidad se multiplica por cien, se denomina porcentaje o por ciento. Si se multiplica por $[(10)]^n$, se denomina tasa por mil, por diez mil, etc.

El valor de p es la probabilidad de ocurrencia, en el ejemplo de los clientes satisfechos, p , consiste en que haya un cliente satisfecho y q es la probabilidad de no ocurrencia, es decir, de que no haya un cliente satisfecho, q es igual a $1 - p$.

Para encontrar la probabilidad de cierto número de éxitos " r ", de un total de ensayos " n ", entonces se debe aplicar la distribución de Bernoulli, el cual debe tener dos probabilidades, una probabilidad " p " llamada éxito y una probabilidad $(1 - p)$ llamada fracaso, cada una de estas debe ser independiente.

Un binomio es una expresión matemática con una potencia determinada, $(p+q)^n$, es un caso de n factorización, los binomios más comunes son el binomio al cuadrado que se resuelve elevando el primer término al cuadrado más el doble del primero por el segundo, más el segundo término al cuadrado y el binomio al cubo que corresponde al primer término a la potencia tres, más tres veces el primer término al cuadrado por el segundo término, más tres veces el primer término por el

segundo término al cuadrado más el segundo término al cubo. Un binomio también puede tener la forma $(p-q)$, en tal caso, los términos se les intercala el signo entre positivo y negativo.ⁿ

Si el binomio tiene una potencia mayor que tres, se utiliza una técnica especial de factorización denominada Binomio de Newton, también puede utilizarse el Triángulo de Pascal pero si la potencia es muy alta, el procedimiento resulta engorroso. En todos los casos, se sugiere usar el Binomio de Newton.

La factorización con el Binomio de Newton funciona así:

$$(p+q)^n = p^n + np^{n-1}q + \frac{n(n-1)}{2!}p^{n-2}q^2 + \frac{n(n-1)(n-2)}{3!}p^{n-3}q^3 + \dots + q^n$$

$$\text{Ejemplo: } (p+q)^4 = p^4 + 4p^3q + \frac{4 \cdot 3}{2!}p^2q^2 + \frac{4 \cdot 3 \cdot 2}{3!}pq^3 + q^4$$

$$(p+q)^4 = p^4 + 4p^3q + 6p^2q^2 + 4pq^3 + q^4$$

Como se ha dicho previamente, la distribución binomial es una distribución de probabilidades con datos discretos, la sumatoria de todas las probabilidades es igual a 1. Veamos un ejemplo con el célebre ejercicio del dado:

Cuál es la probabilidad de que al lanzar un dado cuatro veces, todas las cuatro veces caiga en el número tres, que caiga tres veces en el número tres, dos veces en el número tres, una vez en el número tres y que nunca caiga en el número tres.

La probabilidad de ocurrencia de que el dado al lanzarse una vez caiga en el número tres es de $\frac{1}{6}$ es decir, un lado con el número tres de seis lados posibles, $p = \frac{1}{6}$ y por lo tanto, $q = 1 - p, q = \frac{5}{6}$

Puesto que el dado se lanza cuatro veces, el binomio es $(p+q)^4$ que factorizado es:

p es la probabilidad de ocurrencia de que el dado caiga en el número tres ($1/6$) y q es la probabilidad de ocurrencia de que el dado no caiga en el número tres ($5/6$). Entonces:

$$(p+q)^4 = p^4 + 4p^3q + 6p^2q^2 + 4pq^3 + q^4$$

La probabilidad de que el dado caiga las cuatro veces en el número tres es p^4 . La probabilidad de que el dado caiga tres veces en el número tres es $4p^3q$, la probabilidad de que caiga dos veces en el número tres es $6p^2q^2$, la probabilidad de que caiga una vez en el número tres es $4pq^3$ y la probabilidad de que no caiga en el número tres ni una vez es q^4 .

La distribución de probabilidad binomial para el evento del dado es:

$$p^4 = \left(\frac{1}{6}\right)^4 = \frac{1}{1296} = 0,00077, \text{probabilidad de caer las cuatro veces en tres.}$$

$$4p^3q = 4\left(\frac{1}{6}\right)^3 \left(\frac{5}{6}\right) = \frac{20}{1296} = \frac{5}{324} = 0,0154, \text{probabilidad de caer una vez en tres.}$$

$$6p^2q^2 = 6\left(\frac{1}{6}\right)^2 \left(\frac{5}{6}\right)^2 = \left(\frac{1}{6}\right) \cdot \frac{25}{36} = \frac{25}{216} = 0.1157, \text{probabilidad de caer dos veces en tres.}$$

$$4pq^3 = 4 \cdot \frac{1}{6} \cdot \left(\frac{5}{6}\right)^3 = \frac{500}{1296} = \frac{125}{324} = 0.385, \text{probabilidad de caer una vez en tres.}$$

$$q^4 = \left(\frac{5}{6}\right)^4 = \frac{625}{1296} = 0.482, \text{probabilidad de no caer ni una vez en tres.}$$

La suma de todas las probabilidades de la distribución binomial es 1, esto es $0.00077+0.0154+0.1157+0.385+0.482$.

METODOLOGÍA

La investigación fue descriptiva, cuantitativa, no experimental, longitudinal, se seleccionaron tres empresas de diferentes sectores y razones sociales para desarrollar y aplicar el Binomio de Newton, la factorización se realizó de modo manual y los cálculos se realizaron en Excel, el estudio se realizó en el primer semestre de 2017. Los modelos desarrollados se socializaron con las empresas donde se realizó la aplicación.

La investigación se desarrolló en las siguientes fases:

En la primera fase se realizó una detallada búsqueda bibliográfica sobre las aplicaciones del Binomio de Newton. Esta búsqueda se realizó con las bases de datos Scielo, ScienceDirect y Google Académico, la palabra clave de búsqueda fue Binomio de Newton y Aplicaciones del mismo. La fecha de la aplicación no fue relevante pero si el área del saber donde se realizó la aplicación del Binomio de Newton: ciencias sociales y naturales. Se intentó buscar aplicaciones en prospectiva o en las actividades de exploración pero no se encontraron. Posiblemente no se haya aplicado el Binomio de Newton en los estudios sobre Organizaciones.

En la segunda fase se presentó el modelo y se explicó la utilidad.

En la tercera fase se realizó la aplicación del Binomio de Newton en las diferentes empresas mostrando resultados promisorios.

En la cuarta fase se organizó una reunión de difusión con algunos expertos de las empresas.

La selección de las empresas se fundamentó en los siguientes criterios: abarcaran diferentes sectores económicos: fabril, seguros y salud. Este último por el impacto sobre el bienestar de las personas; un segundo criterio fue el interés de la gerencia en conocer esta clase de aplicaciones matemáticas; un tercer criterio es la facilidad de entrar a la empresa. Igual en cualquier clase de

organización se puede aplicar el Binomio de Newton para el cálculo de probabilidades y la evaluación de escenarios futuros.

RESULTADOS

Caso 1 – Una empresa de montajes eléctricos

Se visitó una empresa de montajes eléctricos industriales con normatividad Retie en la ciudad de Cali, se trabajó con un ingeniero electricista quien afirmó que por datos históricos se sabe que en 5 de cada 100 o 1 de cada 20 montajes, (0,05) el cliente presenta alguna clase de reclamación dentro de lo pactado. La normatividad Retie es un estándar internacional que busca que las instalaciones eléctricas sean seguras.

En el caso de la empresa de montajes eléctricos, la probabilidad de ocurrencia, p , esto es que haya algún reclamo dentro de lo pactado es de $1/20$ o $0,05$, y la probabilidad de no ocurrencia, q , esto es que no haya algún reclamo dentro de lo pactado es de $19/20$ o $0,95$.

Si en un mes se realizan veinte montajes eléctricos, los valores esperados de reclamación por parte del cliente se plantean en la distribución binomial, así:

$$(p+q)^{20} = p^{20} + 20p^{19}q + 190p^{18}q^2 + 1140p^{17}q^3 + 4845p^{16}q^4 + 15504p^{15}q^5 + 38760p^{14}q^6 + 77520p^{13}q^7 + 125970p^{12}q^8 + 167960p^{11}q^9 + 184756p^{10}q^{10} + 167960p^9q^{11} + 125970p^8q^{12} + 77520p^7q^{13} + 38760p^6q^{14} + 15504p^5q^{15} + 4845p^4q^{16} + 1140p^3q^{17} + 190p^2q^{18} + 20pq^{19} + q^{20}$$

La siguiente tabla muestra la distribución de probabilidades que corresponden a los valores normales de reclamación para los diferentes eventos de un conjunto de diez montajes:

Evento	Factor	Probabilidad	Valor normal
Hay 20 reclamos	p^{20}		9×10^{-27}
Hay 19 reclamos	$20p^{19}q$		3×10^{-24}
Hay 18 reclamos	$190p^{18}q^2$		6×10^{-22}
Hay 17 reclamos	$1140p^{17}q^3$		7×10^{-20}
Hay 16 reclamos	$4845p^{16}q^4$		6×10^{-18}
Hay 15 reclamos	$15504p^{15}q^5$		3×10^{-16}
Hay 14 reclamos	$38760p^{14}q^6$		1×10^{-14}
Hay 13 reclamos	$77520p^{13}q^7$		6×10^{-13}
Hay 12 reclamos	$125970p^{12}q^8$		2×10^{-11}
Hay 11 reclamo	$167960p^{11}q^9$	P=1/20	5×10^{-10}
Hay 10 reclamos	$184756p^{10}q^{10}$	Q=19/20	1×10^{-8}
Hay 9 reclamos	$167960p^9q^{11}$		1×10^{-7}
Hay 8 reclamos	$125970p^8q^{12}$		2×10^{-6}
Hay 7 reclamos	$77520p^7q^{13}$		3×10^{-5}
Hay 6 reclamos	$38760p^6q^{14}$		2×10^{-4}
Hay 5 reclamos	$15504p^5q^{15}$		2×10^{-3}
Hay 4 reclamos	$4845p^4q^{16}$		0,013
Hay 3 reclamos	$1140p^3q^{17}$		0,059
Hay 2 reclamos	$190p^2q^{18}$		0,188
Hay 1 reclamos	$20pq^{19}$		0,377
Hay 0 reclamos	q^{20}		0,358
Total			1,000

Al realizarse veinte montajes eléctricos, cualesquier evento de reclamación que se presente debe ser hasta el valor normal calculado en la tabla, en caso contrario, se debe revisar qué anomalía diferente hay.

Caso 2 – El Binomio de Newton en pacientes renales

Se detalla ahora una aplicación del Binomio de Newton en el campo de la salud, específicamente en Nefrología, el estudio de Ortega, Martínez y Gamarra (2006), titulado “Mortalidad en pacientes con falla renal crónica durante los primeros 90 días de terapia con hemodiálisis”, señala que los pacientes que inician la terapia dialítica con acceso vascular temporal (catéter) es del 90.76% y menos del 10% de los pacientes que la inician con fístula arteriovenosa interna, de lo cual se infiere que, puesto que la enfermedad renal es asintomática en gran parte de su desarrollo, los pacientes llegan tarde a la consulta con el nefrólogo y entran a la terapia de diálisis por urgencias, menos del 10% realizan el proceso de prediálisis y preparación integral al tratamiento que le salvará su vida de modo inmediato.

En esta aplicación, la probabilidad de ocurrencia que un paciente entre a la terapia con acceso vascular temporal, catéter, que llamaremos p es de 0,9076 mientras que q o pacientes con fístula arteriovenosa interna es de 0,0924.

La pregunta predictiva que se puede formular es: de los 10 nuevos pacientes que lleguen a la unidad renal, ¿qué probabilidad hay de que todos los nuevos pacientes entren a la terapia con catéter? ¿Cuál es la probabilidad de que todos los nuevos pacientes entren a la terapia con fístula?

De acuerdo a la distribución binomial descrita más arriba, la probabilidad de que todos los 10 nuevos pacientes inicien la terapia con catéter es de p^{10} o 0.9076^{10} es igual a 0,3792 mientras que la probabilidad de que lleguen con fístula es de q^{10} o 0.0924^{10} que es igual a 0,00000000045, tiende a cero. Para lograr la probabilidad completa de 1 se deben tener las diferentes combinaciones, probabilidad de que un paciente llegue con fístula y nueve con catéter, dos lleguen con fístula y ocho con catéter, etc.

Caso 3 – El Binomio de Newton y los seguros de vida

Ahora se detalla una aplicación del Binomio de Newton en los seguros de vida, en este el valor de la póliza se basa en las tasas de mortalidad de la región combinado con otras variables como la edad, el género o la condición de salud, si la tasa de mortalidad, p , se acerca a 1, la póliza del seguro es mayor o no se vende.

Según las proyecciones de población 2005 – 2020, del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE (2007), la tasa de mortalidad de hombres entre 20 y 24 años es de 0,021, esto es p . Supóngase que se vende una póliza a diez hombres entre 20 y 24 años, se quiere saber, ¿cuál es la probabilidad de que diez hombres en la citada edad mueran y cuál es la probabilidad de que ninguno muera?

Según la distribución binomial, la probabilidad de que 10 hombres entre 20 y 24 años mueran a la vez es de p^{10} o $0,021^{10}$ que es igual a 0,000000000000000000166 mientras que la probabilidad de que ninguno muera o q^{10} es de $0,979^{10}$ o 0,808.

Ahora si se toma un hombre entre 75 y 79 años, la probabilidad de muerte es de 0,26, esto es, p . Si se vincularan diez nuevos clientes entre 75 y 79 años, la probabilidad de que todos los diez asegurados mueran a la vez es de p^{10} o $0,26^{10}$ que es igual a 0.00000141, de donde se concluye que el riesgo de muerte es diferente al grupo etareo, lo que señala que hay preferencias etareas para colocar seguros de vida.

Análisis de resultados

Las aplicaciones realizadas en los tres casos de estudio, la empresa de montajes eléctricos, la unidad renal y la aseguradora, muestran la potencia del Binomio de Newton para predecir la probabilidad de eventos futuros en situaciones gerenciales. Para su implementación, es necesario revisar los datos históricos del evento en estudio para calcular los valores probabilísticos de ocurrencia y no ocurrencia, p y q , que son la base del Binomio de Newton. El poder de esta herramienta es que muestra en una sola línea todas las posibles probabilidades que se puedan presentar en n eventos. Si se desea saber la información de 5 eventos, se tiene la línea:

$$p^5 + 5p^4 q + 10p^3 q^2 + 10p^2 q^3 + 5pq^4 + q^5$$

En una sola línea se puede calcular la probabilidad de que el evento suceda cinco veces que es el primer factor, o que suceda 3 veces el evento o dos veces que no suceda, corresponde al tercer factor o que en ninguna de las 5 veces el evento no suceda que es el último factor. Solo bastaría reemplazar los valores de p y q en los respectivos factores de probabilidad. Este mismo ejercicio se podría realizar por combinaciones pero es más dispendioso y no se observan todas las probabilidades en una sola línea.

El Binomio de Newton puede aplicarse a prácticamente todas las actividades humanas donde se desee calcular la probabilidad de ocurrencia de un evento para tomar decisiones, en el campo gerencial es supremamente valioso para el crecimiento y desarrollo de la empresa. El paradigma de la ambidestreza que indica que una empresa debe realizar actividades de explotación y de exploración para mantenerse en el tiempo, requiere en la indagación de una herramienta matemática para identificar la probabilidad de eventos futuros. Igualmente, cobra importancia para los estudios de prospectiva que en muchas ocasiones requiere del cálculo de probabilidades para clarificar los escenarios a evaluar y tomar decisiones. Las empresas que fueron exitosas y ya no existen no dedicaron recursos a la exploración o si lo hicieron no lo lograron cuantificar para ver las dimensiones reales de los problemas y las alternativas. En estos casos, el Binomio de Newton y otras aplicaciones matemáticas como la Serie de Taylor o el Teorema de Bayes son fundamentales.

CONCLUSIONES

La distribución Binomial se presenta como un objeto matemático que en la práctica está ligada a la resolución de situaciones de predicción y por consiguiente en la toma de decisiones.

Aparte de las aplicaciones que se realizaron en el presente estudio, el Binomio de Newton, puede aplicarse en los estudios de prospectiva, en donde se utilizan un conjunto de conceptos y herramientas importantes como el futuro, escenarios, visión, entornos, árbol de pertinencia. El Binomio de Newton aporta elementos matemáticos que brindan mayor consistencia a los ejercicios y planes de prospectiva, el Binomio de Newton ofrece grandes oportunidades para el desarrollo de la prospectiva. La importancia radica en el sustento matemático y probabilístico que ofrece el Binomio de Newton a los ejercicios de escenarios futuros, los valores de ocurrencia y no ocurrencia, p y q, se calculan con datos históricos, es decir, la prospectiva parte de la historia del evento en estudio para poder proyectar eventos a largo plazo, el binomio de Newton agrega la probabilidad de ocurrencia de los escenarios futuros.

La validez probabilística que ofrece el Binomio de Newton a la prospectiva, facilita la planificación y la toma de decisiones gerenciales, obsérvese que la probabilidad es un valor entre 0 y 1, si la probabilidad se aproxima a cero, se considera que es poco probable, de lo contrario, si se acerca a 1 se considera que es muy probable su ocurrencia. De esta forma, el Binomio de Newton agiliza la toma de decisiones gerenciales al darle mayor prioridad a los eventos gerenciales con mayor probabilidad de ocurrencia.

En la gerencia de empresas se puede desarrollar una gran cantidad de aplicaciones con el Binomio de Newton pero se debe invertir en la investigación matemática para lograr que las empresas avancen con más seguridad.

El modelo que aquí se muestra es una hermosa herramienta que fue presentado hace más de cinco siglos y se ha utilizado para múltiples propuestas matemáticas, ahora se quiere presentar para la toma de decisiones en la administración, se puede utilizar en la escogencia de un aspirante a un trabajo, en la propuesta de un producto, en la inversión, en la proposición de un precio e incluso en la decisión del salario mínimo de los trabajadores de una empresa o como se mostró en los antecedentes que se ha usado desde problemas psicológicos y sociológicos hasta las leyes de Mendel.

Existen en las matemáticas otras herramientas que son útiles y aplicables en todas las áreas de las ciencias sociales, para ello las empresas deben invertir en las investigaciones de modelos matemáticos diferentes a los estadísticos, como lo ha realizado Alfonso Ávila en México con la explicación matemática o modelación matemática de la teoría Keynesiana, que regula la economía de un país, donde utilizó la teoría de juegos de Von Neumann y Morgenstern.

Para facilitar el desarrollo del Binomio de Newton el usuario puede buscar en Google Binomio de Newton on line que corresponde a una herramienta electrónica que factoriza el binomio a una potencia determinada y poder obtener los factores de probabilidad para n eventos.

BIBLIOGRAFÍA

Altuve, J- (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de actualidad contable. Mérida, Venezuela: FACES año 7, número 9.

Arbous A.G. y Kerrich, J.E. (1951). Accident statistics and the concept of accident proneness. *Biometrics* 7.

Bernhardt, H. (1989) La familia de matemáticos Bernoulli. En *Biografías de grandes matemáticos*. Prensas Universitarias de Zaragoza.

Cantoral, R. y Farfán, R. (1998). Pensamiento y lenguaje variacional en la introducción al análisis. Sevilla, España: Revista Epsilon, Facultad de Matemáticas S.A.E.M Thales.

Devore, J. (2008). Probabilidad y estadística para ingeniería y ciencias. (7a. Ed.). México: Editorial Cengage Learning.

Euclides (1991). *Elementos, Libros I – IV*. Madrid: Editorial Gredos S.A.

Fowler, D. (1996). The binomial coefficient function.

- Greenwood y Yule (1920). An Inquiry into the Nature of Frequency Distribution of multiple happenings with particular reference to the occurrence of multiple attacks of disease or repeated accidents. *Journal of the Royal Statistical Society*.
- Grimaldi, R. (1998). *Matemática discreta y combinatoria. Una introducción con aplicaciones*. Prentice-Hall, México.
- Guicciardini, N. (2006). *La época del punto*.
- Hernández, H. (2006). El papel de la interpolación y la predicción en el cálculo. *Acta Latinoamericana de Matemática Educativa*. México: Comité Latinoamericano de Matemática Educativa.
- Hernández, H. y otros (2007). *La modelación matemática en el contexto de ingeniería civil a través de la interpolación y la predicción*. Camaguey, Cuba: Acta Latinoamericana de Matemática Educativa, Comité Latinoamericano de Matemática Educativa A.C.
- Hormigón, M. (2005). En torno al triángulo aritmético que algunos llaman de Pasca. *Revista Suma*.
- Katz, V. (2009). *A History of Mathematics: An Introduction*. Addison-Wesley. EE.UU.
- Kline, M. (1972). *El pensamiento matemático de la antigüedad a nuestros días*. Madrid, Editorial Alianza, Tomo I.
- Kline, M. (1994) *El pensamiento matemático de la antigüedad a nuestros días*. Alianza Universidad. Madrid. Tomo II.
- Mayor, A. (2002). La Escuela Nacional de Minas de Medellín y los orígenes de la Estadística en Colombia, 1900 – 1940. En: *Revista Colombiana de Estadística*, volumen 25, número 2, pp. 73 a 96.
- Michel, J.J. (2010). El binomio de Newton y la Venus de Milo. *Revista Aesthethika*, volumen 5, número 2.
- Ruiz, C. (2009). *El razonamiento matemático de Mendel*. México: Revista Ciencias, Facultad de Ciencias, UNAM.
- Sánchez, E. y Landin, E. (2011). Fiabilidad de una jerarquía para evaluar el razonamiento probabilístico acerca de la distribución binomial. España: Sociedad Española de Investigación en Educación Matemática.
- Savage, L. (1971). *The Foundations of Statistics*. Editorial. Dover, New York.
- Veerarajan, T. (2008). *Matemáticas discretas. Con teoría de gráficas y combinatoria*. Mc Graw Hill, México.

Capacidades de Innovación Empresarial en las Mipymes¹ vinculadas al Programa Alianzas para la innovación de la Cámara de Comercio de Palmira – Valle del Cauca

Edwin Gilberto Giraldo Henao²

Ana Cristina Galvis Galvis³

Jeniffer Renteria Torres⁴

Isabel Cristina Quintero⁵

RESUMEN

Según el Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (WEF), Colombia ha conservado durante los últimos años la misma posición en temas de competitividad sin evidenciar una mejoría significativa. La innovación es un eje fundamental del desarrollo y crecimiento económico de las empresas que buscan mantenerse vivos en un mundo cada vez más globalizado y en constante cambio. La presente propuesta de investigación tiene como objetivo principal, diagnosticar las capacidades de Innovación Empresarial en las Mipymes vinculadas al Programa Alianzas para la Innovación de la Cámara de Comercio de Palmira – Valle del Cauca en el 2017. Con ello, se aspira contribuir a la meta del gobierno nacional plasmada en su PND 2014 – 2018 mediante la cual pretende que Colombia sea uno de los países con mayores índices de competitividad y productividad. Para ello se generará, una investigación mixta con estudios descriptivos de corte transversal, tomando como población 50 Mipymes de la ciudad de Palmira que han participado en las versiones 2015 y 2016 en el programa mencionado anteriormente teniendo como muestra el 50% de la población.

Palabras clave: Capacidades, Ecosistema de Innovación, Mipymes, Competitividad, Alianza.

ABSTRACT

¹ Micro, pequeña y mediana empresa (Mipymes)

² Docente, PhD @en Ciencias Sociales Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones, Colombia, edwingilberto.giraldo@upb.edu.co

³ Docente, Estudiante MBA, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, Colombia, anacristina.galvis@upb.edu.co

⁴ Estudiante MBA, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, Colombia, jeniffer.renteria@upb.edu.co

⁵ Docente, Magister en Administración, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones, Colombia, Isabel.quintero@upb.edu.co

According to the Global Index of Competitiveness of World Economic Forum (WEF), Colombia has retained during the last years the same position in the issues of competitiveness without evidencing a significant improvement. In addition, it is important to bear in mind that innovation is a fundamental axis of the development and economic growth of companies that seek to stay alive in an increasingly globalized and constantly changing world. The present research proposal has as main objective to diagnose the capabilities of Business Innovation in Msmes linked to the Alliances for Innovation Programme of the Chamber of Commerce of Palmira – Valle del Cauca in 2017. With this, it is hoped to contribute to the goal of the national government embodied in its PND 2014 - 2018, in which it aims to make Colombia one of the countries with the highest levels of competitiveness and productivity. To do so, a mixed research with cross-sectional descriptive studies will be generated, taking as a population 50 Mipymes from the city of Palmira that are members of the above mentioned program with 50% of the population as a sample.

Key Words: Capacities, ecosystem of innovation, MSMEs, competitiveness, Alliances.

INTRODUCCIÓN

Las tendencias cambiantes en un mundo empresarial globalizado obligan a las organizaciones a estar a la vanguardia de la implementación de procesos permanentes de innovación que les permita mantenerse en el mercado y explorar otras opciones para la sostenibilidad y competitividad. A partir de algunas experiencias generadas desde la Cámara de Comercio de Palmira a través del programa nacional Alianzas para la Innovación, se evidencia la necesidad de fortalecer las capacidades y la cultura para la innovación, potencializando la competitividad en las Mipymes quienes constituyen el motor del empleo en el país.

Cuando se habla de Mipymes es vital mencionar el término de innovación el cual es indispensable si se pretende obtener una ventaja competitiva y generar sostenibilidad en el mercado, se menciona el concepto brindado por uno de los autores más representativos, Porter (1990) indica que la innovación es una forma nueva de concebir las cosas que se comercializan, y que su proceso debe ir de la mano con el contexto estratégico y competitivo de la empresa. Es aquí donde se visualiza que la innovación abarca de manera integral toda la organización y no se concentra en una sola área o dependencia organizacional. Este concepto no es solo transformar los productos que ya existen o generar nuevos, sino que aborda nuevas formas en todo el proceso desde la producción hasta la venta final acompañada de servicios postventa, cuyo fin principal es generar valor agregado en toda la cadena productiva (Cámara de Comercio de Palmira, 2017).

Según el índice Mundial de la Innovación los países que encabezan el ranking en innovación son las que tienen más altos niveles de desarrollo y poseen unos ingresos elevados. En su informe del año 2016 los países que estaban en los primeros lugares fueron: Suiza, Suecia, el Reino Unido, EE UU, Finlandia y Singapur. En América latina y en el Caribe, los países que lideraron en temas de la innovación son: Chile, Costa Rica y México. (WIPO, 2016). En este grupo Colombia ocupa el puesto (63), por encima de Brasil (69), Perú (71) Argentina (81), Ecuador (100) y Venezuela en el puesto (120). Aunque logramos este puesto en el ranking, se evidencia que hay mucho por mejorar en el tema de innovación empresarial puesto que este informe demuestra que los países

latinoamericanos no han logrado avanzar en este ranking durante los últimos años por lo que se presume existen falencias en torno a la capacidad de innovación empresarial.

Al momento de generar procesos efectivos de innovación, las organizaciones deben desarrollar una serie de capacidades que va a contribuir a este fin, ellas son: Capacidad de Dirección Estratégica, de Investigación & Desarrollo, de Producción, de Mercadeo, de Aprendizaje Organizacional, de Gestión de Recursos y de Relacionamiento. (López González, 2009) Sin embargo, por sí solas las capacidades no van a impactar los procesos de innovación, estas deben ir acompañadas de cuatro componentes organizacionales indispensables, las tareas, los individuos, los acuerdos formales al interior de la organización y finalmente, la organización informal (Nadler & Tushamn, 1997).

Actualmente la Ciencia, Tecnología y la Innovación se constituye como la columna vertebral del progreso económico y la competitividad de los países. A pesar de que en los últimos 10 años el país tuvo un crecimiento aproximado del 40% en el monto invertido para las Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI), se debe duplicar la inversión si se pretende alcanzar la meta del 1% del PIB en el 2018. (Consejo Privado de Competitividad, 2017). Teniendo en cuenta que la competitividad se relaciona con la capacidad que tiene una empresa para competir con éxito en el mercado, creando valor para sus accionistas a la vez que satisface las necesidades de sus clientes, obteniendo un retorno superior sobre su capital invertido lo que aumenta su valor en el mercado, resulta fundamental el enfoque organizacional en la generación de ventajas competitivas, como resultado de estrategias exitosas que generan valores diferenciadores percibidos por los clientes y que son difíciles de imitar o igualar por parte de los competidores por un periodo de tiempo; este lapso está relacionado con la facilidad o dificultad que tengan dichos competidores para desarrollar las capacidades que le permitan igualar o superar la ventaja establecida por una empresa.

Normalmente una empresa que cuenta con una ventaja competitiva sostenible, está en la capacidad de generar mayor valor no solo para sus clientes sino también para los accionistas, por medio de la generación de altos rendimientos financieros, y esta ventaja es producto del desarrollo de capacidades estratégicas que van más allá de los recursos tangibles, como la capacidad de innovación y creatividad o la habilidad para romper esquemas tradicionales cuestionando permanentemente lo que hace hasta encontrar desarrollos que generan diferenciación.

MARCO TEÓRICO

Sobre el concepto de Innovación:

Al respecto, diversos autores han tratado el tema de la innovación, partiendo de la propuesta generada por Schumpeter que considera que la propia evolución es un proceso de innovación, hasta autores como Charituo & Markides, indicando la relación que tiene esta con la estrategia a nivel organizacional (López González, 2009).

La Salle, (2010) hace referencia a la innovación como todo cambio que agrega valor sin relacionar esto con el producto directamente sino de manera general, Porter, (1990) refuerza este concepto al indicar que el proceso de innovación se aplica de la mano con el contexto estratégico y

competitivo de la empresa, el OCDE y Eurostat, (2006) mediante el Manual de Oslo precisa que se considera innovación la introducción de un nuevo bien, servicio o proceso o estos mismos pero con mejoras significativas, al igual que un método de comercialización o de organización con aplicación a las áreas del negocio, por su parte, Drucker, (1994) aporta una visión más económica cuando indica que la innovación es un cambio que se genera en el ámbito económico y social y conlleva a un cambio en la conducta de los consumidores, productores y en general de los ciudadanos.

Las organizaciones como sistema, van construyéndose por medio de la interacción de las personas que la conforman, vinculando así sus procesos y procedimientos para lograr la meta esperada para la cual fue formada y brindando una completa satisfacción al cliente. Por medio de esta interacción se van identificando necesidades para mejorar los procesos y procedimientos, así como también los requerimientos del mercado; esto genera que las organizaciones busquen la mejor manera de obtener sus resultados. Así, “La innovación es un resultado de los procesos de aprendizaje y competitividad, los cuales en muchos casos se derivan de la experiencia” en el trabajo aplicado (Petillero, 2002, pág. 12)

Al revisar aspectos relacionados con innovación se encuentra con las definiciones y abordajes que giran alrededor de autores como Schumpeter que considera que: “El empresario es aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción; es decir, la persona que sea capaz de generar y gestionar innovaciones radicales dentro de las organizaciones o fuera de ellas” (SUÁREZ, 2004, pág. 3). Por lo tanto, las personas capaces de generar innovación en las Mipymes son todos aquellos que promueven las ideas innovadoras y parece estar en cabeza de los gerentes y/o propietarios que por lo general son personas que logran distinguir una oportunidad y la convierten en algo innovador, estas personas realizan un aporte valioso a la sociedad y transfieren el conocimiento a las áreas involucradas generando valor agregado al negocio y apoyando a las personas que lo conforman.

Así, Parra, (2011) hace referencia a los mitos que se presentan cuando de innovación se habla y que se convierten en algunos casos en paradigmas organizacionales: la innovación es, en gran parte sobre los productos, la innovación no es mi tarea, la innovación es riesgosa para la organización, la innovación es costosa, los viejos no pueden innovar, entre otros. Sin embargo, este autor no solo los identifica, sino que plantea tres etapas a implementar con el fin de superarlos: generación de la idea, desarrollo e implantación.

Sucesivamente, algunos autores hacen referencia a tipos de innovación, entre los más representativos se encuentran Schumpeter, Hamel y el OCDE y Eurostat.

Schumpeter, (1934) propuso cinco tipos de innovaciones:

- Introducción de nuevos productos.
- Introducción de nuevos métodos de producción.
- Apertura de nuevos mercados.
- Desarrollo de nuevas fuentes de suministros de materiales primas y otros insumos.- Creación de nuevas estructuras de mercado en un sector de actividad.

En el Manual de Oslo, se evidencian cuatro tipos de innovaciones (OCDE y Eurostat, 2006):

- Innovaciones en productos: Introducción de un bien o servicio nuevo o mejorado sustancialmente.
- Innovaciones en procesos: Nuevo o mejorado proceso de producción o distribución.
- Innovación de mercadotecnia: Nuevo o mejorado método de comercialización.
- Innovación de organización: Nuevo o mejorado método organizativo, de organización del lugar de trabajo o las relaciones que se forman en las organizaciones.

Por su parte, Hamel, (2008), hace referencia a varios tipos de innovaciones generando un escalafón, en su base se tiene la innovación operativa, seguidamente la innovación en productos y/o servicios, la innovación estratégica y finalmente en la cima la innovación administrativa.

Sobre capacidades para la Innovación Empresarial

En ese sentido, Renard & Saint-Amant, (2003) referencian la capacidad organizacional como la aptitud o habilidad que posee la organización con el fin de ejecutar sus actividades de manera efectiva haciendo uso de los recursos con los que dispone y generando valor para sus stakeholders.

Enfocando ya la atención en el tema como tal de capacidad de innovación empresarial, se observa que esta va de la mano con la capacidad de I+D (Investigación y Desarrollo) que se implementa en la organización pero no se puede dejar de lado diferentes competencias que se requieren desarrollar en diversas áreas funcionales como parte de su gestión. En ese sentido, en Beijing, China, los autores Yam, Guan, Pun, & Tang (2004) hacen claridad respecto a las capacidades necesarias a nivel organizacional para generar verdaderos niveles de innovación empresarial:

- Capacidad de Dirección Estratégica: Generación de diversas políticas y estrategias con el fin de construir una organización realmente innovadora.
- Capacidad de I+D: Capacidad para generar ideas y realizar una gestión efectiva de los proyectos en torno a I+D+i.
- Capacidad de producción: Capacidad para generar e implementar diversas innovaciones en los procesos de producción.
- Capacidad de Mercadeo: Según las necesidades del sector, la capacidad para dar a conocer las diferentes soluciones a las mismas.
- Capacidad de Aprendizaje Organizacional: Capacidad para realizar una gestión efectiva del conocimiento según los factores del entorno general y específico en el cual se encuentra inserta la organización.
- Capacidad de Gestión de Recursos: Gestión eficiente de los recursos (mano de obra, capital e insumos).
- Capacidad de Relacionamiento: Según la estrategia organizacional, es la habilidad que se tiene para formar parte de los diferentes sistemas de innovación a nivel internacional, nacional, regional y sectorial.

Y es a través de las personas que se generan e implementan dichas capacidades, por esto Nadler & Tushamn, (1997) referencian cuatro componentes de la organización indispensables para generar

la transformación necesaria con el fin de apropiar los procesos de innovación empresarial: las tareas, los individuos, los acuerdos formales al interior de la organización, y finalmente, la organización informal.

Sobre modelos de estudio de capacidades de innovación

En ese sentido, Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión, (2009), da a conocer un cuestionario para evaluar las innovaciones en cualquier tipo de organización, así como la aplicación de un modelo de gestión de la innovación. Indicando que el cuestionario puede ser aplicado por cualquier profesional mientras que el modelo requiere que sea un profesional con conocimientos previos en la materia. Ambos se han estructurado a partir de criterios y subcriterios, analizando el enfoque, despliegue, resultados y evaluación de diversos aspectos así como la identificación de puntos fuertes o áreas de mejora en cada aspecto.

Por su parte, Instituto Catalán de Tecnología, (1999) plantea un test para evaluar la capacidad de innovación de las empresas, gira en torno a 20 cuestiones que se plantean allí. Es una invitación a conocer los puntos fuertes y débiles de la empresa en temas de innovación, constituyéndose como un excelente insumo toda vez, que no solo evalúa la innovación como tal sino la capacidad para crear teniendo en cuenta los factores internos de la organización que influyen en ellos.

Así mismo, Robledo, López, Zapata, & Pérez, (2010), desarrollan una metodología para evaluar las capacidades de innovación a través de lo planteado por Nadler & Tushman, (1997) y presenta una caracterización de diversas capacidades mediante una métrica del Modelo de Madurez de Capacidades (CMM) de igual modo, da a conocer un instrumento para la implementación de entrevistas semi-estructuradas.

Seguidamente, Fernández Jardón, (2012) manifiesta cómo la capacidad de innovación empresarial es la que permite que las organizaciones innoven y generen una ventaja competitiva frente a los diferentes competidores que se presentan en el sector, cuyo entorno compuesto por unos factores internos y externos son los que condicionan dicha capacidad. Mediante este artículo, Fernández pretende demostrar que el capital intelectual interno y la gestión de recursos y relaciones territoriales influyen en la capacidad de innovación. Como resultado se propone elaborar políticas de apoyo a la innovación empresarial.

En esa misma línea, Anllò, y otros, (2014) miembros del Banco Interamericano de Desarrollo, dan a conocer un manual con las respectivas sugerencias para la aplicación de una encuesta que mida la innovación. En términos generales evalúa, datos generales, variables de desempeño de la empresa, recursos humanos, estrategias para la innovación (Actividades I+D, Actividades de innovación, fuente de financiamiento, Innovaciones logradas en productos, servicios y procesos, Cambio organizacional y de comercialización, Factores determinantes del cambio) impacto, apropiabilidad (protección intelectual), vinculaciones y fuentes de información, instrumentos públicos, obstáculos para la realización de actividades de innovación, Acceso a TIC y uso de las mismas. Este se constituye como una excelente fuente de información en el momento en que se pretenda evaluar la innovación como tal.

METODOLOGÍA

Se plantea una investigación mixta, con estudios descriptivos de corte transversal, ya que mediante esta se conocen las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción correspondiente de las actividades de las Mipymes con respecto a las capacidades de innovación empresarial que les contribuya a explotar estas capacidades y generen una mayor eficiencia, además de realizar observaciones objetivas mediante los datos obtenidos.

Muestra

La población objeto de análisis son 50 Mipymes vinculadas al Programa Alianzas para la Innovación de la Cámara de Comercio de Palmira, en sus versiones 2015 y 2016, 25 y 25 respectivamente, la muestra a emplear será el 50% de la población.

Técnica de recolección de información

Según el tipo de estudio propuesto se implementará como técnica de recolección de información:

Encuesta: Aplicación del cuestionario estructurado a los gerentes de las mipymes.

El instrumento de recolección de datos será basado en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), las capacidades de innovación planteadas por Yam, Guan, Pun & Tang (2004) y las dimensiones organizacionales que contribuyen a la innovación planteadas por Nadler & Tushamn (1997) citados por Cristina Lopez en el 2009

El cuestionario consta de 153 preguntas cerradas y dos abiertas. Estructuradas en dos categorías, la primera hace alusión a las características empresariales de estas Mipymes con dos subcategorías, datos generales y caracterización de la dirección, donde se encuentran 36 preguntas. Las restantes dan respuesta a la categoría de Capacidades de Innovación Empresarial, agrupadas en Capacidad de Dirección Estratégica, Capacidad de Investigación & Desarrollo, Capacidad de Producción, Capacidad de Mercadeo, Capacidad de Aprendizaje Organizacional, Capacidad de Gestión de Recursos y finalmente la Capacidad de Relacionamiento, transversal a cada una de ellas se encuentra las siguientes dimensiones organizacionales que contribuyen a la innovación: estrategias y resultados, la organización formal, la organización informal, la tecnología y las personas.

Para la aplicación de este cuestionario se dispone de una App financiada por el proyecto “Programa para la innovación empresarial de Mipymes” para ello, se generaron citas presenciales con cada uno de los empresarios. Respecto a la tabulación de esta información se está realizando por una Empresa Consultora también financiada por la UPB Seccional Palmira.

Respecto a la estrategia para el análisis de la información, se esta realizando con base en la tabulación de la información generada por la empresa consultora y en cada una de las capacidades de innovación empresarial planteadas por Yam, Guan, Pun & Tang (2004) y las dimensiones

organizacionales que contribuyen a la innovación planteadas por Nadler & Tushman (1997) citados por Cristina Lopez en el 2009.

Resultados

Es importante resaltar que los resultados aquí planteados son parciales, toda vez que es una investigación aún en curso.

La innovación empresarial marca el nivel de competitividad de las empresas y para analizar las Mipymes que participaron en el proyecto alianzas para la innovación empresarial de la cámara de comercio en la versión 2015 y 2016, se tuvieron en cuenta los componentes de la gestión empresarial como lo son:

- Las funciones administrativas
- Recursos físicos y tecnológicos
- Los factores relacionados con la competitividad: innovación, pensamiento estratégico, actitud emprendedora, planeación estratégica.

En la actualidad, las organizaciones se enfrentan a varios retos para llegar a desarrollar capacidades necesarias para la evaluación aplicada las cuales son el direccionamiento estratégico, producción, marketing, innovación y desarrollo; aprendizaje organizacional, manejo de los recursos y relacionamiento. Con ello se busca lograr un alto nivel de competitividad y dar al mercado lo que necesita, desea y exige.

Para identificar que las organizaciones puedan llevar a cabo un proceso de innovación efectivo y que conlleve a examinar las capacidades que se poseen dentro de la misma en las Mipymes de la ciudad de Palmira, se está aplicando el marco para la medición de la innovación del Manual de Oslo a continuación: (figura 1)

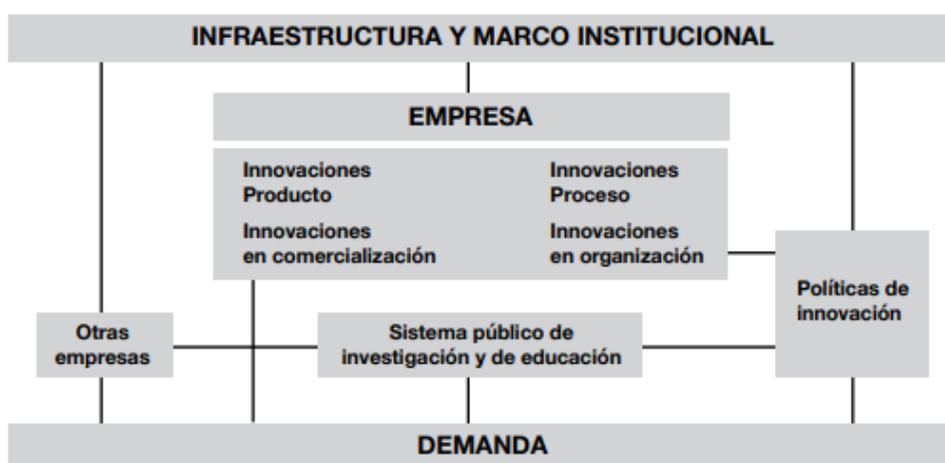


Figura 1: Marco para la medición de la innovación Fuente: Manual de Oslo

Este marco nos da un panorama global y nos permite identificar factores importantes de las diferentes actividades que facilitan los procesos de innovación, para la realización de este avance se tomó una muestra de 13 encuestas aplicadas, correspondiente a las empresas participantes en el año 2015; se ha podido evidenciar aspectos que ayudan a dar un panorama general en cuanto a las actividades que conllevan a las capacidades de innovación empresarial. Como primer punto se realiza la caracterización de la empresa a continuación. (Tabla 1)

Caracterización de las empresas		Porcentaje de Mipymes
Tipo de ente	Persona natural	23%
	Persona jurídica	77%
Tamaño de la empresa	Microempresa	69%
	Empresa pequeña	31%
El gerente es el mismo propietario	Sí	100%

Tabla 1. Caracterización de las empresas. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la caracterización el 77% de las Mipymes se encuentran establecidas como entes jurídicos, 60% como microempresas y en toda la muestra el gerente es el mismo propietario. Por su parte, dentro de las principales barreras que se evidenciaron como obstáculos para generar procesos de innovación al interior de las Mipymes, se encuentra en primer lugar la obtención de capital de trabajo con un 22%, seguido del desconocimiento de los trámites y beneficios tributarios para la innovación con un 17%, un 13% tanto para reclutar el personal adecuado como para la capacidad de investigación & desarrollo, un 9% para la capacidad de mercadeo, un 7% tanto para el direccionamiento de la empresa como para la capacidad de relacionamiento con el entorno y finalmente un 6% tanto para los trámites legales y burocráticos para la organización así como para la capacidad de aprendizaje y gestión del conocimiento.

En cuanto a las capacidades de innovación empresarial que presentaron las Mipymes encuestadas se evidenció lo siguiente:

Capacidad	Desarrolla Actividades Tendientes a ⁶ :	No Desarrolla Actividades Tendientes a ⁷ :
Dir. Estratégico	62%	38%
Producción	85%	15%
I+D	56%	44%

⁶ Entiéndase esta columna como el porcentaje de Mipymes que desarrollan actividades tendientes a cada una de las capacidades enlistadas en cada fila

⁷ Entiéndase esta columna como el porcentaje de Mipymes que NO desarrollan actividades tendientes a cada una de las capacidades enlistadas en cada fila

Relacionamiento	14%	86%
Aprendizaje	16%	84%
Gestión de Recursos	54%	46%
Mercadeo	48%	52%

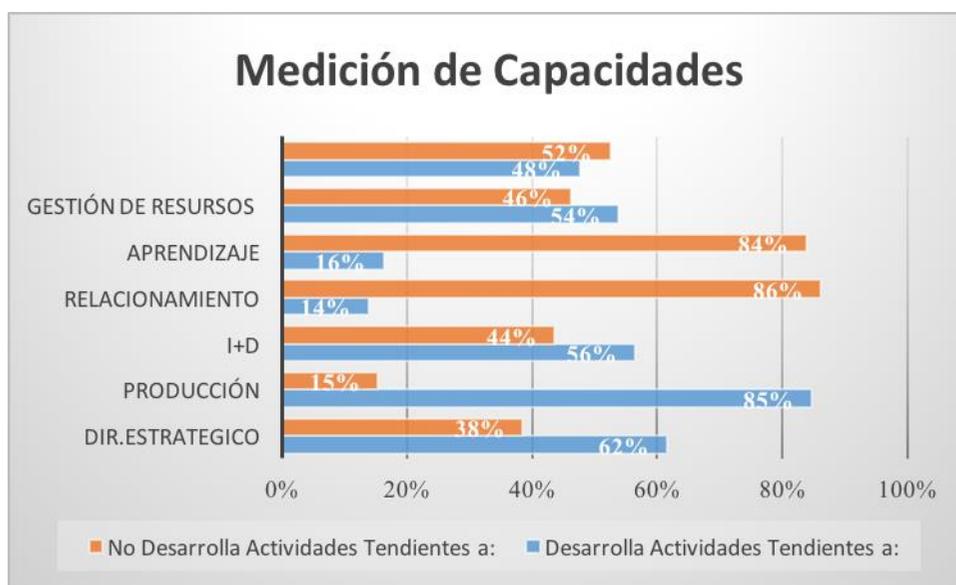
Tabla 2. Capacidades de innovación empresarial. Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultados

Las Mipymes encuestadas han apuntado a la innovación mediante métodos empíricos, algunas de ellas han aprovechado las alianzas con otras organizaciones para fortalecer y mejorar su productividad.

Se identifican las principales barreras que enfrentan las Mipymes día a día a la hora de pretender generar procesos efectivos de innovación, así se evidencia que el principal obstáculo es el capital de trabajo que requieren para ello, como también el desconocimiento de los trámites y beneficios de la innovación, entre otras, esto demuestra la necesidad de que las Mipymes se empoderen más del tema y se enteren de los diversos programas y ayudas que el gobierno a través de diferentes entidades ofrecen para incentivar la innovación, no se deben sentir solos por su desconocimiento.

En la siguiente gráfica se muestra cómo se encuentran las Mipymes en relación a cada una de las capacidades de innovación empresarial planteadas por (Yam, Guan, Pun, & Tang, 2004) teniendo de manera transversal las dimensiones planteadas por (Nadler & Tushamn, 1997)



Gráfica 1. Capacidades de innovación empresarial. Fuente: Elaboración propia.

Se identifica que los porcentajes más altos en cuanto al desarrollo de actividades que benefician diversas capacidades se presenta en las capacidades de producción y de direccionamiento

estratégico, mientras que entre sus capacidades más débiles o menos desarrolladas se encuentran las capacidades de aprendizaje y de relacionamiento. Nuevamente es un llamado para que las Mipymes fortalezcan estas capacidades siendo conscientes de que no deben contar con todo el capital necesario para ejecutar una a una estas actividades, sino que generen diversas alianzas estratégicas que les permitan aprovechar las fortalezas de cada uno de los actores.

Esto lleva a deducir que aún es largo el camino que deben recorrer las Mipymes si desean generar procesos efectivos de innovación, sin que esto se constituya como un esfuerzo adicional sino que sea algo normal en sus procesos diarios.

Muchas empresas, como Nacional de Chocolates, Alpina, Tesamérica, PSL, Integral Ingenieros Consultores, Sofasa, Favidrios, entre otras, están en el camino de la innovación y son ejemplo de éxito en el ámbito empresarial lo que evidencia la evolución de las Mipymes y grandes empresas en el desarrollo de las capacidades de innovación empresarial; convirtiéndose en referentes para las Mipymes Palmiranas que desean incursionar en estos temas, en la muestra encuestada tan solo el 38% de las Mipymes han desarrollado procesos de Benchmarking con el fin de aprender de los mejores, lo que evidencia serias falencias y desaprovechamiento de la curva de aprendizaje de quienes ya han recorrido estos caminos, se hace un llamado a las Mipymes para que aprovechen estas oportunidades.

Para llegar a la excelencia las Mipymes deben responder al mercado de forma rápida y efectiva; acudiendo a grupos interfuncionales que les permitan tomar acciones frente a las oportunidades que se presentan, las amenazas potenciales y convertir estos escenarios en fuentes de ventajas competitivas. Las Mipymes encuestadas son conscientes de esto y el 54% de ellas desarrollan en su interior dinámicas que propenden por el despliegue de dichos grupos.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta las tendencias mundiales en la gerencia contemporánea las Mipymes tienen un gran reto en fortalecer los procesos organizacionales que permitan evidenciar un avance significativo en lograr las capacidades en su gestión y demostrar importantes resultados en materia de Innovación.

Las intervenciones realizadas en la presente investigación colocan en evidencia la falta de planeación estratégica que permita abordar los problemas de fondo en la falta de capacidad innovadora de las organizaciones y que estas permitan mejorar significativamente en los indicadores de competitividad.

Lo anterior deja en evidencia factores relevantes como la debilidad en la apropiación de modelos gerenciales en toda la estructura de la organización, soportado en los resultados de la falta de capacidades de aprendizaje y relacionamiento que deben tener las organizaciones vistas en sus estructuras sistémicas.

Las argumentaciones conceptuales en torno a capacidades innovadores y factores relevantes en términos de competitividad dejan retos importantes a las Mipymes, como lograr ser actores

protagónicos en los ecosistemas de innovación que son los catalizadores para impactar poderosamente en el desarrollo de las regiones, el análisis profundo de estos ejercicios conceptuales permitirán de manera estratégica contextualizar las realidades locales en torno a la capacidad que se tiene para ser vista como una de las regiones con mejores indicadores de competitividad. Esto implica que nuestras Mipymes requieran apoyo de manera permanente, sistémica y en un entorno propicio para el aprendizaje colectivo, el intercambio de experiencias y el trabajo colaborativo.

BIBLIOGRAFÍA

Consejo Privado de Competitividad. (10 de abril de 2017). Informe Nacional de Competitividad 2016 - 2017. Obtenido de <http://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2016-2017/>

Anllò, G., Crespi, G., Lugones, G., Suárez, D., Tacsir, E., & Vargas, F. (2014). Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de Manual para la implementación de encuestas de innovación: <https://publications.iadb.org/handle/11319/6638?locale-attribute=es>

Cámara de Comercio de Palmira. (18 de Febrero de 2017). Innovación. Obtenido de <http://www.ccpalmira.org.co/portal/innovacion>

Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión. (2009). Guía para la Autoevaluación de la Gestión de la Innovación Empresarial. Instituto Andaluz de Tecnología.

Drucker, P. (1994). La Sociedad Postcapitalista. Bogotá : Norma.

Fernández Jardón, C. M. (2012). Determinantes de la Capacidad de Innovación en Pymes Regionales. Rev. ADM. UFSM, Santa María, 749-766.

Hamel, G. (2008). El Futuro de la Administración. Bogotá: Norma.

Instituto Catalán de Tecnología. (1999). Test de Innovación Empresarial. Instituto Catalán de Tecnología.

La Salle, R. (2010). Piensa en lo Nuevo. López Vega, Ricardo Andrés.

López González, C. (2009). Desarrollo de una Metodología de Evaluación de Capacidades para Gestión de Innovación. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/2158/1/43207541.2009.pdf>

Nadler, D., & Tushman, M. L. (1997). The Power of Organization Architecture. Oxford: Oxford University Press.

OCDE y Eurostat. (2006). Manual de Oslo. TRAGSA.

Parra, I. D. (2011). Innovación: Conceptos, Procesos, Mitos y Realidades. Medellín: Universidad de Antioquia.

Petillero, M. M. (2002). Recursos y Resultados de los sistemas de Innovación: Elaboración de una tipología de sistemas regionales de Innovación en España. Obtenido de <http://eprints.ucm.es/6800/1/34-02.pdf>

Porter, M. E. (1990). La Ventaja Competitiva de las Naciones. New York: Free Press.

Renard, L., & Saint-Amant, G. (2003). Capacité, capacité organisationnelle et capacité dynamique: une proposition de définitions. Les cahiers du Management Technologique.

Robledo, J., Lòpez, C., Zapata, W., & Pèrez, J. D. (2010). Desarrollo de una Metodología de Evaluaciòn de Capacidades de Innovaciòn. Perfil de Coyuntura Econòmica, 133-148.

Schumpeter, J. (1934). The theory of Economic Development. Cambridge: Harvard University Press.

SUÁREZ, O. M. (25 de 08 de 2004). SCHUMPETER, INNOVACION Y DETERMINISMO TECNOLÓGICO. Pereira, Colombia.

WIPO, O. M. (2016). Índice Mundial de la Innovación. Obtenido de http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf

Yam, R. C., Guan, J. C., Pun, K. F., & Tang, E. P. (2004). An audit of technological innovation. Research Policy, 1123 - 1140.

El entorno económico regional y flujos de efectivo del sector industrial para el departamento de Risaralda (Colombia)

Gabriel Eduardo Escobar Arias¹

Jairo Carmona Grajales²

Jairo Toro Díaz³

RESUMEN

Objetivo: establecer la relación que existe entre los flujos de efectivo de las empresas de Risaralda del sector industrial que reportaron estados financieros a la Superintendencia de Sociedades durante el período 2002-2011 y el producto interno bruto regional (PIB).

Metodología: la investigación se realizó en una primera fase, depurando las cuentas de flujos de efectivo de financiación, inversión, operación y flujo de efectivo total de las bases de datos obtenidas de la superintendencia de sociedades, desde una perspectiva meramente documental y descriptiva. En una segunda instancia, establecer posibles correlaciones con las series de tiempo de las variables económicas anteriormente descritas, mediante la aplicación de índices de correlación y modelos de regresión usando paquetes estadísticos como el SPSS y herramientas informáticas como Excel.

Resultados: no se encontró una correlación significativa entre los flujos de efectivo con el crecimiento económico regional representado por el PIB, aunque el sector industrial sigue aportando al PIB, ha sido desplazado por sectores como los servicios y el comercio como artífices del crecimiento.

Conclusiones: los flujos de efectivo presentaron unas correlaciones de significancia muy bajas con las variables del entorno económico regional. Asimismo, los flujos de efectivo netos mostraron variaciones que generaron recursos relacionados con la liquidez de las empresas.

Palabras claves: Flujos de efectivo, variables económicas, Índices Financieros, Sector Industrial de Risaralda

¹ Doctor en Ingeniería Industrial y organizaciones Profesor investigador grupo de Investigación en Empresariado. Miembro de la línea de Contabilidad y finanzas – Universidad Autónoma de Manizales- gabrieledo@autonoma.edu.co

² Magister en Administración, Profesor investigador grupo de Investigación en Empresariado Universidad Autónoma de Manizales. Miembro de la línea de Contabilidad y finanzas – jcarmona@autonoma.edu.co

³ Doctor en Administración y Dirección de Empresas - Profesor investigador grupo de Investigación en Empresariado. Miembro de la línea de Contabilidad y finanzas – Universidad Autónoma de Manizales- jtorod@autonoma.edu.co

INTRODUCCIÓN

El artículo hace un acercamiento a la realidad financiera de las empresas del eje cafetero, el grupo de empresariado de la Universidad Autónoma de Manizales (Colombia), desarrolla un estudio de los flujos de efectivo de algunas empresas del departamento de Risaralda en el sector industrial durante el periodo 2002-2011, específicamente en sus flujos de efectivo de operación, financiación e inversión, para determinar posibles relaciones con el entorno económico regional durante los mismos años de observación. Dicho entorno representado por variables económicas tales como el Producto Interno Bruto (PIB), la tasa de desempleo, índices financieros como Índice de precios al consumidor (IPC), Tasa representativa del mercado (TRM) y Depósito a término fijo (DTF).

Este estudio es continuación de los procesos investigativos desarrollados al interior del grupo de Empresariado de la UAM® y que continúan con un descripción de la realidad financiera de las empresas de la región, para lo cual se realizó un estudio de los flujos de efectivo de algunas empresas del departamento de Caldas para el sector comercial, industrial, de servicios y agropecuario, durante el periodo 2002 - 2010 en sus estructuras de operación, financiación e inversión y se determinó su relación con algunas variables macroeconómicas durante el mismo periodo de tiempo, para lo anterior también se trabajó con base en la información de las empresas de Caldas y los sectores económicos suministrado por la Superintendencia de Sociedades .⁴

En la investigación mencionada anteriormente, se demostró cómo al relacionar los flujos de efectivo neto del sector industrial con el producto interno bruto regional, las correlaciones arrojaron resultados poco significativos, demostrando que este sector no es de gran importancia para el desarrollo de este indicador macroeconómico. Adicionalmente, de acuerdo al informe de coyuntura económica regional de Caldas del año 2002, no se consolidó durante el inicio de la década un crecimiento destacado de dicho sector influenciado por la baja dinámica tanto el sector externo como el café; teniendo en cuenta que este producto fue el gran dinamizador de la economía regional durante varias décadas y que aún sigue siendo gran aportante al crecimiento de la región.

Para el estudio de los flujos de efectivo y sus posibles relaciones con variables macro económicas regionales, se debe tener en cuenta la importancia que dichos flujos tienen para las finanzas, siendo información importante para la toma de decisiones empresariales tales como las mencionadas por Solomon (1972), decisiones de financiación, operación, inversión y pago de dividendos, decisiones enfocadas hacia la creación de valor y permanencia de la empresa en el mercado.

De acuerdo con el reporte de fondos, liquidez y flexibilización financiera, en algunos países los entornos económicos donde se desenvuelven las empresas, están marcados por altas tasas de interés en el mercado y ello conlleva que las entidades revelen altos niveles de utilidades y bajos niveles de caja, con lo cual se genera una preocupación por la utilidad y análisis real de la información a partir de los estados financieros. Por este motivo, se implementó en Colombia a partir de los años ochenta, la presentación de los flujos de efectivo como un estado financiero adicional para mejorar el análisis de la información generada por la contabilidad. En estos flujos de efectivo, se diferenciaron las actividades de operación, financiación e inversión, con el objeto de formular y

⁴ Conforme a la norma colombiana regida por el decreto Nro. 4350 de 04 de diciembre de 2006, se determinan las personas jurídicas y sociedades sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de Sociedades.

pronosticar los resultados de caja y así complementar la información que se presenta en otros estados financieros, como el balance general, el estado de resultados y los cambios en el patrimonio.

Los flujos de efectivo entre otras utilidades, ayudan a determinar de dónde provienen los recursos y cuál es su utilización y son base fundamental para determinar la liquidez y crecimiento de la empresa, así como también el valor de la organización y las decisiones de tesorería en sus inversiones de largo como de corto plazo. También a partir de estos es que las entidades financieras toman la decisión de otorgarle recursos monetarios a las empresas para su inversión y operación; por lo tanto, los flujos de efectivo se convirtieron más en una herramienta gerencial más que en un simple estado financiero que arroja información contable y en la medida en que el resultado de los mismos se pueda relacionar con el entorno económico, las decisiones que allí se tomen, tendrán un mayor fundamento para tratar de determinar el sendero que debe tomar la empresa, de acuerdo con las relaciones que presenten los diferentes flujos de efectivo con el entorno en el cual se desenvuelve la organización. Conforme a los anteriores planteamientos, surgió la siguiente problemática:

¿Existe alguna relación significativa entre los flujos de efectivo de las empresas del sector industrial del Departamento de Risaralda (Colombia) que reportaron estados financieros a la superintendencia de sociedades durante el periodo 2002 – 2011 y el comportamiento de las variables del entorno económico regional durante los mismos periodos de tiempo?

Para dar respuesta a la anterior pregunta de investigación, se plantearon los siguientes objetivos: **Objetivo general:** Establecer la relación que existe entre los flujos de efectivo de las empresas de Risaralda (Colombia) del sector industrial que reportaron estados financieros a la Superintendencia de Sociedades durante el período 2002-2011 y el Producto Interno Bruto regional (PIB). Entre los alcances del estudio se buscó las posibles relaciones existentes entre las variables Producto Interno Bruto regional (PIB), Tasa de Desempleo (TD), Tasa de Captación de depósitos a término fijo (DTF), el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y la Tasa Representativa del Mercado (TRM) con la variación de los flujos de efectivo de las empresas del sector industrial de Risaralda, que reportaron a la Superintendencia de Sociedades en el período 2002-2011. De la misma manera, determinar si las empresas del sector industrial estaban generando resultados positivos o negativos en sus flujos de efectivo generados desde la actividad principal u otras actividades así como establecer si fueron o no rentables en el periodo de análisis.

Una vez planteados los alcances del estudio, se abordan dos conceptos esenciales para entender el tema central de investigación: flujos de efectivo y entorno económico.

MARCO TEÓRICO

Los Flujos de Efectivo: es de real importancia la preparación de ciertos estados financieros para la evaluación y funcionamiento de las organizaciones y el estado de flujo de efectivo es uno de ellos, el cual le provee información al analista financiero para conocer los orígenes y aplicaciones de los recursos financieros dentro de la organización. También se utiliza para pronosticar los fondos futuros del mediano y el largo plazo, a diferencia de la preparación del presupuesto de caja que permite establecer el pronóstico de los recursos a corto plazo, Gitman (1978). Las finanzas aparte de ser un resultado del corto plazo, también lo son del largo plazo y la planeación financiera es una

herramienta fundamental para este proceso, ya que como lo señala el autor García (1999), las empresas para el cumplimiento del objetivo básico financiero, el cual es un concepto de largo plazo, deben permanecer y crecer. Es por esto que el estado de flujo de efectivo es herramienta fundamental para la toma de decisiones del largo plazo al interior de las organizaciones.

Para Weston y Copeland, (1995) La comisión de principios de contabilidad financiera formuló la necesidad de construir un estado financiero que mejorara la información arrojada por los estados financieros básicos como son el balance general y el estado de resultados, este estado se denominó estado de flujos de efectivo, el cual fue de obligatoria presentación para las empresas a partir del año 1987. Los flujos de efectivo se presentan en tres categorías: el flujo de efectivo de las actividades de operación, de las actividades de inversión y de las actividades de financiación. Esta adopción se realizó ya que es de vital importancia para los empresarios determinar si la actividad principal a la cual se dedica la empresa está generando efectivo o de forma contraria se hace necesario realizarle una inyección de recursos para que la empresa pueda operar normalmente y sin contratiempos.

El flujo de efectivos se ha convertido en una herramienta clave para la toma de decisiones empresariales, pues explica de dónde provienen los movimientos de dinero que se realizan dentro de las actividades claves de la empresa, como también de funciones alternas.

Los flujos de efectivo se dividen en tres: flujo de efectivo de las operaciones, de las actividades de financiación y de las actividades de inversión, que al ser sumados dan como resultado el Flujo de Efectivo Total.

Se entiende por flujo de efectivo de operaciones, a las entradas y salidas de efectivo por ejercer la actividad principal del negocio, es decir, producto de la fabricación y venta de unos bienes o por la comercialización o la prestación de un servicio. El Flujo de Efectivo de las Inversiones, muestra la entrada y salida de recursos monetarios producto de diferentes actividades de inversión diferentes a la actividad principal, un ejemplo de ello, podría ser los intereses de los depósitos bancarios a través de diferentes productos financieros. El Flujo de Efectivo de Financiación muestra las entradas y salidas de recursos monetarios que se dan al interior de la organización por parte de terceros, dueños o accionistas.

El cálculo de los flujos de efectivo se pueden realizar a través de la construcción del EFAF (Estado de Fuentes y Aplicaciones de Fondos), estado financiero que muestra de dónde salen los recursos monetarios de la organización y cuál fue la utilización que se le dio a cada uno, para así determinar el rumbo que se le da a cada uno de los dineros, ya sea que se destinaron a su actividad principal, en las actividades de financiación o de inversión. En el EFAF se comparan diferentes estados financieros (Balance General y Estado de Resultados) consecutivos en su periodicidad, para poder conocer así la fuente y la utilización de los recursos.

Una empresa puede obtener recursos con aportes de capital de los dueños, con créditos externos, con venta de activos fijos, con la emisión de acciones y a través de la Generación Interna de Fondos (GIF) que se refiere a recursos que se generan al interior de la organización por ejercer la actividad principal del negocio y otras actividades alternas como lo son la financiación y las inversiones. Todos

los anteriores rubros son los llamados fondos, entendiendo por estos, aquellos recursos económicos de que la empresa dispone o espera obtener para su normal funcionamiento.

El establecimiento de los flujos de efectivo futuros de las empresas, se basa en la información interna de las mismas, es decir, haciendo uso de elementos bases de los estados financieros como son los ingresos, el capital de trabajo, las inversiones, entre otros.

Una vez comprendidos los conceptos sobre flujos de efectivo, estos no solo son determinados por variables intrínsecas de la empresa sino, influenciados por el entorno regional, sectorial y de país donde se desempeña la misma, para lo cual se hace necesario realizar una revisión del entorno económico y las variables que lo componen.

Entorno Económico: el término “PIB” fue introducido al mundo por el economista Simón Kuznets [1901-1985] investigador centrado en el análisis de los ciclos económicos y en los estudios cuantitativos. Para el autor Dornbusch (1994), el producto interno bruto (PIB), “es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos por un país en un determinado periodo”. En la medida que una economía produce, viviendas, discos, vehículos, maquinaria, prendas de vestir, presta servicios de peluquería, salud, educación, etc. Al igual que Delong (2003), quien aborda también el término antes descrito.

El PIB depende de variables como el consumo, las inversiones y el sector externo principalmente, es decir, que de acuerdo al resultado o desempeño de estas variables depende el incremento o decremento del PIB. El consumo, está compuesto principalmente por la demanda de bienes y servicios por parte de las economías domésticas los cuales adquieren toda clase de productos y servicios como alimentos, educación, servicios públicos, transporte, vivienda, etc. Este consumo se da de acuerdo a la capacidad que tienen los habitantes de un país para adquirirlos. Esta capacidad se determina principalmente por el ingreso de las familias y el nivel de inflación de las economías.

La inversión se puede definir como “el incremento de la capacidad de la economía para producir en el futuro” Fisher (1925). Esta inversión es fundamental, ya que es la que genera los recursos para el futuro, las empresas también realizan inversiones para el incremento de sus ingresos proyectados a largo plazo.

Este rubro es fundamental dentro de las economías, debido a que es la variable principal que garantiza el crecimiento económico hacia el largo plazo, el consumo aporta al crecimiento del PIB, pero solamente en el corto plazo ya que este tipo de gasto no produce rendimientos o lo que comúnmente conocemos como rentabilidad, mientras que la inversión es la garantía para el logro de ingresos hacia el largo plazo por parte de las economías.

Las exportaciones netas, son el resultado de las exportaciones menos las importaciones, siendo también una variable fundamental para incrementar el valor del PIB, en la medida que los bienes y servicios que sean producidos al interior de la economía y sean consumidos en otros países, esto aumenta la producción interna, debido a que hace que aumenten los ingresos para la economía. Solow (1956) presenta un modelo básico inicial, donde indica que el PIB es igual a un parámetro de productividad multiplicado por la cantidad de capital y número de trabajadores que hay en la economía. Y en la medida que el capital aumente con un nivel de trabajadores constante, se

obtendrá como resultado un incremento en el PIB. El modelo demuestra como en aquellas economías donde hay un buen nivel de ahorro e inversión el PIB crece en una mayor proporción que en aquellas economías donde el nivel de inversión es muy bajo.

Antúnez, (2009) muestra otro modelo de crecimiento relevante, el cual es planteado por (Kaldor, 1976) en su teoría, afirma que la tasa de crecimiento de una economía tiene una relación positiva con el sector manufacturero, considerándose así el motor del crecimiento. Kaldor se enfocó de igual forma en el papel del ahorro en la economía exponiendo que la tasa de beneficio que posee una sociedad, depende de la propensión al ahorro que se tenga respecto de acuerdo al nivel renta. El modelo de crecimiento planteado por Kaldor defendió la teoría que decía que aquellas regiones pertenecientes a un país donde prevalece el libre movimiento de los factores productivos, las restricciones a nivel de demanda tienden a frenar la expansión económica. El problema del crecimiento económico se relaciona en gran medida con el suministro eficiente de un conjunto bastante amplio de bienes públicos, es decir, en este modelo de crecimiento la principal dificultad para el desarrollo de una región no son los pocos incentivos por el contrario la escasez de recursos.

Modelos de crecimiento como el de Kaldor intentan dar explicación a las diferencias en los ciclos económicos de un país. Estos se definen como ascenso y descensos, es decir, fluctuaciones que se presentan de forma recurrente en la actividad económica global, dentro de un periodo determinado. Las fases de los ciclos no se presentan de la misma forma ya que su intensidad, duración o comportamiento varían y puede tener fases ascendentes y descendentes.

Se puede concluir que, los modelos de crecimiento económico se utilizan de forma constante en la cotidianidad económica y se relacionan de forma importante con los problemas que ocurren directamente en las economías regionales y al interior de las empresas.

La macroeconomía plantea que una economía equilibrada y que posea un buen funcionamiento, busca dar cumplimiento a ciertos objetivos que apuntarán a generar un nivel elevado y rápido crecimiento de la producción, esto se logra por medio de la mejora en la productividad y crecimiento de las empresas regionales logrando aumentar los ingresos y la cantidad de bienes y servicios necesarios Ríos y Sierra (2005). El crecimiento económico en un país se mide por medio del comportamiento de la producción nacional, se observa cómo las empresas logran generar un impacto en el crecimiento del PIB y esto se da principalmente por el fortalecimiento interno que posean, la productividad y la situación de los flujos de efectivo.

El presente estudio es importante porque va a beneficiar el sector industrial del departamento de Risaralda, dado que se realizará un análisis y correlación de los flujos de efectivo con las variables macroeconómicas antes descritas. Los empresarios podrán acoger las recomendaciones del estudio y podrán tomar decisiones financieras orientadas hacia el mejoramiento de su competitividad, ya que puede hacer uso de la información extractada y de los resultados del estudio. Adicionalmente, este estudio va acorde con el ambiente académico y la misión de la Universidad Autónoma de Manizales en cuanto al desarrollo Regional; es necesario conocer el entorno empresarial y específicamente el financiero para poder generar estrategias de crecimiento y desarrollo empresarial.

Es importante resaltar que este estudio es novedoso, en la medida que los empresarios podrán hacer uso de la información que arroje el presente análisis, para facilitar el proceso de toma de decisiones al interior de sus organizaciones. Se espera, dependiendo de los mismos resultados, que los empresarios de acuerdo a las tendencias que puedan tomar las variables macroeconómicas, alineen sus políticas, con el objeto de que los flujos de efectivo realmente se relacionen con el entorno económico en el cual se encuentra la empresa o el sector y así poder optimizar un poco más el uso de los recursos.

METODOLOGÍA

El estudio fue de carácter documental, ya que se trabajó con base en los estados financieros y flujos de efectivo de las empresas que reportaron a la Superintendencia de Sociedades de Colombia durante los años 2002 – 2011.

La investigación fue descriptiva y correlacional, y en el proceso se identificaron los flujos de efectivo de la operación, financiación e inversión, los cuales se correlacionaron con las diferentes variables económicas de Risaralda como el PIB, Tasa de desempleo e IPC, DTF y TRM, identificando año por año los incrementos o disminuciones que puedan presentar los flujos de efectivo y su relación de éstos con el comportamiento de la economía para los mismos períodos. Las correlaciones fueron de tipo directa o inversa, de directa cuando los resultados del coeficiente de correlación de positivo, ósea en la medida que se incrementen los flujos de efectivo en la misma forma lo hagan las variables macroeconómicas objeto de estudio y e inversa cuando los resultados del coeficiente de correlación de negativo, ósea en la medida que los flujos de efectivo se incrementen y las variables macroeconómicas objeto de estudio disminuyan o viceversa. Se considera un estudio documental debido a que las fuentes primarias de información fueron extraídas de la Supersociedades, Banco de la República, Bolsa de Valores y Dane, entre otras.

El estudio tomó como referencia las series de tiempo de los estados financieros de las empresas que habiendo reportado a la supersociedades, lo hicieron de manera continua durante los periodos objeto de estudio, de ello solo doce empresas del sector industrial del Departamento de Risaralda cumplieron con los criterios de inclusión.

Las series de tiempo de los estados financieros fueron extraídas del Sirem (sistema de información y registro empresarial), que se encuentra periodo por periodo los estados financieros, como el estado de resultados, el balance general y los flujos de efectivo. Para el procesamiento de la información se trabajó con la herramienta informática de Microsoft Excel y el paquete estadístico de SPSS.

Resultados y análisis

A continuación, se presentan los datos y los resultados establecidos en las diferentes relaciones entre las variables propuestas en el estudio.

Tabla No. 1 Datos para Correlación Sector Industrial

AÑO	PIB Sector Industrial Risaralda (miles de millones de pesos)	Tasa Desempleo Risaralda	IGBC Variación Anual (NACIONAL)	DTF PROMEDIO ANUAL (NACIONAL)	Tasa de Colocación promedio (NACIONAL)	Tasa de Cambio Promedio Anual (NACIONAL)	Indice de Precios al Consumidor	Promedio de Flujo de Efectivo Neto en Actividades de Operación	Promedio de Flujo de Efectivo Neto en Actividades de Inversión	Promedio de Flujo de Efectivo Neto en Actividades Financieras	Flujo de Efectivo Neto Total
año	PIB	TD	IGBC	DTF	TC	TRM	IPC	FENO	FENI	FEF	FENT
2002	549.000.000.000	16,27%	50,22%	9,03%	14,11%	\$ 2.506,55	6,68%	374.760.667	1.130.878.250	1.045.853.417	289.735.833
2003	574.000.000.000	16,15%	45,07%	7,79%	12,81%	\$ 2.875,91	6,71%	2.122.571.417	2.514.645.917	641.287.250	249.212.750
2004	721.000.000.000	15,96%	86,22%	7,89%	13,07%	\$ 2.628,47	5,53%	1.844.857.083	(113.519.917)	1.919.369.333	(39.007.667)
2005	795.000.000.000	14,21%	118,91%	7,07%	12,58%	\$ 2.321,49	4,46%	5.602.147.417	(3.995.044.750)	(1.110.648.917)	496.453.750
2006	866.000.000.000	12,62%	17,32%	6,25%	11,51%	\$ 2.358,96	5,60%	3.961.534.000	3.538.601.500	692.332.417	1.115.264.917
2007	866.000.000.000	11,91%	-4,18%	7,94%	14,32%	\$ 2.076,24	5,77%	3.587.105.500	3.710.913.083	(400.539.583)	(524.347.167)
2008	965.000.000.000	12,58%	-29,30%	9,68%	16,36%	\$ 1.967,11	7,20%	1.885.194.083	(664.326.500)	(1.154.299.417)	66.568.167
2009	1.077.000.000.000	17,71%	53,45%	6,33%	12,49%	\$ 2.153,30	1,77%	5.269.804.167	3.360.775.167	428.971.083	2.338.000.083
2010	1.114.000.000.000	18,25%	33,57%	3,68%	8,84%	\$ 1.898,68	2,84%	5.007.617.167	1.278.659.500	(899.508.250)	5.386.768.417
2011	1.209.000.000.000	14,90%	-18,27%	4,13%	10,86%	\$ 1.846,97	3,74%	74.958.250	2.349.508.000	883.570.917	(1.390.978.833)

Fuente: Elaboración Propia con datos Proporcionados por la SuperSociedades, DANE, Banco de la República, Bolsa de Valores de Colombia

Se analizaron los resultados de las relaciones entre el PIB y otras variables macroeconómicas, iniciando por la relación entre el PIB y la DTF mostró un valor de $r = -0.693^{**}$. Las variables analizadas tienen una relación inversa entre sí. En el estudio no existe relación entre el PIB (Producto interno bruto) y la DTF (depósito a término fijo). Lo anterior por ser el PIB regional y el DTF un indicador Nacional.

El valor que resultó de la correlación entre el PIB y TRM fue de $r = -0.889^{**}$ Valor negativo. La Correlación entre las variables es muy significativa y se muestra una relación inversa. Entre las variables estudiadas existe una relación estrecha entre las exportaciones y las importaciones del sector industrial de Risaralda, por lo tanto, en la medida que baje la TRM (Tasa representativa del mercado) puede existir una mayor inversión en maquinaria y bienes que permitan una mejor producción a más bajo costo generando mejores precios al consumidor final. Las rentabilidades de las empresas se ven afectadas por las variaciones en el tipo de cambio. Existen efectos aleatorios que muestran que la tasa de cambio sí afecta la rentabilidad. La tasa de cambio afecta el funcionamiento de la economía por varios medios, uno de ellos es el comercio interior esto ocurre porque las empresas que tienen enfocadas sus actividades en el mercado internacional, dependen en gran medida de las fluctuaciones de la tasa de cambio.

La correlación entre el PIB y el IPC arrojo un valor de $r = -0.700$ mostrando una relación inversa, si el PIB (Producto interno bruto) incrementa el IPC (Índice de Precios al Consumidor) tiende a bajar. De acuerdo con los estudios realizados en la al interior de la teoría económica la inflación tiene un efecto negativo sobre el crecimiento económico, haciendo esto que la política monetaria se enfoque en lograr un nivel de inflación bajo que no perturbe la economía.

Por su parte el PIB y la TD mostro una correlación de $r=0.063$, lo que mostro que las dos variables tienen una relación directa con muy poca significancia. Esta relación nos muestra que a medida que se genere mayor productividad en el departamento el desempleo aumenta, esto puede estar evidenciando que el departamento no está teniendo procesos de crecimiento y desarrollo que logre traducirse en una disminución de la tasa de desempleo.

Las correlaciones entre los flujos de efectivo y las variables macroeconómicas arrojaron que el PIB y el FENO mostraron un resultado de $r = 0,299$ siendo una relación directa entre ambas variables, pero la significancia estadística es baja evidenciando que el sector no es gran aportante a la generación de ingresos, su aporte al PIB es muy bajo. Si las empresas de la región no están siendo fuertes en actividades de operación, esto no se verá reflejado en la economía y el PIB de la región no aumentará. El valor hallado entre el PIB y el FENI fue de $r = 0.079$ valor positivo. Relación directa. La poca significancia que se evidencia entre las variables, muestra que existe poca inversión en el sistema financiero, por lo tanto aporta poco al PIB. Aunque las actividades de inversión al interior de las empresas se consideran fundamentales para su funcionamiento, la correlación obtenida muestra que en las empresas de la región estas operaciones no están fortalecidas y tiene un mínimo aporte en el crecimiento del PIB de la región.

Por su parte el PIB y el FEF la correlación es de $r = -0.325$ siendo una relación inversa y una baja en significancia, que evidencia la poca relación que hay entre el PIB y las actividades de financiación, lo cual muestra que el sector industrial de la región así invierta recursos financieros para su crecimiento, estos no afectarán el PIB según el estudio realizado. La correlación entre el FENO y la TD fue de $r = 0.015$ mostrando una relación directa y una significancia muy baja. Lo cual indica que existe una relación directa, en la medida que el flujo de efectivo neto operativo aumente puede incrementarse el desempleo. Aunque entre las variables existe una relación directa, existe casi una ausencia de relación entre las variables, esto se debe a que las empresas de la región no están fortalecidas en actividades de operación y no logran generar un impacto en la tasa de desempleo y que esto se traduzca en un crecimiento económico, es decir, un aumento del PIB.

Así mismo en las correlaciones entre el FENO y la DTF el resultado fue de $r = -0.30$, mostrando una relación inversa y con nivel de significancia muy alta. Es lógico lo que ocurre en esta relación dado que, si las tasas de interés bajan, los resultados operativos de la organización tienden a incrementarse. Por su parte el FENO y la TRM tuvieron un valor hallado de $r = -0.295$, es decir, poseen una relación inversa pero este valor es bajo y muestra que la significancia muy baja que estas dos variables no tienen un alto grado de correlación y la TRM no está teniendo un efecto directo sobre los flujos efectivo neto en actividades de operación; mientras los ingresos del sector industrial tienen relación con mercados alternos y no solamente local.

El FENO y el IPC presento una correlación de $r = -0.475$ lo que muestra que el IPC tiende a influir inversamente en la operación de la industria. Por su parte el FENI y la TD presentaron una correlación de $r = 0.474$, relación directa que indica que en la contribución de los flujos de efectivo netos de inversión a la tasa de desempleo es baja, teniendo en cuenta que para que esta relación sea optima su resultado debe ascender como mínimo a 0.75. Las actividades de inversión que realizan la empresa de la región en el mercado de capitales, está contribuyendo al crecimiento del empleo del departamento, esto puede deberse a que las inversiones de tipo temporales y de tipo indirecto, han venido aumentando y se están realizando de manera exitosa porque la inversión está en un proceso de atracción en el departamento.

Los FENI y la DTF presentaron un valor de $r = -0.095$, relación inversa siendo una correlación demasiada baja y un nivel de significancia muy baja. El valor hallado en la correlación entre FENI y la TRM fue de $r = -0.122$ mostrando correlación inversa, en la medida que la tasa representativa del mercado disminuya se generan incentivos para la inversión en moneda extranjera. La

correlación resultante es poco significativa y refleja que la tasa de cambio, no está teniendo efectos importantes en las actividades de inversión al interior de las empresas del departamento. Mientras se beneficiarán, estos momentos de devaluación deben ser aprovechados por los empresarios para fortalecer sus exportaciones, diversificar la producción.

La correlación entre FENI y el IPC fue de $r = 0.039$, es una relación directa y con muy poca significancia entre las variables, las inversiones realizadas por la industria generan poca reacción así crezca el IPC. Por su parte la correlación entre el FEF y la TD fue de $r = 0.253$ una relación directa que muestra que si aumenta o disminuye el efectivo de financiación este ayudara a aumentar la tasa de desempleo, pero el nivel de significancia es bajo y la afectación es poca.

El valor hallado entre las variables FEF y la DTF fue de $r = 0.026$ lo que mostró una relación directa y demasiado baja, evidenciando que la DTF no influye en gran medida a las actividades de financiación de las empresas de la región. De otro lado la correlación entre el FEF y la TRM fue del $r = 0.532^{**}$, una relación directa y una correlación representativa. Se hace necesario que en la medida que la TRM aumente, es necesario bajar el endeudamiento en moneda extranjera y transar en moneda local. Las fluctuaciones de la tasa de cambio están beneficiando los flujos de efectivo en actividades de financiación, mientras la tasa de cambio aumente eso se traducirá en un aumento de las actividades de financiación en las empresas del departamento.

Por último, la correlación entre el FEF y el IPC fue de $r = 0.085$, con relación directa y poca significancia estadística, las actividades de financiación tienen poca relación con las variaciones del índice de precios al consumidor. La relación de las variables es positiva, mostrando como las actividades de financiación se benefician de los aumentos de la inflación, aunque en muy poca proporción, evidenciando casi una posible independencia en la correlación de las variables. La inflación afectará el valor de las acciones y el mercado de valores en general.

Se revisó la teoría existente y estudios previos, pero no se encontraron autores que teoricen sobre la relación y efectos de los flujos de efectivo de las empresas como predictores de crecimiento económico, es decir, haciendo uso de elementos bases de los estados financieros como son los ingresos, el capital de trabajo, las inversiones, entre otros, es así como adicionalmente algunos autores como Solow (1956), usa el capital y el trabajo como principales variables para explicar el crecimiento económico; Romer (1990) muestra como el crecimiento es impulsado por el cambio tecnológico el cual proviene de las decisiones de inversión realizadas por los agentes que desean maximizar sus beneficios y Grossman y Helpman (1991), demuestran mediante la utilización de un modelo de mejora de productos, como al incentivarse la investigación y el desarrollo (I+D) a nuevos productos, apalanca el crecimiento económico en algunos países. Este vacío teórico es motivante para establecer un sistema que pueda explicar dicha relación desde la teoría.

El crecimiento económico de un país se da más por la oferta que la misma demanda, ya que el modelo se basa en el nivel de producción, como variable fundamental que explica el crecimiento, donde esta oferta está ligada con los bienes y servicios que se ofrecen en la economía de un país. Y esta oferta aumentará o disminuirá de acuerdo al nivel de producción. Para incrementar el nivel de producción se debe incrementar la inversión en capital, la cual conllevará necesariamente a un crecimiento de la economía.

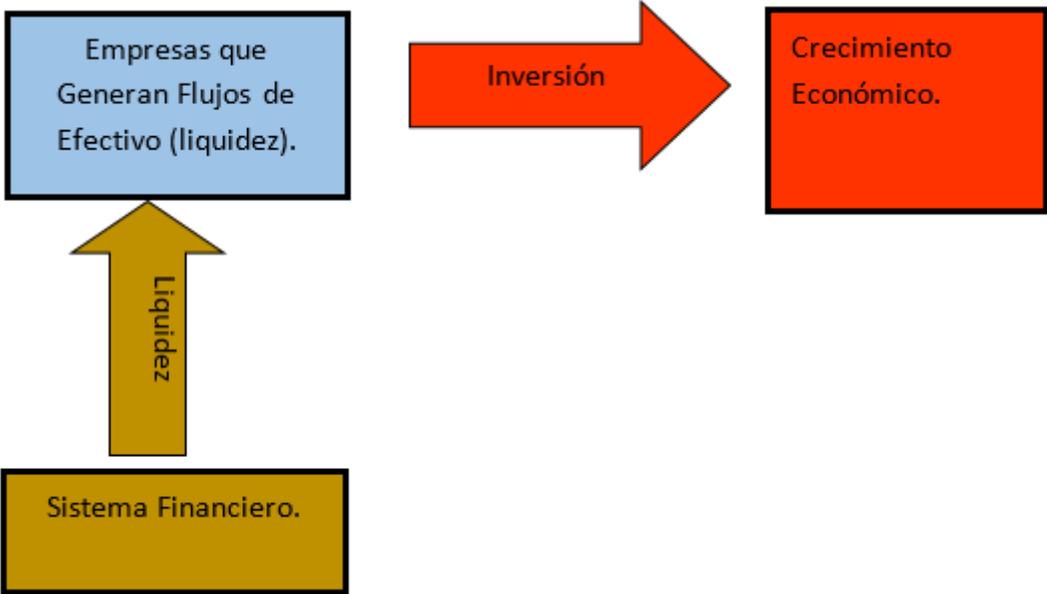
La variable fundamental que explica el crecimiento económico de un país es la inversión en capital. De acuerdo a los conceptos anteriores, Solow (1956) se destaca como la inversión en capital es la base para que se genere el crecimiento económico de un país, es a partir de este elemento que se genera la relación entre los flujos de efectivo y el crecimiento económico, ya que existe un conector fundamental entre estas dos variables, la LIQUIDEZ, como se muestra a continuación:

El flujo de efectivo como lo menciona García (1999), muestra la disponibilidad de recursos con los que cuenta una empresa para atender sus obligaciones financieras, realizar inversiones o distribuir utilidades, por lo tanto, la inversión entra a hacer parte fundamental dentro del flujo de efectivo ya que de este, es que se generan los recursos para el desarrollo de dicha actividad dentro de las empresas.

Las inversiones tanto privadas como públicas, generalmente requieren de grandes desembolsos de dinero (liquidez), en muchas ocasiones ni los empresarios ni los gobiernos disponen de estos para poderlas llevar a cabo, es por este motivo, que el sistema financiero entra a hacer parte de dicha relación, ya que es este el encargado de canalizar los recursos monetarios suficientes para que estos sean trasladados a la inversión.

El flujo de efectivo determina la liquidez necesaria que se puede llevar a la inversión, la cual en muchos casos el flujo en sí mismo, no contiene los recursos para la realización de las misma y es por esto que los empresarios recurren al sistema financiero para conseguir la liquidez necesaria para poder impulsar sus inversiones, Levine (1997). Pero para que esto se pueda dar, las empresas deben tener la suficiente liquidez o capacidad de generación de recursos para poder retornar estos dineros prestados a las entidades financieras a unas tasas de interés adecuadas en un tiempo prudente.

Grafica No. 1 Movilidad de la inversión.



Fuente: Elaboración propia.

El sistema financiero inyecta liquidez a las empresas, recursos que son invertidos en acumulación de capital e innovación tecnológica que aportan al crecimiento de la economía. El flujo de efectivo a su vez es liquidez que se puede utilizar para la inversión en acumulación de capital e innovación tecnológica, que, en su mayoría, requieren de grandes cantidades de recursos monetarios. Por tal motivo es que los empresarios se apalancan en el sistema financiero para la realización de las mismas. Es por esto que las entidades financieras hacen parte fundamental en el crecimiento económico de un país Levine (1997).

Basados en los informes de coyuntura económica regional de Risaralda publicada por el DANE, el estudio mostró cómo el sector industrial en este departamento, presenta un crecimiento constante guardando concordancia con el promedio departamental y nacional, es así como en el 2004 en la región Risaralda genera un crecimiento en su PIB, esencialmente los sectores más representativos son: la construcción, el comercio, las telecomunicaciones, el transporte y el sector industrial. Así mismo se encuentra en el informe antes mencionado, que el crecimiento del PIB se vio sucedido por un incremento en los niveles de confianza de inversionistas y los consumidores, esto gracias a la gran oferta y el rápido crecimiento de la economía mundial.

En Risaralda, el sector Industrial ha crecido constantemente, pero a ritmos muy bajos, los cuales no permiten un desarrollo apropiado, ni un aporte elevado al PIB de la región. Según la Cámara de Comercio de Pereira en el año 2004, se presentó una disminución en la creación de establecimientos, motivado por la disminución del sector industrial, pero a su vez fue compensada por otras actividades especialmente de comercio y servicios.

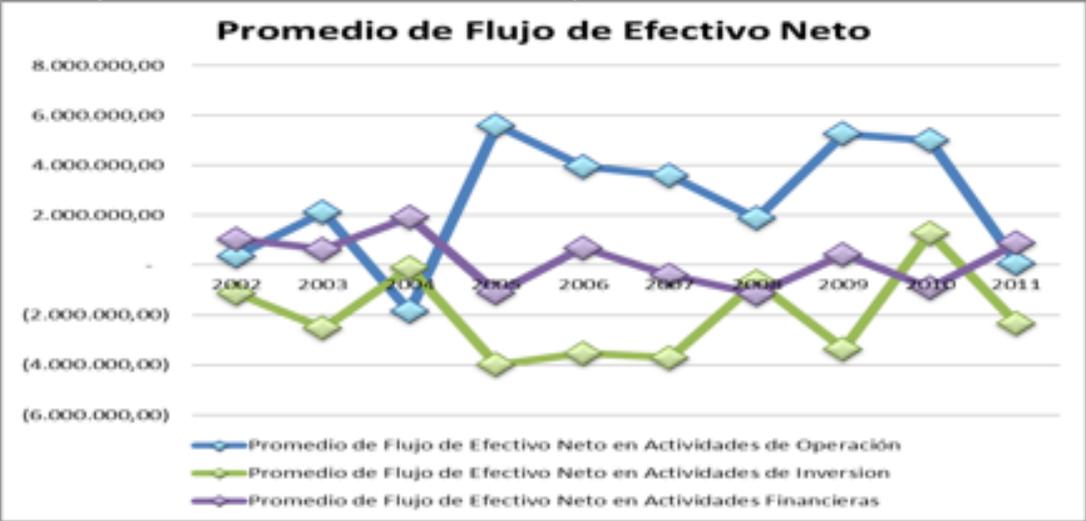
Según el DANE en su informe de la revista Coyuntura Económica, en el 2005 se generó un muy buen nivel de inversión, un consumo dado por la confianza de los compradores, tasas de intervención financieras bajas, buen comportamiento de la cartera comercial, lo que redundó en un mejor desempeño del sector industrial. La industria a nivel nacional ha crecido muy poco, como ejemplo podemos decir que la industria paso de un 7% promedio entre los años 2006 y 2007 a reducirse de forma tal que alcanzó un 3.9% en el 2009.

En el año 2007, según el informe de coyuntura regional del Banco de la Republica la industria manufacturera fue uno de los mayores aportantes al PIB Nacional; a su vez la industria fue uno de los mayores aportantes a las exportaciones realizadas por el Departamento de Risaralda con una representación del 98.72%. Así mismo las importaciones de la Región se vieron relacionadas en un 97.12% con la industria, las cuales son dedicadas a la fabricación de equipos para el transporte. En el 2009, Risaralda participó con un 1.3% del total de exportaciones a nivel nacional, de ellas el 95.8% corresponde al aporte del sector industrial con alta influencia de productos alimenticios en su gran mayoría. Según el informe acerca de este sector, publicado por el Departamento Nacional de Planeación Nacional, en el 2010 mostró un poco de mejoría alcanzando un crecimiento de 4.5%.

Si bien la actividad industrial en Risaralda ha demostrado un buen comportamiento, esta no es la principal actividad económica que se desarrolla en el departamento, pues según el Censo empresarial que realizó la Cámara de Comercio de Pereira, las actividades económicas de Risaralda son el comercio y los servicios, y estas entran a reemplazar el sector industrial. Es por esto que se debe buscar llegar a un mayor crecimiento del sector industrial en la región, generando alianzas entre academia y el sector que faciliten el crecimiento de la misma, y que eleven la

competitividad e innovación. A continuación, se muestra el gráfico en el cual se muestran los diferentes flujos de Efectivo.

Gráfica No. 2 Flujo de efectivo sector industrial del departamento de Risaralda.



Fuente: elaboración propia con base en datos tomados de Supersociedades.

El Flujo de Efectivo Neto de Operación, muestra claramente los diferentes altibajos presentados, en el cual su mayor crecimiento fue acontecido entre los años 2004 y 2005, el cual coincide con el buen desempeño de la economía colombiana de dicha época. Y presenta su mayor desplome entre el año 2010 y 2011 producto de la desaceleración económica del país en la cual los mayores afectados fueron las áreas de la industria y el agro.

El Flujo de Efectivo de Inversión, muestra inversiones no muy marcadas, lo cual no es muy afectado por índices financieros y deja en buena posición para cubrir los niveles de efectivo, sus actividades operativas y no operativas, evitando así recurrir a medios financieros para endeudamiento.

CONCLUSIONES

En este apartado se hallaron las principales deducciones halladas con base en los resultados planteados anteriormente y se muestra cómo es el aporte del sector industrial al PIB, comportamiento de los diferentes flujos de efectivo, y el crecimiento de las empresas objeto del estudio. Todo lo anterior sustentado con base en autores que se han referido al tema estudiado.

El sector industrial, si bien aporta al PIB, ya no es el principal artífice por su desplazamiento por sectores como los servicios, el comercio, según los análisis realizados por la Cámara de Comercio de Risaralda, dado que las inversiones en activos de capital del sector industrial se han reducido drásticamente, lo cual no permite crecimiento económico sostenido según Solow (1956).

En el análisis realizado en los flujos de efectivo del sector industrial, se pudo apreciar que los flujos de efectivo netos presentaron variaciones positivas y negativas, los cuales generaron recursos

relacionados con la liquidez. El flujo total de efectivo fue influenciado positivamente por el flujo de efectivo generado en las operaciones y los derivados de las actividades de financiación, mientras que los flujos de efectivo provenientes de la actividad de inversión impactaron de manera negativa.

Lo anterior nos puede llevar a deducir que el sector industrial de Risaralda si genera recursos a través de sus actividades de operación, Lo cual sigue demostrando que el sector es viable y puede crecer y jalonar el crecimiento de la región, lo anterior sustentado por Kaldor (1976) en su teoría. El flujo de efectivo neto presentó promedios positivos, explicando esto, que la industria en el departamento de Risaralda recurrió a préstamos para poder financiar sus gastos de operación y adquisición de activos para la operación, lo anterior podría deducirse en el momento que se realizó la correlación Producto interno bruto y flujos de efectivo de Financiación. Ahora bien, si los activos de operación tienen característica de bienes de inversión, debemos recordar que a mayor demanda de bienes de inversión en el sector manufacturero esto conduciría a un mayor ahorro del sector, por lo tanto, se generará más liquidez, lo cual redundará en una mayor capacidad de financiación interna o externa, terminando en capacidad de inversión jalonando así la economía hacia el futuro. Fisher (1994)

Entre las 12 empresas del sector industrial de Risaralda que fueron analizadas, se tiene una rentabilidad positiva, calculada en un 8.29% promedio para el ciclo 2002 – 2011, la cual no muestra que todas las empresas estén creciendo de manera uniforme, sino que aquellas que están creciendo más rápidamente jalonan el promedio del sector, dado que todas no son rentables en su actividad principal.

BIBLIOGRAFÍA

Antúnez, C. (2009): Crecimiento económico. 18 - 252.

DeLong, M. y Hung, M (2003): an empirical analysis of analyst's cash flow forecast. Journal of accounting and economics, vol 35, 73 - 100.

Dornbusch, R. Fischer, S. (1994): Macroeconomía. Editorial Mc Graw Hill, sexta edición, Madrid España, 31 – 35.

Fisher, R. (1925): Statistical methods for research workers. Oxford: Clarendon press

García., O. (1999): Administración financiera fundamentos y aplicaciones. Tercera edición. Editorial prensa Moderna, Cali Colombia, 13.

Gitman, J. L. (1978): fundamentos de administración financiera. Editorial Harla S.A. México, 106.
Grossman, G. y Helpman, E. (1991): Quality ladders in the theory of growth. The review of economics studies. Vol. 58, 43 -61.

Kaldor, Nicholas (1976): Inflation and Recession in the World economy. The economic Journal, 703-714

Levine, R. (1997): Desarrollo financiero y crecimiento económico: Enfoques y temario. Journal of economic literatura, Vol XXXV, 688 - 726.

Ríos, M y Sierra, H. (2005): Lecturas sobre crecimiento económico regional, Universidad Católica Popular de Risaralda, Primera edición, 6 - 11.

Romer, P. (1990): Endogenous technological change. The national bureau of economic research, Vol 98, 71 - 102.

Solomon, E (1972). Theorie de la Gestión Financiera. Dumond, Paris

Solow, R. (1956): A contribution to the theory of economic growth. The quarterly journal of economics, Vol .70, No. 1, 44 - 68

Superintendencia de Sociedades. (2011-2012). Tomado de <http://sirem.supersociedades.gov.co/Sirem2/index.jsp>

Weston, J y Copeland, T. (1995): Finanzas en administración. Novena edición. Editorial Mc Graw Hill, México, 34 – 36.

El laboratorio de empresa, modelo didáctico para la consolidación de los conocimientos de la mezcla de mercadeo¹

Carolina Pinzón Escobar²

Fabián Alejandro Pineda Fajardo³

RESUMEN

La investigación pretende construir una conexión entre la teoría y la práctica en los procesos de enseñanza de la Administración de Empresas de la Uptc, usando como recursos la existencia de la Empresa Experimental Coolíderes, administrada por los estudiantes de dicho programa académico. La metodología es de carácter Experimental ya que se pretende ligar la temática mezcla de mercadeo visto en la asignatura fundamentos de mercadeo con el material brindado por la Empresa Coolíderes. Los resultados demuestran la importancia de la mezcla del mercadeo dentro del aprendizaje administrativo que permitirá el afianzamiento del conocimiento en un espacio real, brindándole al estudiante mayor fortalecimiento a su formación profesional como administrador de empresas.

Palabras clave: Laboratorio de Empresa, Empresa Experimental, Modelo Didáctico, Teoría-Práctica, Mezcla de Mercadeo.

ABSTRACT

The research involves building a connection between theory and practice in the teaching process of the Uptc Business Administration, using the resources of the Company of Experimental Coolíderes, administered by the students of the academic program. The methodology is Experimental in that it refers to the thematic mix of marketing seen in the allocation of marketing fundamentals with the material provided by the Company Coolíderes. The results demonstrate the importance of the mixture of marketing within the administrative learning that allows the sharpening of knowledge in a real space.

Keywords: Company laboratory, Experimental Company, Didactic Model, Theory-Practice, Marketing Mix.

¹ Avance de una investigación en curso

² Estudiante de séptimo semestre del programa de pregrado de Administración de Empresas en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, miembro del grupo de investigación Laboratorio de Empresa, Colombia, correo: carolina.pinzon@uptc.edu.co

³ Estudiante de noveno semestre del programa de pregrado de Administración de Empresas en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, miembro del grupo de investigación Laboratorio de Empresa, Colombia, correo: fabianalejandro.pineda@uptc.edu.co

1. INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, los procesos de enseñanza involucran con igual intensidad conceptos teóricos y el desarrollo de la práctica. En este sentido y dentro de las metodologías de enseñanza, la Escuela de Administración de Empresas de la Uptc, tiene una Empresa Experimental (Bernal, 2016) como un recurso didáctico para la introducción de la práctica en sus procesos de enseñanza-aprendizaje. Por medio del grupo de investigación Laboratorio de Empresa, la organización ofrece insumos académicos que deberán ser observados por estudiantes y docentes de esta carrera, profundizando en la asignatura fundamentos de mercadeo, donde se observó importancia de la mezcla de mercado como una técnica que permite el uso de las 4ps para estimular la demanda de un producto y entender en un entorno real como aplica los conocimientos teóricos. Dicha investigación demostró la importancia de ligar los contenidos vistos en la clase magistral con el material real dado por la Empresa Experimental, permitiendo la profundización de conceptos como: producto, precio, plaza y publicidad, conceptos propios de la mercadotecnia o mezcla de mercadeo. Por último y con gran importancia, brindar consolidación de lo académico por medio de un espacio real, siendo este un aporte a la formación profesional e integral de los estudiantes de administración de empresas.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Generalidades

2.1.1 Historia

"Coolíderes Ltda." es una empresa cooperativa, conformada por estudiantes de Administración de Empresas de la U.P.T.C. Inicia su organización en 1993 y se estructura en 1994 como grupo pre-cooperativo, que pretende promover el trabajo asociativo y el Laboratorio Empresarial entre los miembros que la integran.

En el año de 1994 se realizaron gestiones para su reconocimiento académico experimental ante la Universidad, la cual le da estabilidad al permitirle administrar el Cafetín de Estudiantes de la UPTC y se da la oportunidad de realizar Práctica Empresarial a estudiantes de Administración de Empresas de últimos semestres, socios de la Cooperativa.

Su principal actividad económica es la comercialización de bienes de consumo en el "**Estar de la U**", el cual ha sido administrado, desde sus comienzos, por estudiantes de último semestre de Administración de Empresas, válido como práctica empresarial, requisito fundamental para optar el título profesional.

2.1.2 Laboratorio de Empresa:

[...] "es un espacio de apoyo pedagógico alternativo, para diferentes niveles académicos de observación y reflexión empresarial. Requiere una planta física, personal y material (Bernal, 2016, p. 8).

2.1.3 Empresa Experimental:

[...] “es una asociación real, de propiedad cooperativa de los estudiantes del tema empresarial. Aporta material, acceso planeado a su organización, datos reales y campos de objetos en movimiento (Bernal, 2016, p. 9).

2.2 Teoría - Práctica:

Dentro de los procesos de enseñanza existen lineamientos que rigen la actividad académica de cada asignatura, buscando así la unión teórica y práctica. Fernández e Iglesias (2016) indican que: La teoría y la práctica se complementan recíprocamente, cada una establece su campo de acción e influyen recíprocamente, además en la teoría sus contenidos pueden ser modificados o actualizados y pueden tener un desfase con la aplicación o desarrollo de una actividad.

En ese mismo sentido Carr y Kemmis (1983) afirman que “las explicaciones científicas de los procesos educativo proporcionan el conocimiento requerido para predecir su ocurrencia, la teoría educativa, concebida como cuerpo del conocimiento, proporción así la oportunidad para su control práctico”.

Frente al control que indican estos autores, Contreras (1994) afirma: “Es el valor predictivo de las teorías científicas el que les da su valor práctico, pues al establecer las bases para la manipulación y control de las situaciones educativas, ofrecen la oportunidad de conseguir las metas educativas propuestas”.

Lo anterior indica que la teoría vista en la clase magistral es lo que permite que el estudiante controle la práctica al momento de encontrarse con la vida real, siendo esto el eje principal de la experimentación.

Experimentación

Al hablar de la importancia de la unión de la teoría y la práctica, cabe resaltar a la experimentación dentro de los procesos de enseñanza-aprendizaje, para ello es importante tener claro que “la esencia de la concepción ‘Experimento’, es que este involucra la manipulación intencional de una acción para analizar sus posibles efectos” (Hernández, Fernández y Baptista, 1997, pág. 109)

Profundizando en este concepto experimentación, Barco y Duque (2013) indican que “*La experimentación por demostración es base fundamental para contrastar nuestra vivencia mental por razonamiento.*” (p. 4). De igual forma estos autores dicen que “*las prácticas por demostración experimental no consisten en meras demostraciones sin reflexión, sino más bien de un ejercicio teórico-práctico inteligente.* (2013 p. 4).

Involucrando este concepto dentro del aprendizaje como clave para la obtención de una consolidación de conocimientos por los estudiantes de administración de empresas Koontz (1985) afirma:

[...] Es indudable que a falta de pruebas de laboratorio, es necesario utilizar las experiencias y observaciones directas de los administradores por lo menos hasta que no se disponga de aquellas, y que los principios de la administración, desarrollados de forma empírica, deberán seguirse utilizando, aunque no se cuente con una comprobación [...] (p.9)

Aporta claridad al hablar de Experimentación en Administración.

2.3 Modelos didácticos

El Laboratorio de Empresa al ser un “espacio de apoyo pedagógico” (Bernal, 2016) está profundamente relacionado a la didáctica. Frente a este concepto Medina y Salvador (2009) manifiestan que:

La didáctica es una disciplina de naturaleza pedagógica, orientada por las finalidades educativa y comprometida con el logro de la mejora de todos los seres humanos mediante la comprensión y transformación permanente de los procesos socio comunicativos, la adaptación y el desarrollo apropiado de proceso de enseñanza- aprendizaje. (p.15)

Díaz, (1999) en su libro *Didáctica y el Currículum* en donde buscar ligar los dos conceptos, indica que:

La construcción de programas de estudio se encuentra en el eje de esta articulación (didáctica-currículum). De lo curricular se destaca la búsqueda de un contenido que se va a enseñar, lo didáctico apunta a redefinir una situación global en la que el contenido se enseña. (p.14) Frente al concepto modelo Mayorga y Madrid (2010) afirman que:

Un modelo es una reflexión anticipadora, que emerge de la capacidad de simbolización y representación de la tarea de enseñanza-aprendizaje, que los educadores hemos de realizar para justificar y entender la amplitud de la práctica educadora, el poder del conocimiento formalizado y las decisiones transformadoras que estamos dispuestos a asumir.

En el caso de los modelos didácticos “son tanto la anticipación a las teorías y paradigmas de aquellos que en la historia de la Didáctica han supuesto un cambio esencial para las concepciones y prácticas del proceso de enseñanza-aprendizaje” (Medina y Salvador, 2009, p. 69).

2.4.1 Enseñanza-aprendizaje

En este punto cabe resaltar a Contreras (1994) quien indica que “La didáctica es la disciplina que explica los procesos de enseñanza aprendizaje para proponer su realización consecuyente con las finalidades educativas”. (pág. 19)

De igual forma indica que “En primer lugar, la enseñanza es la práctica humana que compromete moralmente a quien la realiza [...] En segundo lugar la enseñanza es una práctica social, es decir, responde a necesidades, funciones y determinaciones de los actores directos de la misma” (pág. 16).

2.4.1.1 Positivismo

Los modelos didácticos son parte del proceso de enseñanza-aprendizaje, ahora el positivismo como enfoque de este modelo es, según Contreras (1994):

La manera de entender la investigación educativa que permite tanto desarrollar teorías que expliquen cómo funcionan los fenómenos de la enseñanza, como realizar investigación aplicadas en las que se emplean teorías como base para formular estrategias diseñadas para aumentar la eficacia de la práctica educativa. (pág. 117)

2.4.1.2 Medios didácticos

Medina y Salvador (2009) los definen como “los objetos que pueden servir de experiencia directa al alumno para acceder a ellos con facilidad”. (pág. 203). Para el caso de la Empresa Experimental, Bernal (2016) identifica los siguientes medios: Entorno, materiales, actividades en grupo y en equipo, mediadores externos e internos, instrumentos y recursos

2.5 Mercadotecnia

Partiendo de las tantas definiciones que abarca dicho concepto traemos a colación la siguiente: “El marketing es la administración de relaciones redituables con el cliente. La meta doble del marketing consiste en atraer a nuevos clientes prometiéndoles un valor superior y mantener y hacer crecer a los clientes actuales satisfaciendo sus necesidades”. (Kotler y Armstrong, 2012, pág. 4)

2.6 Mexcla de Mercado

2.6.1 Plaza

Al hablar de la Plaza dentro el concepto global del marketing mix, lo entendemos como una referencia a “seleccionar y administrar los canales comerciales mediante los cuales los productos llegarán al mercado correcto en el momento apropiado y formar un sistema de distribución para el manejo y transporte físico de los productos por estos canales”. (Stanton, 1980, pag. 37)

Con esto y dentro de los parámetros de las 4 Ps permite afianzar los conocimientos teóricos del área de fundamentos de mercadeo para ser aplicados más tarde en un plano real.

2.6.2 Publicidad

Ahora bien, cuando hablamos de publicidad es otro de los factores verdaderamente importantes dentro del marketing, sin ir más lejos veremos como las mismas prácticas de publicidad se remontan a épocas antiguas como lo explica Kotler:

La publicidad se remonta a los inicios de la historia escrita. Arqueólogos que trabajan en los países de la cuenca del mar Mediterráneo han encontrado letreros que anunciaban diversos eventos y ofertas. Los romanos pintaban las paredes para anunciar las peleas de los gladiadores, y los fenicios pintaban imágenes para promover sus mercancías en piedras grandes y a lo largo de las rutas de los desfiles. Durante la era de oro en Grecia, los pregoneros anunciaban la venta de ganado, de artículos artesanales e incluso de cosméticos. (Pág. 37)

Esto nos sirve para hacernos un esquema mental de esta herramienta en la vida de la humanidad, de manera que un concepto más de nuestro interés orbita en el orden de que “es el componente que se utiliza para informar y persuadir al mercado acerca de los productos de una compañía. La

publicidad, venta personal y la promoción de ventas son las actividades promocionales principales". (Stanton, 1980)

Con base en esto es de vital importancia para los estudiantes del área de fundamentos de mercadeo empezar a relacionarse con estos conceptos que más tarde serán articulados dentro del laboratorio de empresa como puente entre la práctica y la academia.

2.6.3 Precio

Cuando hablamos del precio dentro de estrategias de marketing parece complejo de describir, muchas veces es fuente de preguntas sobre cómo establecerlo, pero, Según Kotler y Armstrong (2012) en su libro "MARKETING" lo definen como:

La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. Con el tiempo, el precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de los compradores. En décadas recientes otros factores se han vuelto más importantes, aunque el precio continúa siendo uno de los elementos más importantes que determinan la participación de mercado y la rentabilidad de una empresa. El precio es el único elemento de la mezcla de marketing que produce utilidades; todos los otros elementos representan costos. También es uno de los elementos más flexibles de la mezcla de marketing. A diferencia de las características del producto y de los compromisos de canal, los precios se pueden modificar con rapidez. (Pág. 290)

2.6.4 Producto

Por producto entendemos Kotler y Armstrong, 2012:

Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos no sólo son bienes tangibles, como automóviles, computadoras o teléfonos celulares. En una definición amplia, los 'productos' también incluyen, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas de ellos. (Pág. 224)

Pero que a su vez cabe resaltar la ampliación de este concepto a un nivel intangible, y eso es el concepto de servicio, para lo que según Kotler y Armstrong (2012) resaltan:

Una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta, y que son esencialmente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo. Algunos ejemplos son los servicios bancarios, los hoteles, las aerolíneas, el comercio minorista, la comunicación inalámbrica y los servicios de reparación para el hogar. (Pág. 224)

De lo anterior se permite empezar a contar con una concepción teórica ligada al plan de estudios del área de fundamentos de mercadeo, con lo que los estudiantes posteriormente pondrán a prueba lo visto en clase, pero esto hace parte de la metodología de la que hablaremos más adelante.

3. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

El enfoque de esta investigación es Experimental. Lo que se hizo fue identificar y conectar el contenido de la asignatura Fundamentos de mercadeo con el material de la Empresa Experimental. Esta empresa es la que aporta el material para el estudiante reconstruya el conocimiento de diferentes asignaturas en el Laboratorio de Empresa, pero, en nuestro caso nos interesa el área de mercados.

Con esto se busca que los mismos estudiantes construyan y desarrollen un criterio propio de los conocimientos teóricos que se consolidarán mediante la interacción con una empresa real y que bajo la propia observación de los estudiantes se evidencie las acciones de mercadotecnia que se efectúan el Estar de la U.

3.2 Variables

- Material teórico del salón de clase de Fundamentos de mercadeo
- Material de la Empresa Experimental

3.3 Recolección de Información

La información se recolectó a través del contenido curricular de la asignatura anteriormente descrita y la observación del material de la Empresa Experimental.

4. RESULTADOS

Coolíderes como Empresa Experimental es la encargada de prestar el material para que los estudiantes de activos en la carrera de Administración de Empresas de la UPTC puedan tener una práctica real a través de un material verídico. Los estudiantes de 4to semestre ven un contenido teórico de la asignatura Fundamentos de Mercadeo, cuyo currículo tiene una temática enfocada hacia la mezcla de mercadeo, al momento de contrastarlo con la práctica los estudiantes podrán afianzar conocimientos en el campo mencionado durante la academia. Dicho contraste se encuentra de la siguiente manera:

Currículo Fundamentos de Mercadeo Temática: Mezcla Mercadeo	Material Empresa Experimental
Estrategia de Producto: Concepto de producto, Administración y creación del producto. Cómo crear un producto.	El Estar de la U. ofrece productos de consumo que a su vez son administrados bajo el sistema de inventarios con ayuda de un sistema de software.

Estrategia de precio: Método de asignación de precios, el precio y el segmento mercados.

Se cuenta con una asignación de precios de manera que es un 30% de margen de utilidad al igual que el manejo de precios sugeridos por las empresas productoras. En cuanto al segmento de mercado se encuentra en un mercado total cuya población es la comunidad universitaria, reflejando características de libre mercado encontrando oferta variada de la misma actividad.

Estrategia de Distribución: Administración de canales, ventas por mayor y distribución física.

Se evidencia el Estar de la U. como uno de los canales de distribución de los agentes de relaciones externas con él, además, se puede analizar la estrategia de la distribución física teniendo dos puntos de venta directos y apoyado en su administración de inventarios a fin de que se pueda analizar la logística de satisfacer una constante demanda.

Estrategia de Comunicación: Publicidad, promoción, relaciones públicas, merchandising y venta personal.

La publicidad que se maneja en el Estar de la U. no es del todo satisfactoria al ser carente de una imagen e identidad corporativa que la haga resaltar de los demás competidores del plano universitario. Los esfuerzos de publicidad y promoción más bien dependen de las mismas empresas distribuidoras que interactúan con el Estar de la U. También, podemos encontrar esfuerzos no consolidados por ejecutar acciones de merchandising como apoyo a las decisiones de compra.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este análisis de resultados tiene como base los medios didácticos que identifica Bernal en la Empresa Experimental.

5.1 Entorno: Para la Empresa Experimental, mediante su actividad económica Estar de la U, el entorno de las 4ps se ve reflejado en los puntos de venta (POS 1 Y POS 2) ya que allí es donde el cliente toma de decisión de compra. (Anexo 1)

5.2 Materiales: Los materiales como medio académico y físico para la temática fundamentos de mercadeo se refleja en las mercancías (papas, gaseosas, dulces, galletería, etc) y productos terminados (Nescafé, Neste, tinto de greca y aromática). En el caso de los productos terminados, el estudiante detectará las materias primas que son la base para el área de producción. (Anexo 2)

5.3 Actividades en equipo y en grupo: Actualmente la empresa no cuenta con un comité de compras que son las personas que toman las decisiones y sirven de apoyo en el cargo de administración a través de conocimiento de variables que regulan la distribución, sin embargo el administrador de Coolideres es el que toma ese tipo de decisiones y casos especiales cuenta con el apoyo de la gerencia y la administración, convirtiéndose en un equipo de trabajo.

5.4 Mediadores externos: En los mediadores externos se encuentran involucrados los clientes que consolidan la demanda de producto, los proveedores quienes abastece al Estar de la U de los productos para dicha demanda. También se encuentran incluidos órganos de control como

ministerio de salud regulando las instalaciones en higiene y salubridad; la Cámara de Comercio como ente organizador de la naturaleza de las organizaciones; la DIAN garantizando el cumplimiento de las obligaciones tributarias; Bienestar Universitario ente que al interno de la Universidad regula las obligaciones de las diferentes cafeterías.

5.5 Mediadores Internos: Intervienen las personas que están involucradas permanentemente en la organización, haciendo parte de talento humano, algunas de ellas son las señoras de servicios generales que son las que despachan los productos; auxiliar administrativo cuya función es la de ser cajero y vendedor en los puntos de venta; el área administrativa encargada de la toma de decisiones de la actividad económica; Consejo de administración y junta de vigilancia encargados de la toma de decisión empresarial y vigilancia de la misma. (Anexo 3)

5.6 Instrumentos: Para un funcionamiento óptimo del marketing mix, la empresa cuenta con bases de datos llevando registros de los movimientos del área de ventas y producción, que se mantienen en continua retroalimentación a través de los registros de la administración y los auxiliares administrativos (Cajeros). De igual forma, hay vitrinas o exhibidores que permiten la visibilidad de los productos para que el cliente tome la decisión de compra (anexo 4)

5.7 Recursos: Por último, los recursos que brinda la empresa en la mezcla de mercadeo son las facturas y comprobantes que intervienen en las decisiones de precio, kardex electrónico regulando los inventarios de mercancías y materias primas, (Anexo 5)

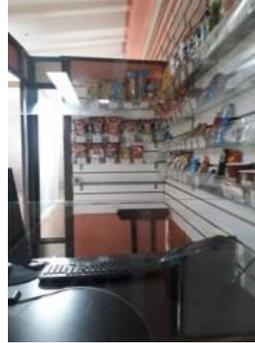
6. CONCLUSIONES

A manera de conclusión la importancia de una buena planeación y ejecución de la mercadotecnia en lo referente a las 4 Ps radica en el cumplimiento de objetivos organizacionales y haciéndola más eficiente en la manera como se desenvuelve en la relación con sus proveedores, competidores, su propio personal y por último sus clientes. Ya que de una correcta combinación de mercadotecnia depende también la consecución de objetivos financieros y aún más importante se transforma en un pilar importante, de la permanencia de la organización en el tiempo ya que los medios tienden a ser cambiantes y mejor ejemplo de ello es el propio consumidor por lo requieran de un constante movimiento por parte de las organizaciones para no quedarse rezagadas.

De igual manera, el análisis de resultados demuestran que para el afianzamiento de un conocimiento, en este caso la mezcla de mercadeo, debe ir de la mano de medios didácticos en donde se identifica de manera integral las diferentes variables que intervienen en la aplicación de la mercadotecnia, pero la identificación de una generalidad empresarial solo se puede evidenciar a través de medios reales que permitan que el estudiante experimente una vivencia real de conocimiento que ayudará a contrastar el contenido teórico visto en clase con una empresa de verdad.

7. ANEXOS

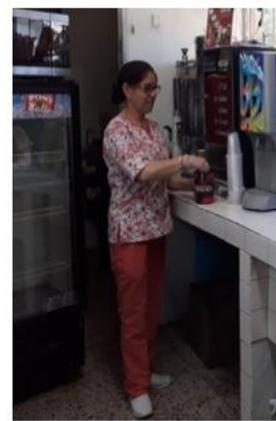
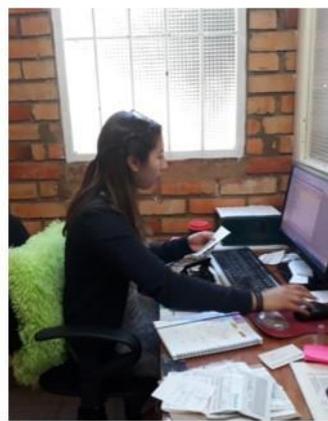
Anexo 1: Entorno



Anexo 2: Materiales (Mercancías y materias primas)



Anexo 3: Mediadores Internos



Hernández R., Fernández C., Baptista P. (1997) Metodologías de la investigación. Colombia: McGraw Hill

Kemmis, S. y Carr, W. (1988) Teoría crítica de la enseñanza. La investigación-acción en la formación del profesorado, Barcelona, Martínez Roca, Col. Educación.

Koontz, H., O'Donnell, C. y Weihrich, H. (1986). Administración (8ª ed.). México: McGraw Hill.

Kotler y Armstrong (2012) Marketing,, (14ª ed.) México, Pearson Educación

Mayorga J. y Madrid D. (2010) Modelos didácticos y Estrategias de enseñanza en el Espacio Europeo de Educación Superior. Recuperado el 2 de abril de 2017 file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ModelosDidacticosYEstrategiasDeEnsenanzaEnElEspaci-3221568.pdf.

Medina A. y Salvador F., (2009) Didáctica General, Madrid, España, Pearson educación. Recuperado el 2 de abril de 2017: <https://filosinsentido.files.wordpress.com/2013/07/134443684-didactica-general.pdf> Stanton William J. (1980) Fundamentos de marketing, (5ª ed.). México: McGraw Hill.

El riesgo financiero en las empresas españolas en el año 2014

Jairo Toro Díaz¹

Juan José Vidarte González²

Mariana Tabares Torres³

RESUMEN

El estudio valora el riesgo financiero mediante un modelo probabilístico en las empresas de España, que durante el año 2014 reportaron información financiera ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Se realizó una depuración y análisis de los estados financieros de las empresas, para luego proceder a determinar riesgos financieros de liquidez, endeudamiento y recuperación de cartera mediante los cálculos de los indicadores correspondientes y con ellos, determinar el riesgo financiero de cada empresa y por sector. Posteriormente, se validó el modelo aplicando un modelo Logit que permitió establecer la bondad, consistencia y confiabilidad del modelo. Entre los principales hallazgos fueron que el 43% de las empresas objetivo de estudio presentaron riesgo financiero, frente a un 57% que no presentaron riesgo financiero, los sectores que más presentaron riesgo fueron los sectores de servicios y energético. De los tres indicadores usados en el modelo, los de mayor riesgo fueron la liquidez y el endeudamiento con el 69% y 5 respectivamente. Las pruebas estadísticas, permitieron aceptar la hipótesis de trabajo que expresa que la liquidez, el endeudamiento y la cartera influyen negativamente sobre el riesgo financiero de las empresas.

Palabras clave: Riesgo Financiero, Riesgo de Recuperación de Cartera, Riesgo de Liquidez, Riesgo de Endeudamiento.

Clasificación JEL: D81, G24, G32, G35

INTRODUCCIÓN

La actualidad a nivel mundial se ha caracterizado por cambios constantes y por la alta incertidumbre de los mercados. Algunos estudios señalan que se han comenzado a vivir “momentos de riesgo”, ya que la globalización de los mercados ha hecho que los sucesos de una región o país afecten indirectamente otras regiones o al resto del mundo por la interrelación de las economías, citando

¹ Especialización en Gerencia en salud, Universidad Autónoma de Manizales - CES – EAFIT Medellín, Especialista en Auditoría en Salud, Universidad Autónoma de Manizales, Magíster en Administración Económica y Financiera – U. Tecnológica de Pereira, Doctor en Administración y Dirección de Empresas – U. San Pablo CEU – Madrid España. Docente Investigador grupo de investigación Empresariado Categoría B Universidad Autónoma de Manizales jtorod@autonoma.edu.co

² Estudiante Economía, Universidad Autónoma de Manizales. juan.vidarteg@autonoma.edu.co

³ Estudiante Administración de Empresas, Universidad Autónoma de Manizales. mariana.tabarest@autonoma.edu.co

los siguientes ejemplos: Devaluación del peso mexicano (Efecto Tequila, 1995); Crisis Asiática (Efecto Dragón, 1997); Devaluación del real en Brasil (Efecto Zamba, 1999); Caída del índice NASDAQ norteamericano (2000); Desaceleración económica de Estados Unidos y aumento generalizado de los precios energéticos (2001); Derrumbe de la economía Argentina (Efecto Tango, 2002); Crisis económica financiera (2008). En todas estas situaciones la incertidumbre ha estado presente, lo esencial ha sido evaluar el riesgo que estas situaciones acarrearán, estos elementos conducen a la reflexión planteada por Pascal (Pascal, 1999) al referirse que: “el mundo desde el punto de vista financiero es un lugar más riesgoso”. De lo anterior surgen las necesidades de nuevos métodos, procedimientos y modelos para medir y controlar los riesgos cada vez más complejos.

En todo el mundo, las pequeñas y medianas empresas están constituyendo la mayor parte del tejido empresarial en términos numéricos. Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), al 1 de enero del año 2016 hay en España 3.232.706 empresas, de las cuales 3.228.747 (99,88%) son MIPYME (entre 0 y 249 asalariados), es decir, el 99%; debido a esto, es que surge la preocupación por indagar y conocer los riesgos a que estas empresas están expuestas, con el fin de generar instrumentos que les permita actuar con oportunidad, que son escasos los estudios en este campo, e inexistentes en el caso que se analiza en este trabajo, particularmente en el ámbito de la gestión de liquidez, endeudamiento y manejo de cartera.

De igual forma, el interés también nace debido a que las empresas pequeñas y medianas no suelen contar (hipótesis apriorística) con un departamento financiero que realice un seguimiento completo y adecuado sobre los diferentes rentes indicadores de riesgo y a partir de ello, tomar las decisiones pertinentes y aplicar las estrategias conducentes a la mitigación de los riesgos en los que están inmersas, como lo indica Miller (1994).

Este trabajo pretende ofrecer elementos que permitan a las empresas contar con herramientas que sirvan para equilibrar los resultados de los indicadores calculados y tener un riesgo controlable. Según San-Martín-Albizuri, N. & Rodríguez-Castellanos, A. (2011), la crisis actual ha puesto de manifiesto la estrecha relación entre tres aspectos consustanciales al desarrollo de los mercados financieros en las últimas décadas: el proceso de globalización, la volatilidad de magnitudes financieras y la incertidumbre.

MARCO TEÓRICO

Entorno Empresarial Español

España, tras un largo proceso de expansión económica, después de la crisis de los años 90 traducido en un crecimiento por encima de la media europea, en el año 2008 sufrió un estancamiento de su economía como consecuencia de la crisis financiera mundial, que acabó por generar un periodo de recesión económica del que aún se recupera (European Commission, 2014). Los resultados mostrados al mundo evidencian una recuperación enmarcada por el crecimiento económico que ha presentado la economía, donde pasó de 1,4% (2014) a 3,2% (2015). Además, se ha visto apalancado como lo menciona el portal (Santander Trade, 2016) por los sectores como

la agricultura que aporta cerca del 2,5% al PIB español. España produce trigo, remolacha azucarera, cebada, tomates, aceitunas, cítricos, uvas y corcho. El país es el mayor productor de aceite de oliva del mundo y el tercero de vino. También es el mayor productor de limones, naranjas y fresas. España dispone de recursos minerales limitados. El segundo sector es la industria manufacturera, la cual está dominada por el sector textil, el procesamiento industrial de alimentos, el hierro y el acero, así como por la maquinaria y la ingeniería naval. Los nuevos sectores, como la deslocalización de la fabricación de componentes electrónicos, la tecnología de la información y las telecomunicaciones ofrecen un gran potencial de crecimiento. Y el tercer y último sector fomentador es el turismo, el cual es la mayor fuente de ingresos del país, que se ha convertido en el segundo destino turístico del mundo, estimulando así la exportación de bienes y servicios. El sector terciario representa dos tercios del PIB y emplea a más de 75% de la población.

Sin embargo, es importante aclarar que las empresas también necesitan de asesorías en otros campos con el fin de hacer un diagnóstico frente a lo que está fallando en la organización, lo que hace que sus indicadores puedan estar en niveles inadecuados. Es decir, en muchas ocasiones podría encontrarse que la empresa deba diversificar sus productos y servicios para, suplir una demanda que está siendo ignorada y esto genera mayor rentabilidad o creación de valor. Lo que se pretende es que el área financiera puede colaborar en la creación de ese valor.

Las pymes suelen tener una cierta ventaja adaptativa para cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual suele ser más difícil en una gran empresa. Así, Toro (2009 y 2012) menciona las siguientes:

- Las empresas pequeñas tienen más dificultad de encontrar financiación a un costo y plazo adecuados, debido a su mayor riesgo, y para solucionar esto recurren a las entidades financieras.
- Son empresas con mayor rigidez laboral y con dificultades para encontrar mano de obra especializada, por lo que la formación previa del empleado es fundamental para ellas.
- Debido al pequeño volumen de beneficios que presentan estas empresas no pueden dedicar fondos a la investigación; sin embargo, en muchos casos son innovadoras en procesos y productos.
- Por su tamaño, poseen una cartera reducida de clientes.
- Otras desventajas que presentan este tipo de organizaciones, según Beltrán (2004), son las siguientes: Las pymes tienen gran debilidad estructural por varias razones principales:
- Les falta estrategia y planeación, lo que se convierte en una limitante para la inserción en un contexto internacional y pone en riesgo su continuidad en el mercado nacional.
- Es difícil el acceso a las líneas de crédito y, por tanto, no es posible la inversión en tecnología capital de trabajo y conocimiento.
- La gestión administrativa, financiera, contable y operativa es muy informal y de manera intuitiva.

Teniendo en cuenta lo anterior y el alto grado de vulnerabilidad al enfrentar el mercado internacional, consideramos las pymes como objeto de estudio, con el fin de coadyuvar a su permanencia en el tiempo. Para contrastar las hipótesis se tomó la muestra de pymes antes indicada, con el fin de observar cuál es el comportamiento del riesgo financiero en las empresas españolas para el año 2014. Para ello, se estableció una serie de objetivos principales y secundarios como:

- Caracterizar el riesgo financiero en las empresas españolas.
- Depurar los estados financieros de las pymes objeto de estudio.
- Determinar los índices de liquidez, endeudamiento y recuperación de cartera que están incidiendo en el riesgo financiero de un grupo de empresas españolas. • Establecer la condición riesgo que poseen las empresas objeto de estudio.
- Analizar el riesgo financiero según los sectores productivos para las empresas objeto de estudio.

De igual forma, antes de desarrollar el trabajo, se indagó sobre las investigaciones que tuvieran relación con el objetivo principal. Así, cabe citar el estudio realizado por Ávila (2005), en la ciudad de Bogotá, denominado *Medición y control de riesgos financieros en empresas del sector real*. El autor considera que existen tres tipos de riesgos financieros en las organizaciones, conocidos como riesgos de mercado, de crédito y de liquidez, desarrollando para cada uno de ellos apartes sobre la gestión, administración y medición. Estos riesgos clásicamente son descritos por autores como Markowitz (1952) y Miller (1994), retomados también por Tudela y Young (2005), es decir, no los articula para realizar un análisis integral, sino que tiene una perspectiva de ellos en el nivel individual. Además, define cinco pasos básicos para la administración de riesgos como:

1. Identificación y selección de riesgos.
2. Evaluación y medición de riesgos.
3. Establecimiento de límites de aceptación de riesgos.
4. Selección e implementación de métodos de administración de riesgos.
5. Monitoreo y control.

El autor desarrolla su trabajo, creando en una organización un departamento de riesgos, el cual considera que debe ser responsable del diseño y adopción del sistema de administración de riesgos y, además, estará acompañado de un comité de riesgos que se encargará de aprobar y señalar las directrices de la empresa en cuanto a la administración y control de riesgos. En este caso, se hace un poco más compleja la estructura que desarrolla el autor en su investigación, ya que incluye una serie de elementos que no aplicarían para las pequeñas y medianas empresas, por el costo de su implementación.

Un aspecto importante de este estudio es que se reconoce la necesidad de la medición del riesgo en las organizaciones, y que se profundiza e investiga en la gestión y administración del mismo, a tal punto que se considera que debe ser un elemento complementario al desarrollo del objeto social de las organizaciones.

En este contexto, también Zorrilla (2003) realiza un estudio en la ciudad de Veracruz (México) sobre la administración de riesgos financieros en las pymes de exportación en contribuciones a la economía, el cual tiene como objetivo servir de guía y demostrar a los empresarios la importancia de la utilización de instrumentos financieros derivados como los *forwards*, *futuros*, *opciones*, *swaps*, para lograr la disminución de los riesgos de mercado. Dicho trabajo, se enfoca en estos instrumentos financieros derivados, por su capacidad para mitigar o reducir los riesgos que afrontan las pymes. Otro estudio es el de Ballesteros y López (2009) de la Universidad de Sevilla; se trata de una propuesta de un modelo simplificado de detección del riesgo empresarial: estudio empírico aplicado al sector de la construcción (pymes). Su finalidad es identificar las variables o ratios más

significativas de solvencia empresarial en las entidades constructoras, mediante el análisis de las cuentas anuales de una muestra de sociedades, unas sin problemas de continuidad en su actividad (empresas sanas) y otras que se encuentran en situación de quiebra o suspensión de pagos (empresas fracasadas), con el objetivo último de proponer un método simplificado de detección previa de posibles situaciones de riesgo.

El autor utiliza información sobre empresas sanas y empresas fracasadas, teniendo en cuenta los datos económicos y financieros de cada una de ellas, correspondientes a los cuatro años anteriores al fracaso empresarial. La técnica estadística que se utiliza para la reducción de las variables que finalmente se integran en el sistema es el análisis multivariante. Según Ballesteros, la utilidad del método discriminante radica en su capacidad para proporcionar un modelo integral de análisis, compuesto por una combinación de ratios poco correlacionadas entre sí, que resume la información económica financiera de una forma más asimilable al usuario.

El análisis discriminante se aplica también con fines predictivos. La cuestión principal en la aplicación predictiva del análisis discriminante está en determinar con la suficiente antelación las situaciones de crisis empresarial. Se trata de catalogar anticipadamente a una empresa como sana o fracasada en función de los valores que vayan tomando las ratios en los años anteriores a la crisis, mediante la aplicación de las funciones discriminantes construidas. Hincapié (2007), en su estudio de *Análisis de riesgo financiero para las micro, pequeñas y medianas empresas del sector metalmeccánico de la ciudad de Manizales*, aplica una unidad de análisis similar al objeto del presente trabajo, aunque con un modelo metodológico diferente. Este estudio propone utilizar el índice Z2, el cual es un modelo econométrico que se construye a partir de razones financieras. Dichas razones se combinan linealmente con un peso específico para cada uno, a fin de obtener como resultado final una calificación (Z-score) que discrimina las empresas que incumplen en sus compromisos. El modelo fue creado por Altman en 1968 para la predicción de la quiebra. (Altman, s.f.). El modelo de Altman utiliza el análisis discriminante como técnica estadística multivariada; es un proceso secuencial en el que el analista excluye aquellas razones financieras que no son estadísticamente significativas e incluye las que sí lo son.

El autor consideró que el modelo mencionado anteriormente requiere contar con la medición del riesgo, ya que los factores de las variables independientes van a entrar como variables numéricas que calificarán cada observación en función de la empresa, el efecto sector, el entorno meso económico y el entorno general. En consecuencia, la variable dependiente de desempeño empresarial que se utilizará será el cálculo del Modelo Z de Altman, conocido con el nombre de probabilidad de quiebra. Por tanto, sobre esta perspectiva, se articula el concepto de riesgo con aquellos factores que al dimensionarlos interna o externamente afectan de manera negativa a la empresa. La incidencia positiva los convierte en factores de éxito, como plantean Álvarez y García en 1996.

Bajo estos planteamientos, se ha considerado adecuado realizar este trabajo, ya que a partir de los resultados que se presenten las empresas puedan generar convenios a través de los cuales, diseñar instrumentos necesarios para prever situaciones no favorables para la empresa y, tal vez, en un corto o mediano plazo pueda verse seriamente afectada o comprometida. Por lo tanto, esas

señales son las que le permitirán tomar las decisiones pertinentes y actuar en el momento adecuado.

Se pretende así ofrecer un criterio de apoyo para la toma de decisiones, siendo esta la causa que motivó hacia la búsqueda de nuevas y mejores alternativas de solución a los problemas organizacionales de las pymes, con el propósito de dar respuesta a sus necesidades.

Un elemento que aporta el diseño de esta herramienta dentro de su metodología es el análisis integral de los indicadores financieros a calcular, ya que estos siempre se analizan y son evaluados de manera individual en algunas organizaciones.

METODOLOGÍA

El énfasis del trabajo es estudio de caso, midiendo y describiendo en algunas empresas el riesgo financiero, pero por la dificultad en el acceso a la información no se trabaja con la totalidad de las empresas españolas y por lo cual, el nivel de inferenciación, se circunscribe a la población objeto de estudio.

En este sentido, el estudio está orientado a medir, observar y caracterizar una realidad de las empresas españolas para el año 2014, donde se analizaron los estados financieros de 35 empresas de un año específico, para luego proceder a realizar los cálculos de los indicadores financieros de liquidez, endeudamiento y rotación de cartera, para proceder a determinar el riesgo mediante un modelo probabilístico y como variable dicotómica. Se escogieron estos tres tipos de indicadores dentro de los riesgos operativos por ser los que afectan en el corto y mediano plazo y teniendo en cuenta que también pueden afectar el desempeño y viabilidad en el largo plazo en las pymes.

Con base en estudios anteriores y pruebas piloto realizadas por los investigadores, se determinó los siguientes valores para delimitar en cada índice la presencia del riesgo o no:

- Liquidez 1,1
- Manejo de cartera 60 días
- Endeudamiento 50 % Con los anteriores referentes se podría definir que una empresa posee riesgo de liquidez

Para determinar el riesgo en cada indicador se estableció que cuando el resultado en el cálculo de la razón corriente sea inferior a 1,1 y cuyo valor bajo la variable “*dummy*” será 1. Este valor de referencia usado no está muy lejano si retomamos lo expresado por Altman (s.f.), el cual, en el análisis discriminante realizado en sus estudios sobre el riesgo de insolvencia con varias ratios financieras, mostró cómo actuaban como predictores del mismo.

Para la recuperación de cartera, una empresa poseerá riesgo en el manejo de cartera cuando el resultado en el cálculo de la recuperación de cartera dé un valor superior a 60 días, y cuyo valor bajo la variable “*dummy*” será 1. Para determinar si una empresa posee riesgo de endeudamiento, será cuando el resultado en el cálculo del índice sea superior al 50 %, ya que, a su vez, compromete a su ciencia patrimonial y el valor asignado en la variable “*dummy*” será 1.

Una vez calculado cada índice (liquidez, endeudamiento y rotación de cartera), este resultado será convertido en términos de riesgo como variable dicotómica del siguiente modo:

- 1 - si el índice financiero posee riesgo
- 0 - si el índice financiero no posee riesgo

Dentro de los riesgos descritos por la literatura que pueden afectar las empresas, se encuentra el riesgo operativo o de negocio, entendido como el derivado de las decisiones que en el seno de la empresa se toman diariamente, ya sea en relación a la producción, distribución, precios, entre otros. Jorion (2001) define el riesgo financiero como la facultad de no estar en condiciones de cubrir los costos financieros de una empresa.

Para los cálculos de los riesgos de endeudamiento y recuperación de cartera se hicieron formulaciones de Sí condicional, que permitieran suavizar el modelo y sus dispersiones. Esta formulación en el caso de la cartera la llevan todos los valores de aquellas empresas que den más de 360 días de recuperación, presentando datos atípicos en el modelo y además superando el período contable máximo (cartera superior a 360 días) y que es castigada por las empresas como perdidas en el estado de resultado al siguiente período. Así mismo se aplicó la formulación del Sí condicional en el endeudamiento, convirtiendo todos los niveles superiores al 100%, ya que las empresas no podrán tener un endeudamiento superior al valor de los activos, aunque los cálculos así lo presenten.

Se trabajó con las empresas de la base de datos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), las cuales fueron en total 35, donde se excluyeron aquellas que se encuentran en proceso de liquidación en donde se clasificaron las empresas por subsectores que, de acuerdo con las empresas estudiadas.

Posteriormente, con los resultados se aplicó estadística descriptiva con el fin de obtener información simplificada para analizarla e interpretarla de forma más eficiente. Específicamente, se utilizaron medidas de tendencia central, las cuales sirvieron como puntos de referencia para interpretar y corroborar los resultados obtenidos a través de los indicadores.

Después de conocer los resultados de cada uno de los indicadores, se aplicó una fórmula de si condicional, para establecer si la empresa poseía o no riesgo, de acuerdo con los tres indicadores calculados. La fórmula consistió en si la sumatoria de los 3 indicadores era igual o superior a 2, entonces la empresa poseía riesgo, ya que el análisis descrito anteriormente consistía en determinar el riesgo solo por indicador. Es decir, el análisis en esta parte del trabajo se hizo de manera integral.

Definido lo anterior se genera una tabla de riesgos, para así determinar por empresa y sector su riesgo financiero a través de los siguientes criterios:

- La empresa que posean 2 o 3 de los indicadores en condición de riesgo (1), poseerá riesgo financiero.
- La empresa que posea 2 o 3 de los indicadores en condiciones de No riesgo (0), no posee riesgo financiero.

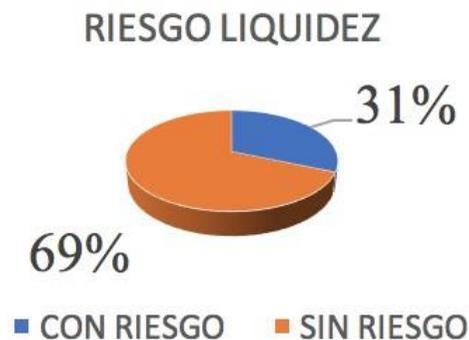
Una vez calculado el riesgo financiero para las entidades, se procederá a hacer un análisis descriptivo del comportamiento del riesgo por tipo de empresa y por sectores productivos según conglomerados por análisis clúster. Este modelo será aplicado a cada empresa y con dichos resultados en clases se construye una la tabla con clases, niveles o intervalos con escala de riesgos y siendo la cantidad de variables número impar (3).

Por último, verificada y validada la base de datos, y esclarecidas las variables independientes que se utilizaron para explicar las variaciones de la variable dependiente (no riesgo financiero, riesgo financiero) se acude al programa SPSS para correr el modelo Logit, el cual permite establecer la bondad, consistencia y confiabilidad del modelo para aceptar o rechazar la hipótesis del trabajo.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

El riesgo financiero de las empresas lo analizamos a través de la descripción de los índices financieros de endeudamiento, liquidez y recuperación de cartera, basados en los estados financieros básicos: flujo de caja, balance general y estado de pérdidas y ganancias, reportados ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) por las empresas de España durante el 2014, los resultados:

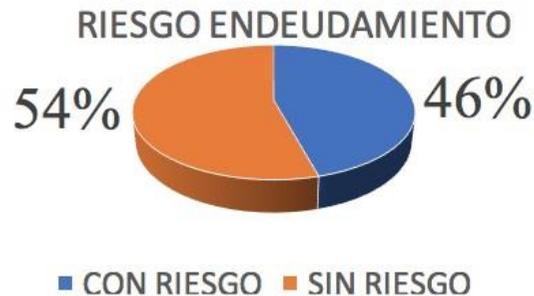
Frente al Riesgo de Liquidez; Podemos observar que para el año 2014, se obtuvieron datos de 35 empresas representadas por el 100% de las cuales, el 31% tuvo riesgo de liquidez. Lo cual indica que estas empresas se encontraron en una situación vulnerable debido a la posible incapacidad de cumplimiento de sus obligaciones en el corto plazo. Sin embargo, es notorio que son menos de la mitad las empresas con este tipo de riesgo, esto puede responder a que de acuerdo con (Ocon Galilea, F. J. (2013). *La crisis económica española a partir del 2007.*), después de la crisis del 2007 durante el periodo de la recesión económica se crearon organismos como FROB y SAREB enfocados a la reestructuración bancaria y por ende se facilitó el acceso de las empresas españolas a las entidades financieras.



Gráfica 1. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CMNV

En cuanto al Riesgo de endeudamiento, encontramos que para el año 2014, el 46% del total de las empresas tuvo riesgo de endeudamiento frente a un 54% de las empresas que no presentaron, afectando la capacidad de respuesta empresarial con relación al cumplimiento de objetivos, comprometiendo así mismo la rentabilidad esperada del capital propio. Esto puede responder a que

varios sectores solicitaron créditos dado que “las entidades financieras, sometidas a una elevada competencia en la captación de activos, ofrecieron considerables facilidades para acceder a los créditos hipotecarios.” (Consejo Económico y social España 2016). El papel del sector de la construcción en el crecimiento económico: competitividad, calidad y cohesión de vida.)



Gráfica 2. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CMNV

Encontramos que, en cuanto al Riesgo de recuperación de cartera, siendo el principal componente par el flujo de efectivo y el eje de liquidez de la empresa. Del 100% de las empresas reportadas para el 2014, el 77% tuvo riesgo en la recuperación de cartera frente a un 23% que no tuvo riesgo. A partir de los datos tomados de CMNV determinamos que los sectores con mayor riesgo en recuperación de cartera son: bancario, servicios, industrial y energético.

RIESGO RECUPERACIÓN DE CARTERA



Gráfica 3. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CMNV

RIESGO FINANCIERO 2014

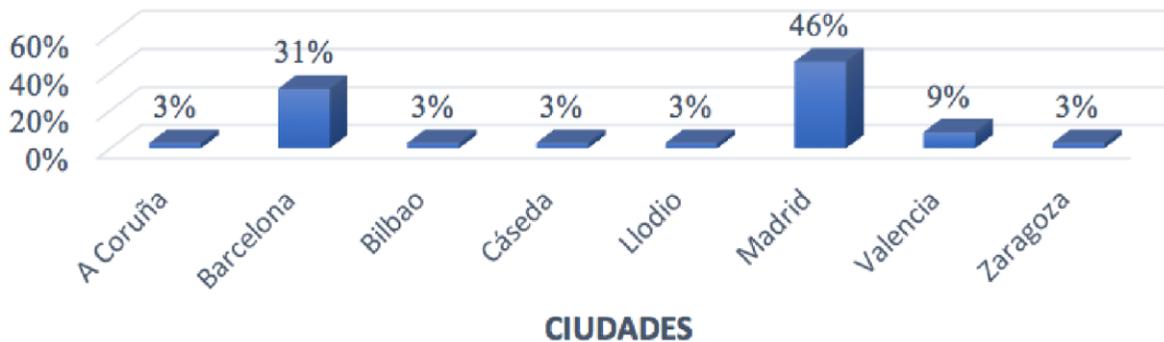


Gráfica 4. Fuente: Elaboración propia a partir de de datos tomados de CMNV

Podemos observar que para el año 2014, se obtuvieron datos de 35 empresas representadas por el 100% de las cuales el 43% tuvo algún tipo de riesgo (liquidez, endeudamiento y recuperación de cartera). Concluimos que el riesgo de mayor significancia para este año fue el riesgo de recuperación de cartera con una participación del 77% y el de menor participación fue el riesgo de liquidez con un 31%. La poca participación del riesgo de liquidez se debe a que como lo mencionamos anteriormente, España después de la crisis del 2007, ha estado en una recesión económica de la cual como resultado se han creado organismos financieros que impulsan las empresas.

Análisis por ciudad

PARTICIPACIÓN POR CIUDAD



Gráfica 5. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CMNV

De las 35 empresas analizadas, la mayoría pertenecen a Madrid y Barcelona. A continuación se detalla el riesgo de las empresas en cada ciudad.

En cuanto a Barcelona se analizaron resultados de 11 empresas; de las cuales el 18% presentó riesgo financiero. En cuanto al riesgo de liquidez solo el 18% presentó riesgo, mientras que para el de endeudamiento el 36% (el doble de riesgo del de liquidez) tuvo riesgo y en el que se obtuvo mayor riesgo fue el de recuperación de cartera con un 55%.

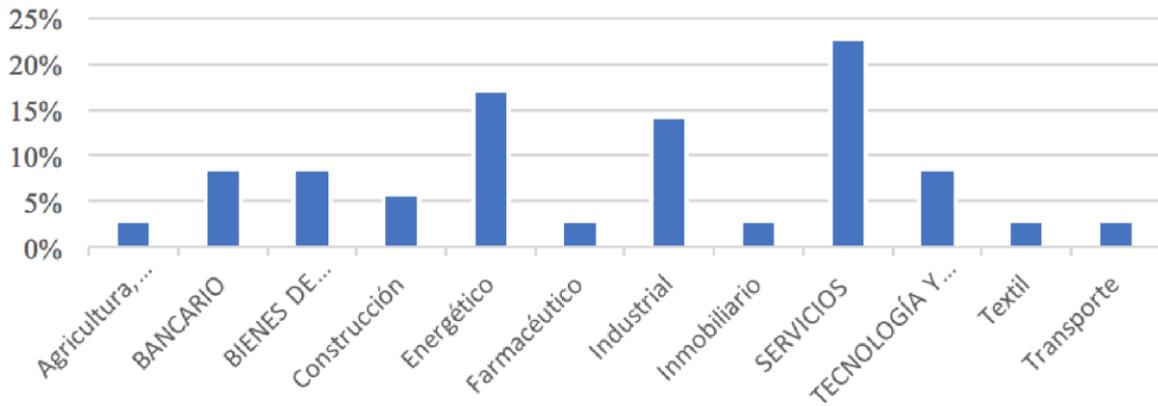
En cuanto a Madrid se analizaron resultados de 16 empresas; de las cuales el 44% presentó riesgo financiero en contraste con el 56% que no lo presentó. En cuanto al riesgo de liquidez el 31% presentó riesgo, mientras que para el de endeudamiento fue de 38% (siendo una diferencia mínima con respecto al riesgo de liquidez) y en el que se obtuvo mayor riesgo fue el de recuperación de cartera con un 88%.

En cuanto a Valencia se analizaron resultados de 3 empresas; de las cuales el 33% es decir 1 presentó riesgo financiero en contraste con el 67% que no lo presentó. En cuanto al riesgo de liquidez el 33% presentó riesgo, mientras que para el de endeudamiento fue de 67% (el doble del riesgo de liquidez) al igual que para el riesgo de recuperación de cartera.

En cuanto a Zaragoza, obtuvimos información de una empresa, la cual presentó riesgo financiero para el año 2014, principalmente en cuanto a endeudamiento y recuperación de cartera contrastado con el riesgo de liquidez.

En lo referente al análisis por ciudad, de las 8 ciudades, 5 presentaron riesgo financiero sin embargo, se debe tener en cuenta que en algunas solo se presentaron datos de 1 empresa, Barcelona presentó menor riesgo financiero que Madrid y en las dos ciudades el mayor porcentaje lo tuvo la recuperación de cartera.

PARTICIPACIÓN POR SECTOR



Gráfica 6. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CMNV

Encontramos que las 35 empresas pertenecen a 11 sectores, los que tiene mayor participación son: Servicios, Energético e Industrial. A continuación, se detalla el riesgo financiero con respecto a cada sector.

El sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca solo tuvo una empresa y no presentó riesgo financiero, sin embargo hay contingencia en la recuperación de cartera. Para el sector bancario solo tuvimos 3 empresas, de las cuales una tuvo riesgo financiero. En cuanto a la liquidez ninguna empresa del sector bancario presentó riesgo, solo una empresa tuvo riesgo de endeudamiento y todas presentaron riesgo en la recuperación de cartera.

Para el sector bienes de consumo solo tuvimos 3 empresas, de las cuales ninguna tuvo riesgo financiero. En cuanto a la liquidez solo una empresa del sector presentó riesgo, ninguna empresa tuvo riesgo de endeudamiento y solo una presentó riesgo en la recuperación de cartera. Para el sector de construcción tuvimos 2 empresas, las cuales no presentaron riesgo financiero. En cuanto a la liquidez y el endeudamiento; solo una empresa presentó riesgo y ninguna empresa tuvo riesgo en la recuperación de cartera.

Para el sector energético tuvimos 6 empresas, de las cuales 4 presentaron riesgo financiero. En cuanto a la liquidez se presenta una igualdad en cuanto a que el 50% tuvo riesgo y el otro 50% no lo tuvo, 4 empresas tuvieron riesgo de endeudamiento al igual que las que presentaron riesgo en la recuperación de cartera.

Para el sector industrial tuvimos 5 empresas, de las cuales 3 presentaron riesgo financiero. En cuanto a la liquidez el 60% de las empresas presentó riesgo, 2 empresas tuvieron riesgo de endeudamiento y las 5 empresas presentaron riesgo en la recuperación de cartera. Para el sector servicios de las 8 empresas, 4 presentaron riesgo financiero. En cuanto a la liquidez el 63% de las empresas no presentó riesgo, el 63% de las empresas tuvo riesgo de endeudamiento y el 75% empresas presentaron riesgo en la recuperación de cartera.

Para los sectores de tecnología y textil el panorama fue similar, ya que ambos participaron con una empresa y presentaron iguales resultados en los diferentes tipos de riesgo. Los resultados fueron de riesgo en endeudamiento, recuperación de cartera y riesgo financiero, sin embargo no lo tuvieron en la liquidez.

En cuanto a los sectores podemos concluir que teniendo en cuenta la cantidad de empresas por sector, el que mayor riesgo tuvo para el 2014 fue el sector energético seguido por el industrial y los de menor riesgo fueron bancarios y de la construcción.

Por último y con el fin de confirmar la información analizada, como se describe en la Tabla (1). Prueba de muestras independientes, todas las variables fueron significativas, indicando que cada una de ellas tiene incidencia y permiten explicar el riesgo financiero. La Tabla (2). Resumen del procesamiento de los casos, muestra que fueron incluidos en el modelo la totalidad de los datos objeto del análisis y ninguno fue dado como casos perdidos. La Tabla 4. Tabla de Clasificación, evidencia que el modelo clasifica el 98,8% de las empresas sin riesgo y el 100% de las empresas con riesgo, por lo que el modelo explica y clasifica correctamente el 99,7% de los casos para la serie de tiempo del 2014 y además, esta tendencia en los resultados entre las tres series de tiempo muestra la consistencia del modelo propuesto.

Dado el resumen de los datos planteados en la Tabla 5. Resumen del modelo y en la Tabla 6. Variables en la Ecuación y las tablas 4 y 5 pruebas especiales, se puede observar cómo la significancia del modelo y de las variables de la ecuación guardan la misma tendencia, donde la significancia es inferior al 0,05 por lo cual se rechaza estadísticamente la hipótesis nula H_0 (La liquidez, el endeudamiento y la cartera no influyen negativamente sobre el riesgo financiero de las empresas).

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos permitieron establecer que el 43% de las empresas presentaron riesgo financiero para el año 2014, siendo este resultado a la vez de los riesgos de endeudamiento, de liquidez y de recuperación de cartera.

Según los resultados arrojados por la investigación, el sector con mayor riesgo financiero fue el energético, dado que más de la mitad de las empresas reportadas presentaron riesgo en los 3 indicadores.

Los resultados de la regresión logit, así como las pruebas de heterocedasticidad y normalidad, permitieron validar la bondad y consistencia del modelo de medición del riesgo financiero y la significancia inferior al 0,05 de las pruebas econométricas adicionales permitieron rechazar la Hipótesis nula (H_0).

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, A., Pachón, L., Rodríguez, N., & Morales, P. (2006). Entorno cultural, político y socioeconómico de las Pymes. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales7/emp/entorno-cultural-politico-y-socioeconomico-de-las-pymes.htm>

Altman, E. (s.f.). The Z-score formula for predicting bankruptcy. Disponible en http://en.wikipedia.org/wiki/Altman_Z-score

Ávila, J. (2005). Medición y control de riesgos financieros en empresas del sector real. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Bogotá. pp. 24-45. Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis01.pdf>

Ballesteros, J., & López, D. (2009). Propuesta de un modelo simplificado de detección del riesgo empresarial: estudio empírico aplicado al sector de la construcción (pymes). Revista Iberoamericana de Contabilidad y Gestión. 7(13), 1-27

Beltrán, A. (2004). Pymes: un reto a la competitividad. Universidad Externado de Colombia: La Universidad. 180 p.

Caixa Bank . (8 de Noviembre de 2016). Recuperado el 12 de Abril de 2017, de <http://www.caixabankresearch.com/el-futuro-de-la-industria-en-espana>

Claver, C., Molina, A., y Quer, R. (2000). Incidencia comparada del efecto empresa y el efecto sector en la rentabilidad Económica: aplicación a una muestra de empresas de Alicante 1994-1998. Economía Industrial, 334, 143-152.

Consejo Económico y social España. (2016). El papel del sector de la construcción en el crecimiento económico: competitividad, calidad y cohesión de vida.

European Commission. (2014). Recuperado el 20 de Junio de 2017, de https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/España:Situación_pol%C3%ADtica_y_económica

Hincapié, J. (2007). Análisis de riesgo financiero para la micro, pequeña y mediana empresa del sector metalmeccánico de la ciudad de Manizales. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, Facultad de Administración, Manizales, Colombia. Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/963/1/javiereduardoincapiépineres.20080.pdf.pdf>

Investigaciones uam. (s.f.). Recuperado el 10 de Abril de 2017, de http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/jsgutier/EE_ITM/T8_Constr.pdf

Jorion, P. (2001). Valor en riesgo. Editorial Mc- Graw Hill, 2.a edición.

- Libre Mercado . (8 de Enero de 2017). Recuperado el 6 de Abril de 2017, de <http://www.libremercado.com/2017-01-08/la-economia-de-madrid-crece-un-56-mas-que-la-de-cataluna-desde-1980-1276589849/>
- Markowitz, H. (1952). The Journal of Finance, Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investment, 7(1), 77-99. Disponible en <http://links.jstor.org/sici?sici=0022-1082%28195203%297%3A1%3C77%3APS%3E2.0.CO%3B2-1>
- Miller, M. (1994) financial innovations and market volatility. Journal of Applied Economics, 11(4), 205-210.
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. (Febrero de 2017). Cifras Pyme.
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (s.f.). Recuperado el 10 de Abril de 2017, de <http://www.minetad.gob.es/industria/es-ES/Servicios/Documents/Agenda-fortalecimiento-sectorindustrial-España-Definitivo-Publica-Correccion-2-2.pdf>
- Ocon Galilea, F. (2013). La crisis económica española a partir del 2007.
- Ocon Galilea, F. J. (2013). La crisis económica española a partir del 2007. Universidad de la Rioja.
- San-Martín-Albizuri, N. & Rodríguez-Castellanos, A. (2011). La imprevisibilidad de las crisis: un análisis empírico sobre los índices de riesgo país. Innovar, 21(39), 161-178. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81819029013>
- Santander Trade . (2016). Recuperado el 21 de Junio de 2017, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>
- Toro, J. (2009). Financial Decisions of Managers of Pymes in Manizales. Journal International of Business and Finance, 4(2), 804-809. Disponible en <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/ISSN-1941-9589-V4-N2-2009.pdf>
- Toro, J., & Rosas, K. (2012). Las decisiones financieras en las gerencias de las PYMES. Estudio de caso –San Juan de Pasto, Colombia–. Revista Digital Observatorio de la Economía Latinoamericana, (163), Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/12/tdre.html>
- Tudela, M., & Young, G. (2005). A Merton-Model Approach to Assessing the Default Risk of UK Public Companies. International Journal of Theoretical and Applied Finance (IJTAF), 8(06), 737-761. Disponible en http://www.researchgate.net/publication/23551828_A_MERTON-MODEL_APPROACH_TO_ASSESSING_THE_DEFAULT_RISK_OF_UK_PUBLIC_COMPANIES
- Zorrilla, J. (2003). La administración de riesgos financieros en las pymes de exportación en contribuciones a la economía. (Tesis de pregrado). Universidad Veracruzana, Facultad de Economía. Xalapa-Enríquez, Veracruz, México.

ANEXOS

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error tip. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Liquidez	Se han asumido varianzas iguales	26,680	,000	3,498	105	,001	4,81961	1,37801	2,08727	7,55194
	No se han asumido varianzas iguales			2,277	30,638	,030	4,81961	2,11650	,50090	9,13831
Endeudamiento	Se han asumido varianzas iguales	,702	,404	-5,705	105	,000	-,33866	,05936	-,45636	-,22096
	No se han asumido varianzas iguales			-4,872	41,770	,000	-,33866	,06952	-,47897	-,19835
Cartera	Se han asumido varianzas iguales	4,609	,034	-3,331	105	,001	-98,55680	29,58636	-157,22110	-39,89251
	No se han asumido varianzas iguales			-3,586	65,958	,001	-98,55680	27,48369	-153,43041	-43,68320

Tabla 1. Prueba de muestras independientes

$$\text{FÓRMULA } Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + m$$

Casos no ponderados(a)	N	Porcentaje
Casos seleccionados		
Incluidos en el análisis	35	100,0
Casos perdidos	0	,0
Total	35	100,0
Casos no seleccionados	0	,0
Total	35	100,0

a. Si está activada la ponderación, consulte la tabla de clasificación para ver el número total de casos.

Tabla 2. Resumen del procesamiento de los casos

	Observado		Pronosticado		
			RIESGO		Porcentaje correcto
			No riesgo	Riesgo	
Paso 1	RIESGO	No riesgo	15	20	98,8
		Riesgo	0	35	100,0
	Porcentaje global				99,7

a. El valor de corte es ,500

Tabla 3. Tabla de clasificación

Resumen del modelo

Paso	-2 log de la verosimilitud	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	69,242 ^a	,427	,610

a. La estimación ha finalizado en el número de iteración 7 porque las estimaciones de los parámetros han cambiado en menos de ,001.

Tabla 4. Resumen del modelo

Pruebas omnibus sobre los coeficientes del modelo

		Chi cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	59,565	3	,000
	Bloque	59,565	3	,000
	Modelo	59,565	3	,000

Tabla 5. Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo

Variables en la ecuación

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	
Paso 1 ^a							
	Liquidez	-,494	,167	8,707	1	,003	,610
	Endeudamiento	5,678	1,516	14,026	1	,000	292,357
	Cartera	,014	,004	11,949	1	,001	1,014
	Constante	-3,343	1,024	10,651	1	,001	,035

a. Variable(s) introducida(s) en el paso 1: Liquidez, Endeudamiento, Cartera.

Tabla 6. Variables en la ecuación

Factores que afectan la competitividad en las MIPYMES de servicios en el municipio de Palmira-Valle del Cauca

María Fernanda Ochoa Taborda¹
Daniela Andrea Polania Paredes²
Lina Marcela Vargas García³

RESUMEN

Este artículo tiene como propósito determinar los factores que afectan la competitividad en las MIPYMES de servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca. Las evidencias presentadas se basan en la información obtenida a través de un estudio descriptivo, utilizando a la entrevista estructurada como herramienta principal de recolección de la información, la cual fue aplicada a cada uno de los gerentes de las MIPYMES del sector servicios de la muestra escogida. Se caracterizaron los principales factores que afectan la competitividad de las MIPYMES de dicho sector, encontrándose que hay factores internos y externos que afectan la competitividad, como los son: la falta de componentes diferenciadores en los servicios ofrecidos, la falencia de innovación y la existencia de diversos impuestos que dejan pocas utilidades para invertir en las empresas, entre otras.

Palabras clave: competitividad, MIPYMES, sector servicio.

ABSTRACT

The purpose of this article is to determine the factors that affect competitiveness in MSMEs providing services in the municipality of Palmira, Valle del Cauca. The evidence presented is based on the information obtained through a descriptive study, using the structured interview as the main tool for collecting the information, which was applied to each of the managers of the MSMEs of the services sector of the chosen sample. The main factors affecting the competitiveness of MSMEs in this sector were characterized, and there are internal and external factors that affect competitiveness, such as: the lack of differentiating components in the services offered the failure of innovation and the existence of several taxes that leave few profits to invest in companies, among others.

Keywords: competitiveness, MSMEs, service sector.

¹ Estudiante del programa de Administración de Empresas, Universidad Santiago de Cali, Grupo de Investigación GUIAM, Colombia, mafe-209@hotmail.com

² Estudiante del programa de Administración de Empresas, Universidad Santiago de Cali, Grupo de Investigación GUIAM, Colombia, daniela-pola@hotmail.com

³ Docente del programa de Administración de Empresas, Magíster en Administración, Universidad Santiago de Cali, Grupo de Investigación GUIAM, Colombia, linamvargas@usc.edu.co

INTRODUCCIÓN

Los principales obstáculos de las PYMES para su desarrollo en Colombia, según Sánchez, (2007), son: las restricciones al crédito, las dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada, la formalización y absorción de nuevas tecnologías, las limitaciones técnicas y competitivas que imponen las escalas de producción, la deficiente infraestructura física, la falta de asociatividad empresarial, la carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico y la dificultad de cimentar la articulación del sector con la gran empresa y con los sistemas de compras estatales. (Hernández, Marulanda & López, 2014)

Las principales causas de mortalidad que presenta las MIPYMES son: falta de un plan de negocios, insuficiencia de capital, inadecuado uso del financiamiento, excesiva carga financiera, falta de capacidad para acceso a nuevos mercados y carencia de habilidades financieras. (Navarrete & Sensores, 2011).

Estas causas se presentan por inexperiencia por parte de los propietarios, ya que la mayoría son empíricos en el manejo administrativo y financiero, por falta de conocimiento los lleva a cometer grandes errores los cuales pueden ser endeudamiento, desconocimiento del mercado, altos costos y desventaja frente a la competencia. En consecuencia, lo que esto conlleva al fracaso y aumentar el índice de mortalidad en las MIPYMES. En muchas ocasiones los propietarios de las empresas MIPYMES, son personas con falta de conocimiento en temas de administración y competitividad empresarial igualmente con falencias en habilidades para la toma de decisiones, debido a esto la manera como administran las empresas no es la más adecuada ya que no crean un plan estratégico que cumpla con objetivos necesarios para fortalecer los factores internos y externos de las empresas, para así alcanzar metas reales a través del buen manejo administrativo y empresarial.

Producto de lo anterior, nace la necesidad de estudiar los factores que afectan la competitividad, en este caso en las MIPYMES del sector servicios, del municipio de Palmira, y de esta manera contribuir al mejoramiento de algunas problemáticas anteriormente mencionadas, de modo que los empresarios puedan conocer sus falencias en cuanto a competitividad y así fortalecerse en un futuro.

MARCO TEÓRICO

Competitividad

La escuela tradicional, que considera a los países como unidad de análisis, mide y define la competitividad cuantitativamente a través de su rendimiento comercial, balanza de pagos, comportamientos de la tasa de cambio, entre otras medidas; y cualitativamente, a través de la actividad científica y tecnológica del país o los resultados de las instituciones de investigación y desarrollo. En el nivel microeconómico, son los sectores, empresas y productos en los que se evalúa la competitividad. Este nivel de análisis es evaluado por lo que se podría llamar la aproximación moderna de la competitividad. Algunas de las formas de medir y definir la competitividad en este nivel se basan cuantitativamente en la participación del mercado, indicadores de productividad y/o costo, márgenes de ganancia y/o beneficios netos. Al igual que en el nivel

macro, existen mediciones y definiciones de tipo cualitativo como la investigación y desarrollo además de las estrategias gerenciales. (Castaño & Gutiérrez, 2011 p. 25)

Hernández (2000) se refieren a la competitividad, como el estadio compartido con las mejoras continuas, por el cual deben transitar las empresas en su camino hacia el éxito, en leal y solidaria competencia con otras de su tipo, sobre la base de ofertar productos u/o servicios de elevada calidad, con precios atractivos y plazos de entrega oportunos y confiables, que le permitan de manera creciente ganar la confianza de sus clientes, tanto nacionales como extranjeros, garantía para lograr ventajas competitivas de sus productos u/o servicios en otros mercados.

Ventaja competitiva

Según Michael Porter (1991) las bases de lo que sería una teoría de la competitividad, enuncia: La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional. (Castaño & Gutiérrez, 2011, p. 24)

El Centro de Estudios de Competitividad de México (Abdel & Romo, 2005) establece que la competitividad de la empresa se deriva de la ventaja competitiva que ella tiene en sus métodos de producción y de organización, en relación con los de sus rivales en un mercado específico. Al referirse a los factores subyacentes de la competitividad de la empresa, el Centro señala los siguientes: a) investigación y desarrollo; b) calificación de los trabajadores; c) cooperación con otras empresas; y d) sistemas de manufactura y producción.

En este sentido, la ventaja competitiva es un factor que toda empresa debe poseer ante las demás para sobresalir y obtener una mejor posición competitiva en el sector que se desenvuelve, siempre y cuando cumplan con los cuatro pilares regidos por el Centro de Estudios de Competitividad de México.

Drucker (1998) afirma que:

El conocimiento es el componente clave en la ventaja competitiva de cualquier empresa porque, como activo, tiene propiedades como las de multiplicarse cuando se comparte, ser la fuente de la dinámica de los demás recursos (por ejemplo, los recursos materiales no se dinamizan sino es con el uso del conocimiento) y ser un recurso con posibilidades de incremento infinitas. (Bernal, Fracica & Frost, 2012, p. 306)

Competitividad empresarial

El trabajo de investigación se centra en la competitividad empresarial la cual Alic (1987) la define como:

“La capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”. Urrutia (1994) afirma que “es la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales” (p.23) Reinel (2005), por su parte, afirma que la competitividad de la empresa es el performance valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores. (Cabrera, Lopez & Ramirez, 2011).

Las empresas para ser competitivas deben de seguir ciertos elementos que favorezca su desarrollo y sostenimiento a través del tiempo, para la OECD (1992), los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa son: a) la exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes; b) la integración exitosa de planeación de mercado, actividades de I+D, diseño, ingeniería y manufactura; c) la capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas; d) la capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados; e) la capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor.

Sector servicios

Cabe resaltar que los servicios son bienes intangibles que son suministrados a la población para satisfacer las necesidades de las personas. Según el Gobierno Nacional, los servicios han tenido un desarrollo relevante a nivel mundial y local. En Colombia, actualmente representan el 61% del PIB y el 65% del empleo que se genera en el país. Lograr una mayor competitividad de los servicios es una pieza fundamental para escalar en las cadenas globales de valor de cualquier proceso productivo, precisó el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz Granados. Dado lo anterior se puede observar que este sector aporte más de la mitad al PIB y al desarrollo de empleo en Colombia, por lo tanto, es de mucha importancia invertir en competitividad para tener una mejor posición a nivel mundial.

METODOLOGÍA

Para determinar los factores que afectan la competitividad de las MIPYMES del sector servicio en la ciudad de Palmira, se planteó una investigación de tipo exploratorio y descriptiva, que utilizó los métodos de observación y deductivo.

La población estuvo constituida por las empresas MIPYMES del sector servicios, legalmente constituidas en la ciudad de Palmira, y consideradas dentro de la de sección del sector servicios de la clasificación de la Cámara de Comercio de Palmira en el año 2016. Las MIPYMES del sector servicios registradas en esta entidad son 3.174, de las cuales 2.959 son micros, 185 pequeñas y 30 son medianas empresas. A esta población se le aplicó un muestreo no probabilístico por cuotas, y se tomaron los siguientes criterios de selección:

- Criterios de selección
- MIPYMES de servicios
- Ingresos hasta 15.000 SMLV

- Tiempo de laborar en el mercado superior a 3 años.
- Sociedad por acciones simplificada.

La Cámara de Comercio del municipio de Palmira brindó información de 50 empresas que cumplían con los criterios seleccionados, de acuerdo con este dato, se tomó una muestra de 20 empresas, que corresponde al 40% del total, que estuvieron disponibles para participar en el estudio.

Se hizo uso de información secundaria contenida en libros, publicaciones periódicas y otro tipo de textos, elaborados por autores que han trabajado en temáticas similares a la planteada en este estudio. La recopilación de la información primaria se hizo a través del uso de técnicas de observación no participante y entrevistas, para lo cual se diseñaron dos instrumentos de recolección.

Resultados y análisis

De acuerdo con las preguntas realizadas en la entrevista, el 85% de la MIPYMES adquieren préstamos bancarios ya que por su experiencia crediticia se les facilita la aprobación de los créditos, el 15% restante financia su empresa con recursos propios debido a que no llevan un periodo de tiempo determinado en el mercado y los bancos no facilitan los créditos. Algunas ventajas de manejar los préstamos bancarios son poder invertir en una mayor infraestructura (maquinaria, materia prima, personal), logrando así una mayor oferta y demanda frente a cualquier tipo de mercado, además permite generar una mayor proyección y emprender con más seguridad, sirviendo como impulso para los pequeños y medianos emprendedores que gracias a estos créditos bancarios encuentran una gran oportunidad para darse a conocer con sus negocios.

En cuanto a la tecnología moderna el 45% de las empresas no poseen la última versión, debido a que es costosa y la empresa no posee los recursos suficientes para obtenerla, sin embargo, con la que cuentan en el momento les ayuda a cumplir con su actividad económica, el 55% restante de las empresas saben la importancia de estar actualizados para ser competitivos y es por ello que invierten en este aspecto.

El 100% de las empresas cumplen con las políticas legales y los impuestos, sin embargo no provisionan de manera efectiva el dinero para pagarlos y se ven obligados a endeudarse para poder cumplir con estos, según los dueños de las empresas los impuestos son muy altos para las MIPYMES, y por esta razón las utilidades obtenidas son muy bajas, lo cual conlleva a no tener mayores inversiones para ser competitivos en el mercado.

En cuanto a capacitación de talento humano, todas las empresas entrevistadas habilitan al personal, algunas lo hacen cada mes 6, 3 o 2 meses, dependiendo de la necesidad de la empresa y de los programas definidos por el área de recursos humanos, se debe tener en cuenta que la adquisición de conocimiento de los empleados es un factor importante para la competitividad ya que genera personal altamente calificado disminuyendo errores en los diferentes puestos de trabajo.

En relación con las líneas de acción organizacional, tan solo el 10% de las empresas entrevistadas tienen definido el plan estratégico, donde se evidencia todas las acciones organizacionales que las empresas deben realizar para cumplir y lograr con las metas y los objetivos, el 90% restante no

tienen conocimiento de estos aspectos ya que al hacer esta pregunta los dueños y/o gerentes de las empresas no sabían que responder.

De acuerdo con la competitividad, en el aspecto diferenciador con su competencia, tan solo el 30% de las MIPYMES ofrecen algo diferente, lo cual les permite conservar clientes y de la misma manera ir captando nuevos, siempre y cuando estas empresas generen un valor agregado hacia ellos, con el fin de ser preferidos a pesar de la alta competencia que existe en el mercado, por el contrario, el otro 70% de las empresas no consideran ofrecer algo diferente. En este punto se puede inferir que las empresas son muy conformistas y no se muestran interesadas en crear estrategias de diferenciación que les permita avanzar y permanecer en el mercado.

El 35% de las empresas se consideran innovadores con sus servicios, mientras que el otro 65% no, los dueños y/o gerentes de las MIPYMES que se encuentran en este último porcentaje no saben la importancia de este aspecto para ser competitivos y no tienen claro la relación de innovación con crecimiento rentable, ya que no implementan estrategias que les ayude a obtener más clientes y a fidelizarlos por medio de la satisfacción de necesidades, asegurando una posición estratégica en el mercado con el fin obtener mayores márgenes de utilidad.

En cuanto a los costos, el 20% de las empresas respondió que sí tienen costos más bajos en comparación a la competencia, mientras que el 80% dicen tenerlos estandarizados, es decir, iguales a la competencia, se debe tener en cuenta que al tener un costo más bajo se puede ofrecer mejores precios y esto permite ser competitivos en el mercado, siempre y cuando la empresa a pesar de sus precios bajo ofrezca servicios de calidad.

Factores que afectan a las MIPYMES prestadoras de servicios en el municipio de Palmira

De acuerdo con las entrevistas realizadas se pudo evidenciar y clasificar los factores más relevantes que influyen en la competitividad de las MIPYMES del sector servicios en la ciudad de Palmira en la siguiente tabla.

Factores que afectan la competitividad de las MIPYMES del sector servicio en Palmira
No poseen la última tecnología para realizar la actividad económica debido a que las utilidades no permiten invertir en ella.
No cuentan con componentes diferenciadores
No innovan
Sus costos son iguales a los de la competencia, por ende, no pueden ofrecer precios más bajos
No tienen definido el plan estratégico.

Existen diversos impuestos dejando pocas utilidades para invertir en la empresa.

Tabla 1. Factores internos que afectan la competitividad. Fuente: elaboración propia.

El entorno económico actual se caracteriza por un acusado ritmo de progreso técnico, cuyos aspectos como la innovación, las nuevas tecnologías junto a la capacitación del recurso humano, se constituyen en factores determinantes para la competitividad, y más allá, para el crecimiento económico. (Peñalosa, 2007 p.84). Según el mismo autor, la competitividad de una empresa puede proceder de diferentes factores como la innovación y la tecnología, constituyéndose en determinantes de la productividad, de la estructura de costos de la empresa, de los precios de los productos y de los salarios de los trabajadores, lo cual impacta positivamente en los niveles de empleo, en el crecimiento económico nacional y en la calidad de vida de la población. (p.85).

De acuerdo a lo anterior, se establece que la tecnología en la mayoría de las empresas entrevistadas se ha convertido en un factor crítico, debido a que no poseen los recursos suficientes para obtenerla, sin embargo, es de suma importancia para llevar a cabo la actividad económica de manera eficiente permitiendo crecimiento competitivo en el sector.

Los altos impuestos que deben pagar las MIPYMES para cumplir con las normas legales que exige el país, lo cual no deja gran utilidad para invertir en la empresa, ya sea en infraestructura, tecnología o capital humano.

Una de las causas de mortalidad que establecieron Navarrete y Sensores (2011), fue la falta de un plan estratégico, ya que este documento presenta los objetivos, estrategias y metas que las empresas quieren lograr en un determinado tiempo, especificando las formas de financiamiento en cual se basara para cumplir con los propósitos establecidos. De la misma manera Perry (2001) afirma que rara vez una pequeña empresa cuenta con un plan de estratégico, lo que le impide identificar posibles fuentes de financiamiento. La realización de un plan estratégico permite conocer de manera anticipada los posibles problemas que puedan ocurrir dentro y fuera de la empresa, con él se obtiene una visión más amplia del mercado, permitiendo ser competitivos con los servicios prestados.

Con base a la falta de ventajas competitivas en las MIPYMES, la mayoría de las empresas entrevistadas no poseen ventaja competitiva ya que según Drucker (1998) afirma que el conocimiento es el componente clave en la ventaja competitiva de cualquier empresa porque, como activo, tiene propiedades como las de multiplicarse cuando se comparte, ser la fuente de la dinámica de los demás recursos (por ejemplo, los recursos materiales no se dinamizan sino es con el uso del conocimiento) y ser un recurso con posibilidades de incremento infinitas. (Bernal, Fracica & Frost, 2012, p. 306).

De acuerdo con la definición anterior, se puede evidenciar que las empresas no poseen conocimientos claros administrativos ya que no concentran sus esfuerzos en ser competitivos debido a la falta de organización y estudio de los mismos, de igual forma tampoco cumplen con el mapa de competitividad, ya que no tienen definidas las oportunidades y amenazas, por ende no existe un plan estratégico en estas empresas

En el diamante de Porter se encuentran diferentes factores como la oferta, la demanda, integración con empresas relacionadas y estrategias empresariales, la cual permite conocer que tan innovadoras son estas en el momento de competir. En las entrevistas se pudo evidenciar que la mayoría de las empresas no cuentan con estrategias empresariales que permitan generar mayor crecimiento en el mercado por medio de la creatividad e innovación.

CONCLUSIONES

La mayoría de las empresas entrevistadas carecen de factores que las hacen competitivas ya que según Reinel (2005) afirma que la competitividad de la empresa es el performance valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores, con lo cual se puede evidenciar que las empresas no cumplen con esto ya que menos de la mitad no cuenta con tecnología moderna para mejorar en su actividad económica y los impuestos establecidos no los dejan avanzar económicamente.

Se recomienda a las MIPYMES entrevistadas, estructurar un plan estratégico, en donde consideren principalmente sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para que puedan realizar estrategias competitivas, fortaleciendo aspectos como la innovación y la tecnología, ya que son factores claves en la competitividad.

Las empresas deben de tener en cuenta la ventaja competitiva ya que esta les ayudará a convertirse en empresa líder, potencializando efectivamente sus recursos, manteniendo y atrayendo nuevos clientes por medio de servicios innovadores y únicos en el mercado. La competitividad es la oportunidad que las empresas deben aprovechar para sobresalir ante su competencia, de la misma manera, ir creando un futuro sostenible a través del cumplimiento de metas de servicios, que esta ofrezca con atributos altamente efectivos y diferentes para así obtener mejores utilidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdel, G. & Romo, M. D. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Revista Comercio Exterior*. 55(3), 200-124
- Bernal, Fracica & Frost. (2012). Análisis de la relación entre la innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial en una muestra de empresas en la ciudad de Bogotá. Vol 28. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232012000500016&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Cabrera, A. López, P y Ramírez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Recuperado de https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_competitividad_empresarial_001.pdf

Castaño, L y Gutiérrez, A. (2011). Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2041/658406C346.pdf?sequence=1>

Drucker, P. (1998). La sociedad postcapitalista. Bogotá: Norma

Franco, C., Bautista J., (2009) Asociatividad empresarial camino a la competitividad, Recuperado de http://www.aciem.org/bancoconocimiento/M/Mem_AsociatividadEmpresarial_caminoalacompeti/ASOCIATIVIDAD%20EMPRESARIAL%20CAMINO%20A%20LA%20COMPETITIVIDAD2%20%5BModo%20de%20compatibilidad%5D.pdf.

Gobierno Nacional. (2013). MinCIT destaca importancia del sector de servicios como factor de desarrollo. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=8051>

Hernández, Marulanda y López. (2014). Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de PYMES en Colombia. Recuperado de www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642014000200013

Hernández, P. (2000) Competitividad y éxito. Algunas tendencias actuales y su repercusión para el sector empresarial. (CEDE).

Navarrete, E. y Senores, E. (2011). El fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas en quintana roo, México: un análisis multivariante. Revista internacional administración y finanzas, 4(3). Recuperado de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v4n3-2011/RIAF-V4N3-2011-2.pdf>

OECD (1992). Competitiveness. First report to the president and the Congress. Washington D.C.

Peñalosa, M. (2007). Tecnología e innovación. Factores claves para la competitividad. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/257/25701508.pdf>

Porter, M (1993). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.

Sánchez, J.J., J. Osorio y E. Baena. (2007) Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES de Colombia. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/180/1/aproximaciones-problema-financiamiento-PYMES.pdf>

Geometría de pasillos en centros de distribución y almacenes: una mirada a las nuevas propuestas que reducen tiempos de recorrido

Álvaro José Torres Penagos¹

Paola Andrea Salazar Valencia²

RESUMEN

El proceso de ubicación y dimensionamiento de almacenes es un factor estratégico al momento de diseñar sistemas logísticos, debido a que se convierte en un componente físico que genera ventajas competitivas de reducción de costos, tiempos de respuesta y servicio al cliente. El diseño de almacenes se ha convertido en una actividad variable y temporal que depende de diferentes condiciones específicas de la obra y que se desarrolla en mayor parte a través de la experiencia, dejando de lado el conocimiento y técnicas especializadas que pueden generar resultados con mayor eficiencia. A pesar de los avances realizados en el campo de la Ingeniería Industrial relacionados con el proceso de ubicación y dimensionamiento de instalaciones, se está dejando de lado la oportunidad de generar aplicaciones de innovación y desarrollo que determinen mejores prácticas en el proceso operativo de este tipo de empresas. Se han realizado estudios respecto a nuevos diseños en las geometrías de las bodegas o los centros de distribución y se ha demostrado la disminución en tiempos de desplazamiento en el interior de estos centros de distribución en el momento de alistar los pedidos. Esta revisión pretende retomar las nuevas geometrías como una opción de mejora en los sistemas logísticos y así poder brindar información concreta y resumida a las empresas que ven el cambio de sus geometrías de pasillos como una oportunidad de mejora a sus procesos logísticos.

ABSTRACT

The process of location and sizing of warehouses is a strategic factor when designing logistics systems, because it becomes a physical component that generates competitive advantages of cost reduction, response times and customer service. The design of warehouses has become a variable and temporary activity that depends on different specific conditions of the work and that is developed mostly through experience, leaving aside the knowledge and specialized techniques that can generate results with greater efficiency. Despite advances in the field of Industrial Engineering related to the process of location and sizing of facilities, the opportunity to generate innovation and

¹ Ingeniero Industrial - [Coordinador Investigación Formativa-Ingeniería Industrial]; [Coordinador Área de producción] [Programa Ingeniería Industrial]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: alvarojose.torres@upb.edu.co

² Economista – Especialista en Gerencia. [Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

development applications that determine best practices in the operational process of this type of Business. Studies have been carried out on new designs in the warehouse geometries or the

distribution centers and the decrease in times of movement inside these distribution centers has been demonstrated at the time of ordering. This review intends to retake the new geometries as an option for improvement in the logistic systems and thus be able to provide concrete and summarized information to the companies that see the change of their corridor geometries as an opportunity to improve their logistics processes.

INTRODUCCIÓN

Las empresas logísticas colombianas deben encontrar en sus operaciones diarias, la forma de reducir costos y ser competitivos sin que esto implique una reducción en la calidad de los servicios logísticos. Una oportunidad de mejora y disminución de costos está en la selección de la geometría de las bodegas adecuada según el tipo de productos que se deseen almacenar ya que hay una estrecha relación entre la gestión de operaciones, manipulación de materiales y el diseño en los centros de distribución.

Actualmente, en la cadena de abastecimiento el almacén o bodega, no solo es una instalación utilizada para la conservación y uso de inventarios, sino que se ha involucrado en el proceso y brinda soporte a la organización, en cuanto funciona como un centro enfocado al servicio y al cumplimiento de las metas organizacionales, impactando positivamente a la cadena logística siempre que esté bien ubicado y su diseño sea compatible con el proceso productivo.

El objetivo del diseño- Layout - de los centros de distribución, es facilitar la rapidez de la preparación de los pedidos, la precisión de los mismos y la colocación más eficiente de existencias, por medio del incremento en la velocidad del ciclo de pedido y así potenciar las ventajas competitivas de la organización. Esto además es de gran importancia para minimizar los costos totales de manejo de la bodega.

Los almacenes en la industria se componen típicamente de estanterías de una o de doble profundidad dispuestos en pasillos de recogida paralelos. En los almacenes donde se realizan procesos de picking, los trabajadores viajan a través de pasillos con carritos de recogida (Transpaletas, montacargas, recoge pedidos) y realizan la ruta de recogida de artículos o de los pallets almacenados. Los establecimientos grandes suelen tener uno o más pasillos transversales, que tienden a reducir el recorrido y la distancia entre selecciones sucesivas en un tour de alistamiento de pedidos (Roodbergen y de Koster, 2001).

La investigación de diferentes autores sobre nuevos diseños de geometrías para bodegas garantiza la reducción de tiempos de desplazamiento dentro de los mismos. Gue y Meller (2009) argumentan que las distancias de viaje en almacenes de carga consolidada, se pueden reducir hasta en un 20% mediante la configuración de los pasillos, modificando su ángulo y creando algunos transversales. Los diseños no tradicionales de geometrías en centros de distribución que se tendrán en cuenta para la investigación son: Flying V, Fishbone, The Chevron, The leaf y The ⁴ Butterfly. Sin embargo,

el tamaño del almacén debe ser ligeramente más grande para compensar el espacio perdido, pero esto será compensado con la eficiencia de un un viaje más directo.

(Bartholdi, Jhon J, Hackman Steven. Warehouse and Distribución Science, 2008)

Se realizó una búsqueda de bibliografía acerca de las geometrías no tradicionales y su implementación a partir de centros de distribución que tenían ya una geometría tradicional y se encontró la siguiente información:

Diseño de un centro de distribución para carga unitaria: Cuando el producto se almacena en lugares convenientes, es fácil de alistar lo solicitado por un cliente. Pero lo que se entiende por "conveniencia" depende de modelos de trabajo y del espacio. Estos modelos son más sencillos para los pallets, porque tienen dimensiones estándar y son, en muchos casos, manejados uno a la vez. El concepto de "conveniencia" se hace progresivamente más difícil de fijar como discutimos unidades más pequeñas de almacenamiento y manipulación, tales como cartones y piezas. (Bartholdi y Hackman. 2008).

En los almacenes de carga unitaria, los artículos son estibados y recuperados en pallets, y cada recogida es para un solo pallet. Los centros de distribución de carga unitaria son utilizados de dos maneras generalmente: uno, como áreas de selección de pedidos, donde los productos se reciben y se envían en cantidades de pallets y dos como áreas de reserva que reponen zonas de captura rápida (Bartholdi y Hackman, 2008). Las operaciones de carga unitaria también son comunes en el crossdocking, donde los pallets se almacenan brevemente antes de ser cargadas en camiones de salida.

Los almacenes de carga unitaria pueden usar ciclos de un solo comando, de doble o ambos. En un ciclo de mando único, un trabajador recoge un pallet o realiza una selección en cada viaje en el almacén. Por lo tanto, el viaje es hacia y desde una única ubicación de almacenamiento. En un comando dual a menudo denominado "intercalado de tareas", un trabajador visita dos lugares de almacenamiento por viaje.

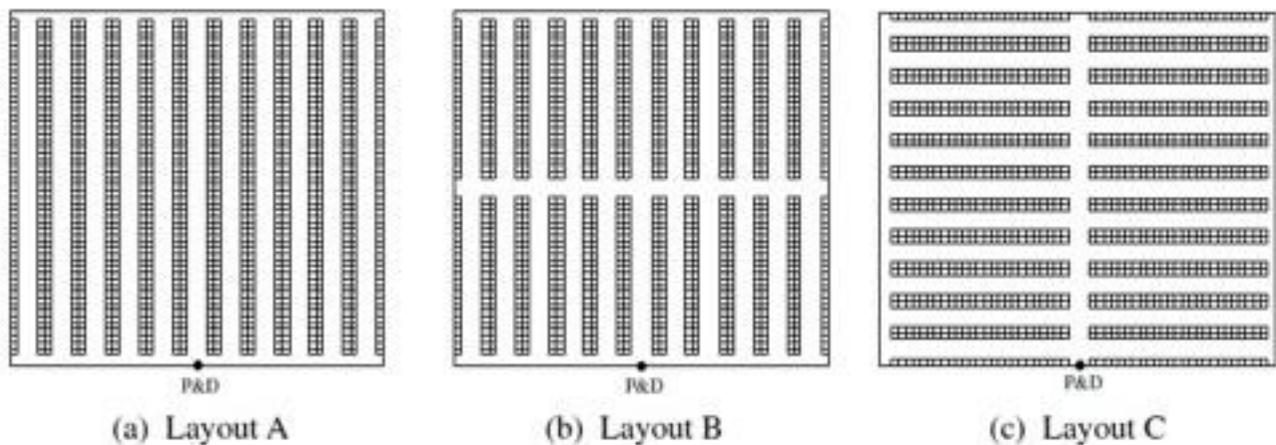


Figura: 1 /Fuente: Gue y Meller, 2009. Pasillos típicos en la industria

Los comandos dobles son más eficientes respecto al viaje, pero requieren la recepción concurrente, el envío, operaciones y sistemas informáticos avanzados para dirigir a los trabajadores a las

selecciones. Como resultado, son más comunes las operaciones de un solo comando. (Gue y Meller. 2008)

Para facilitar el picking y realizar alistamientos más eficientes los diseñadores de almacenes han insertado un pasillo transversal que en menos de una unidad de carga en operaciones de recolección (por ejemplo, recoger cajas de pallets) tiene algunas ventajas, pero si un almacén de carga unitaria usa comandos únicos o dobles determina, hasta cierto punto, el diseño del espacio de almacenamiento. Si las operaciones son exclusivamente de comando único, entonces un pasillo central tradicional no confiere ningún beneficio. Es fácil ver por qué: si el punto P & D (punto de partida y llegada) está a lo largo del límite inferior del espacio de picking, insertando un pasillo transversal se mueve aproximadamente la mitad de los lugares más alejados. No hay un beneficio correspondiente porque la distancia de viaje a cada ubicación sigue siendo la distancia rectilínea del punto P & D. Si las operaciones son exclusivamente de doble mando, entonces un pasillo intermedio puede ser beneficioso, dependiendo sobre el tamaño del almacén (Roodbergen y de Koster, 2001).

Kevin R. Gue y Russell D. Meller en su artículo: "Aisle Configurations for Unit-Load Warehouses" (2008), y en el artículo "The Application of New Aisle Designs for Unit-Load Warehouses" publicado para la conferencia de investigación e innovación en ingeniería en Honolulu, Hawaii (2009), realizan unas propuestas de distribución de estanterías en un centro de distribución cuyo objetivo es minimizar la distancia de recorrido esperada para un ciclo recogida de una unidad de carga de un centro de distribución que utiliza el almacenamiento al azar. Asumieron que hay un solo P & D en la parte inferior central del centro de distribución. Un solo punto de P & D podría representar una paletización, una máquina retractiladora, o la estación donde los trabajadores reciben sus instrucciones de picking. Se asume que los trabajadores operan independientemente y no interfieren entre sí; es decir, no hay congestión. En su experiencia ellos asumen que esto es una suposición razonable porque el número de trabajadores en la mayoría de los almacenes de carga unitaria no es lo suficientemente grande como para crear una congestión significativa, y los pasillos típicos son bastante anchos para permitir el paso.

Algunas de estas recomendaciones de geometrías de pasillos no convencionales sugeridas por estos autores son:

Diseño de pasillos Flying-V: Para este diseño, que nombraron diseño "Flying-V" debido a su forma, insertaron un pasillo cruzado hacia el espacio de almacenamiento y no restringido para cumplir con los pasillos de picking sólo en ángulo recto. Es decir, Gue y Meller formularon un modelo de optimización que selecciona la intersección del pasillo transversal insertado con los pasillos de recogida permitiendo que la intersección ocurra en un punto diferente para cada pasillo de picking.

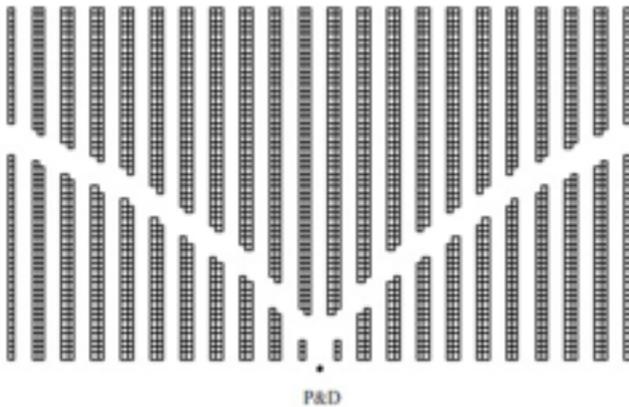


Figura 2. Fuente: Gue y Meller, 2006.
Diseño de pasillos Flying-V

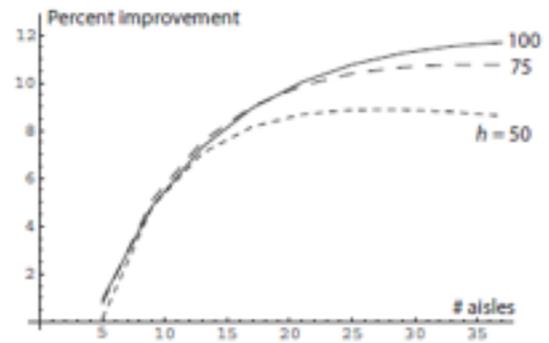


Figura 3 Fuente: Gue y Meller, 2009.
Porcentaje de Mejora en la distancia de viaje esperada para almacenes Flying-V de tres longitudes de pasillos h (h en número de pallets)

En la figura 2 se muestra el resultado para un almacén con 21 Pasillos y 100 lugares de recogida. Se puede observar que el pasillo transversal óptimo está ligeramente "curvado" (es en realidad lineal por piezas). El diseño del diseño Flying-V tiene una distancia de viaje esperada de un 10,0 por ciento más baja que la de un almacén de pasillo paralelos con la misma longitud total de pasillos. Se debe tener en cuenta que esta comparación cuenta el espacio adicional necesario en el diseño Flying-V para insertar un pasillo cruzado. La idea principal detrás del diseño de Flying-V es que un pasillo transversal que corta diagonalmente a través de los pasillos, ofrece una especie de "ventaja euclidiana", permitiendo a los trabajadores llegar a la mayoría de los lugares más rápidamente.

Diseño de pasillos Fishbone: El segundo diseño de Gue y Meller que muestran en su publicación del 2009, no tiene en cuenta el supuesto tácito que los pasillos de picking deben ser paralelos entre sí. Observe que las selecciones a lo largo de la parte inferior del diseño Flying-V todavía requieren recorridos rectilíneos. El diseño del pasillo "Fishbone" supera esta desventaja al girar los pasillos de recogida a 90 grados. La figura muestra el resultado de esta optimización. Este modelo equivalente de 21 pasillos de recogida vertical, cada uno de los cuales tiene una longitud de 50 posiciones de paletas. En este caso, es óptimo para el pasillo transversal insertado para correr a la esquina del almacén. Este diseño espera tener distancias de viaje de 20,4 por ciento más baja que un equivalente en un almacén tradicional. Este diseño requiere un espacio adicional necesario para insertar un pasillo transversal.

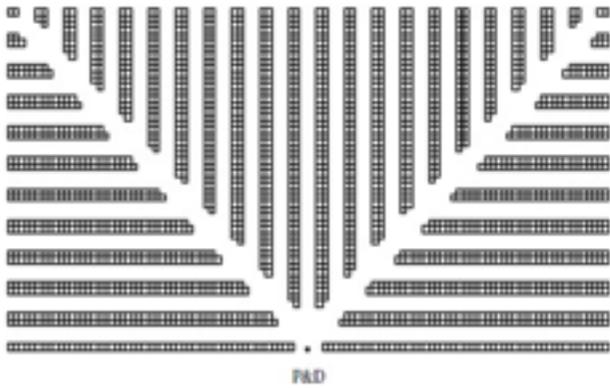


Figura: 4 Fuente: Gue y Meller, 2006.
Diseño de pasillos Fishbond

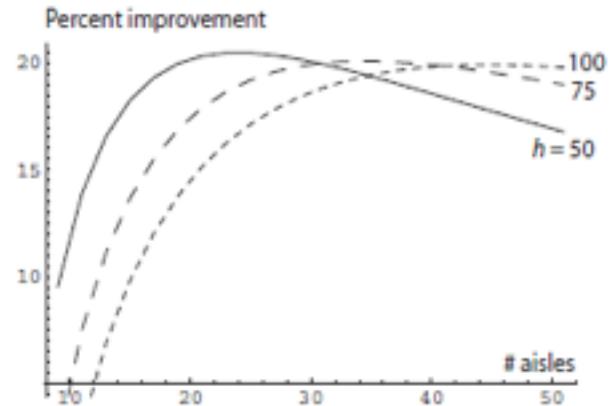


Figura: 5. Fuente: Gue y Meller, 2009.
Porcentaje de Mejora en la distancia de viaje esperado para almacenes Fishbond de tres longitudes de pasillos h (h en número de pallets)

Diseño de pasillos Chevron: Una desventaja del diseño de Fishbond es el acceso limitado al espacio de almacenamiento debido a un único punto central de P & D. El tercer diseño de Gue y Meller, al que llaman "Chevron aisles" es un intento de abordar esta preocupación. Con suposiciones comparables sobre anchos de pasillo, etc. Las reducciones en la distancia de viaje están muy cerca de las reducciones 'for the Diseño Fishbond'. Esto puede ser visto considerando la misma ubicación en el diseño y observando que los viajes en el diseño Fishbond es a lo largo de la diagonal, a continuación, horizontal o vertical a la ubicación, mientras que el viaje en una Chevron es vertical u horizontal, a lo largo de un pasillo diagonal de picking a la ubicación. En este sentido, los pasillos Chevron son una especie de "Dual" a los pasillos de Fishbone.

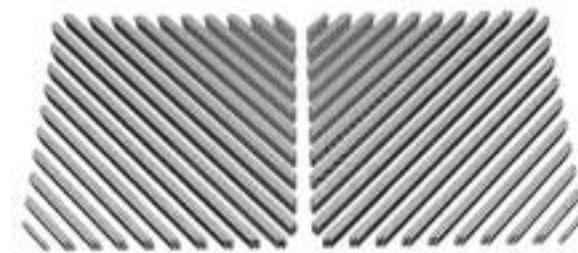


Figura: 6. Fuente: Gue y Meller, 2009. Diseño de pasillos Chevron

Ömer Öztürkoğlu y Russ Meller en el artículo titulado "Optimal unit-load warehouse designs for single-command operations" (2012), presentan tres nuevos diseños: Chevron, Leaf y Butterfly, cada uno de los cuales es óptimo para una variedad de tamaños de almacén.

Diseño de pasillos "The Leaf":

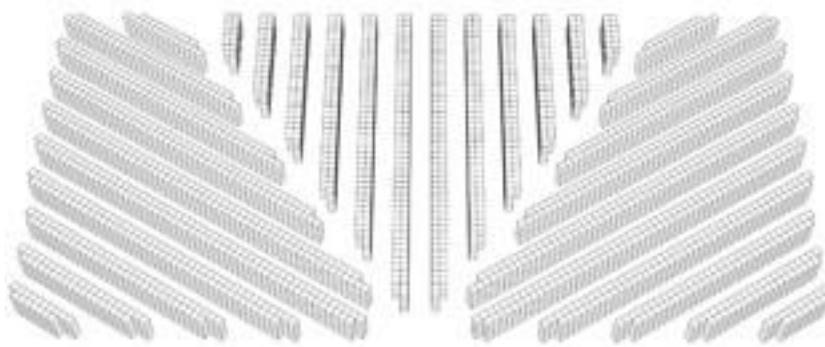


Figura: 7. Fuente: Öztürkoğlu y Meller, 2012. Diseño de pasillos “The Leaf”

Este diseño es similar al de la espina de pescado, ya que tiene dos segmentos de pasillo cruzado, pero se ha flexibilizado en el requisito de que los pasillos de recolección sean verticales u horizontales. Los pasillos transversales en el diseño “The Leaf” son más escarpados que en un diseño “Fishbond”, y los pasillos en los lados derechos e izquierdos están en un ángulo que reduzca recorrido esperado.

Se debe tener en cuenta que el diseño de “the Leaf” requiere más espacio alrededor del punto de recogida y depósito (P & D) en la parte inferior, lo cual es una desventaja del diseño. Este fenómeno es aún más notable en la Mariposa:

Diseño de pasillos “The Butterfly”: En este diseño, el aumento del número de pasillos cruzados hace que el viaje se acerque y se acerque más a un “viaje por vuelo” directo, pero a costa de desplazar las ubicaciones más cercanas al punto de P & D, la pregunta sería ¿Cuándo ya no es beneficioso agregar pasillos cruzados adicionales?

A continuación, se muestra una gráfica que responde parcialmente a esa pregunta. El diseño de Chevron tiene la menor distancia de viaje esperada (el mayor porcentaje de mejora respecto a un diseño tradicional) cuando el número de pasillos en un diseño tradicional equivalente es de 27 o menos. Para almacenes entre 29 y 63 pasillos, el diseño “Leaf” es ligeramente mejor que Chevron.

Para almacenes de más de 65 naves, “The Butterfly” es siempre ligeramente mejor que “the Leaf”. Estas observaciones nos llevan a concluir que para operaciones conformes a nuestras principales hipótesis el Chevron es el mejor diseño para almacenes de tamaño realista.

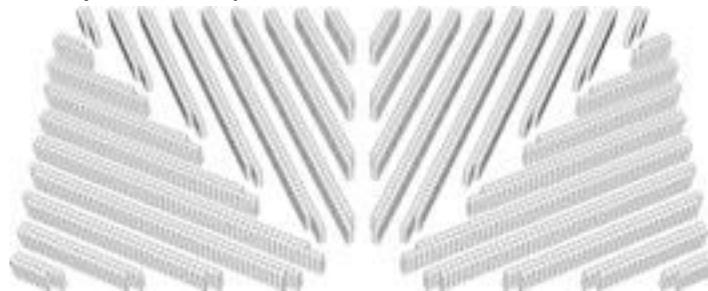


Figura: 8 . Fuente: Öztürkoğlu y Meller, 2012. Diseño de pasillos “The Butterfly”

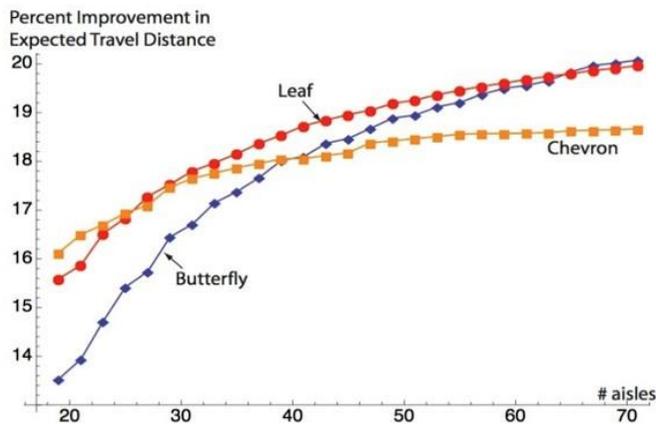


Figura: 9. Fuente: Öztürkoğlu y Meller, 2012.
% de mejora en las distancias recorridas según el
para número de pasillos, para tres diseños de pasillos

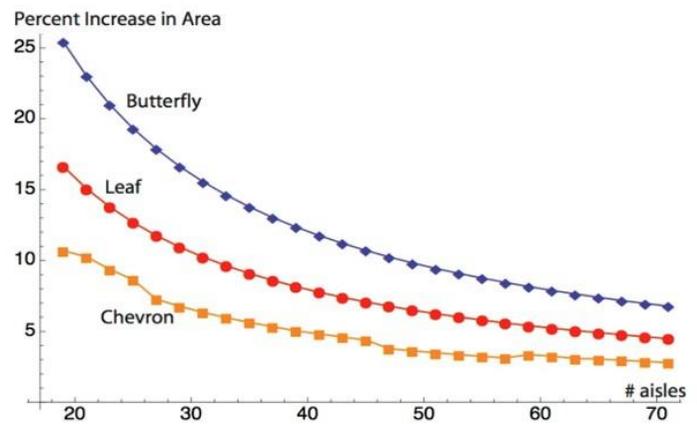


Figura: 10. Fuente: Öztürkoğlu y Meller, 2012.
Necesidades de área según número de pasillo
tres diseños de pasillos

Jiménez, Manotas y Villota (2013) realizaron un estudio con la Universidad del Valle; su propuesta metodológica supone dos fases, en la primera se debe trabajar con las condiciones iniciales con que cuenta el centro de distribución (geometría tradicional), es decir, el tipo de configuración y el método de disposición de almacenamiento que este utiliza. Una vez aplicada la fase 1, se obtendrán unas órdenes de recolección base, que serán replicadas y probadas bajo fase 2, en el cual se utilizan diferentes métodos de disposición de almacenamiento para las dos configuraciones del área de almacenamiento: la tradicional y la propuesta por ellos que es la geometría Fishbone.

Para elaborar la simulación utilizaron el software Excel, más específicamente se crea una macro en Visual Basic®, la cual se programa con el software Lingo. Ellos recomiendan que cuando un centro de distribución tradicional ya existente opta por una configuración no tradicional, debe tener en cuenta algunas características: el nuevo diseño se ajuste a los estándares del bosquejo en forma rectangular que presenta la configuración tradicional, la distancia entre los pasillos y la longitud y el ancho del área de Layout.

Ellos recomiendan la configuración de Layout basada en el modelo espina de pescado para aquellos almacenes en proyecto de construcción. Por el contrario, para aquellos que ya cuentan con una configuración tradicional y quieran adoptar esta nueva configuración, es necesario primero que determinen si los ahorros generados por dicho cambio, justifican la inversión requerida para lograrlo. En este estudio, el ahorro en el tiempo total de operación es bajo para ambas configuraciones, ya que la mayor parte de éste es consumida por el tiempo total de cargue de los productos, es decir, que si se logra una disminución significativa en las operaciones de cargue, se obtendrá un mayor ahorro en los tiempos totales de operación.

Russell D. Meller y Kevin R. Gue, mencionan en su artículo "The Application of New Aisle Designs for Unit-LoadWarehouses" sobre algunas de las primeras implementaciones de estas geometrías no tradicionales en algunas empresas en los Estados Unidos y demuestran las mejoras generadas en sus almacenes. Una de estas es la implementación realizada en el 2007 en un almacén Whitewater, WI. Este almacén fue construido por Generac Power Systems, un fabricante de generadores. La mayor parte de esta instalación es un almacén de carga unitaria, con todo el

producto recibido en pallets y casi todas las órdenes para despachar generadores también son en pallets. Así, los pallets de generadores, que se envían desde la planta de fabricación de Generac, se descargan en pallets desde los camiones y son ubicados en una zona central de descargue, la cual sirve también como el punto de recogida para el almacén. Los pallets son recogidos en la zona de descargue con montacargas y son llevados a un área de almacenamiento que se configura con un pasillo en forma de V. El almacén de Generac ha reportado resultados positivos asociado con el nuevo diseño, en particular, Generac power system cita la mejora del flujo de materiales y de las distancias de viaje reducidos, pero la compañía ha dado cuenta de algunos beneficios inesperados, así como, por ejemplo, los trabajadores ya no tienen que realizar giros de 90 grados para entrar en los pasillos de picking, los giros de 45 grados son más fáciles de hacer, el resultado es el incremento de la productividad.

Russell D. Meller y Kevin R. Gue, hablan en este mismo artículo de una empresa en Florida, la cual parece ser la segunda empresa en Estados Unidos en utilizar una geometría no tradicional, esto ocurrió en el 2008 y no mencionan el nombre de la compañía. Al igual que la instalación de Generac, en su mayor parte maneja la unidad de cargas, con todo el producto recibido en pallets y la mayoría de las órdenes de despachos en pallets completos (o para un pallet consistente de dos elementos). Ellos acogieron una geometría de pasillos similar a fishbone, en donde a diferencia de la implementación en Generac con una ubicación céntrica para recoger y despachar, en este centro de distribución los pallets se reciben a lo largo de la parte superior de la geometría, posteriormente los pallets se almacenan en un bloque de apilamiento en configuración simple, doble o triple de profundidad.

Los pallets para despacho son llevados a una estación ubicada en la parte inferior de la geometría del centro de distribución, después de este paso, los pallets son llevados a las puertas de envío situado en la parte inferior del almacén. Al igual que con Generac, la instalación era nueva donde el personal de la empresa trabajó directamente con ellos en este nuevo diseño. La gestión de esta instalación se complace con los aumentos en el rendimiento que han sido logrados hasta la fecha; por ejemplo, informan la misma producción con menos trabajadores.

Luis Cardona, Diego Soto, Leonardo Rivera y Héctor Martínez en su artículo: “Detailed design of fishbone warehouse layouts with vertical travel” realizaron un método para generar un diseño detallado tridimensional de la geometría Fishbone de pasillos, el modelo utilizado aplica una secuencia matemática finita y representa el diseño Fishbone en términos de cuatro características primarias, luego desarrollaron un algoritmo que genera un diseño de Fishbone en detalle dando valores a estas características primarias. Presentan un modelo optimizado de estas características, minimizando el costo operacional total del centro de almacenamiento. El propósito de este estudio fue disminuir la dependencia entre los expertos y la decisión humana en el proceso de implementación de un diseño Fishbone en los proyectos de mejora de los centros de almacenamiento.

Gue y Meller en su artículo “Optimal Unit-Load Warehouse Designs for Single-Command Operations” del 2011 Presentan un modelo de espacio continuo para viajes en un almacén de carga unitaria que permite que los pasillos y naves de recogida puedan tomar cualquier ángulo. El modelo produce diseños óptimos para uno, dos y tres almacenes de pasillo cruzado, que llamaron Chevron, Leaf y Butterfly. Ellos usaron un modelo discreto más exacto para mostrar qué diseños son los

mejores para una amplia gama de tamaño de almacenes. Muestran como el diseño de Chevron, que es relativamente nuevo en la práctica, es el mejor diseño para muchas aplicaciones industriales.

Algunas implicaciones finales

La inserción de cualquier tipo de pasillo transversal reduce la densidad de almacenamiento. Por tanto, los diseñadores deben luchar con la compensación de un espacio de almacenamiento ligeramente más grande que una reducción costes. (Gue y Meller. 2008)

Algunos de los trabajos en curso por Gue y Meller se centran en examinar algunas de las suposiciones hechas al evaluar los diseños anteriores. Es decir, se está en el proceso de examinar el impacto en los ahorros que se pueden realizar en almacenes en los que:

1. Las operaciones de almacenamiento y recuperación son intercaladas; 2. El número de puntos de P & D es mayor que uno;
3. La densidad de almacenamiento no es uniforme.

Políticas de almacenamiento no aleatorio: En el área de un almacén, es típico utilizar almacenamiento aleatorio (o más precisamente, no considerar la rotación del producto en el orden de colocación de los pallets en la asignación entrantes a las ubicaciones de almacenamiento). Gue y Meller han investigado el comportamiento del diseño Flying-V y Fishbone bajo almacenamiento teniendo en cuenta la rotación del producto. Como se ve en la figura, los lugares de almacenamiento más oscuros son inversamente proporcionales a la distancia desde el punto de P & D, es decir, las ubicaciones más oscuras son mejores.

Al conectar ubicaciones del mismo nivel de actividad, Podemos formar líneas de contorno. Las curvas de nivel del almacén tradicional (ver figura 11) dan una forma que refleja el recorrido rectilíneo, mientras que el contorno líneas del diseño fishbond (Figura 11). Una forma casi semicircular. Las líneas de contorno en el almacén Flying-V (Figura 11, medio) son más difíciles de caracterizar debido a dos trayectos en este tipo de almacén. Es decir, en el almacén Flying-V se accede a algunos puntos desde el pasillo transversal inferior y se accede a los puntos restantes desde el pasillo cruzado insertado. Las comparaciones de rendimiento bajo un solo comando operaciones para una variedad de actividad relativa de artículos (por ejemplo, 20/80 indica que el 20% de los artículos son responsables de 80% de la demanda) se presentan en la Figura 16 para esquemas Flying-V y Fishbone. En general, como se esperaba, ya que el perfil de demanda del artículo se asemeja más al azar almacenamiento, los nuevos diseños realizar el mejor. Sin embargo, Incluso con la curva relativamente pronunciada de 20/80, un diseño fishbond puede lograr más de un 10% de mejora sobre un diseño tradicional para la mayoría de los tamaños de las instalaciones.

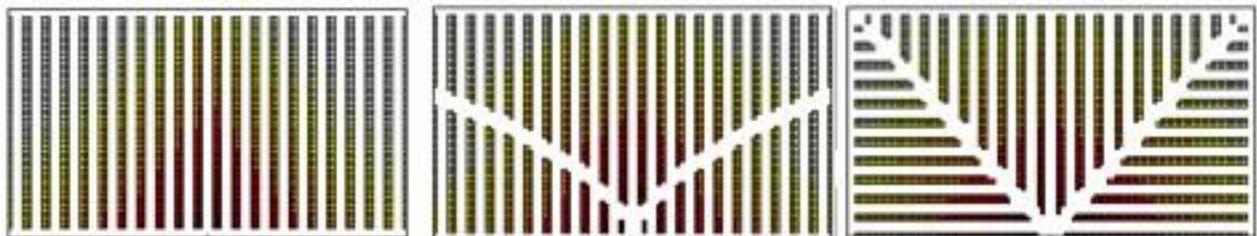


Figura: 11. Fuente: Gue y Meller, 2009. Diseño de almacenes con almacenamiento según rotación

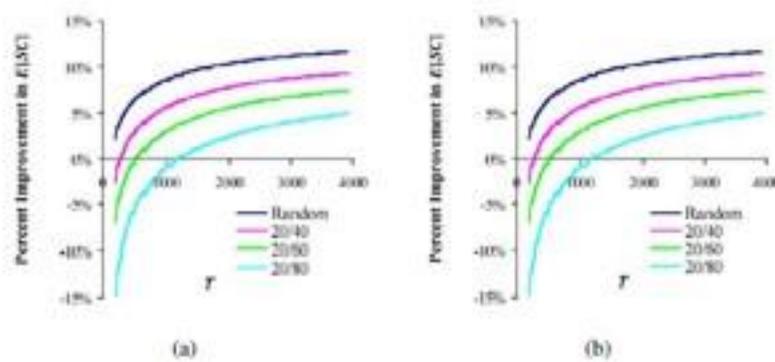


Figura: 12. Fuente: Gue y Meller, 2009. (A) Comparación de almacenamiento dedicado para diseño Flying-V
(B) Comparación de almacenamiento dedicado para diseño Fishbone

Las empresas siempre están buscando aumentar sus ventajas competitivas, reduciendo sus costos de producción, diferenciando su producto y direccionando su estrategia de marketing al nicho de mercado deseado, por lo cual, la consecución de ventajas competitivas a través de la Logística dependerá, en gran medida, de la forma como se adelanta el proceso de inventario, cómo se maneja y se ordena, para disminuir los costos operativos y direccionar el tiempo hacia otras actividades, sin olvidar el valor e importancia de la conservación de los productos.

No todas las empresas que manejan almacenamiento de mercancías a gran escala, pueden implementar cualquier tipo de estructura organizativa. Todo depende, de las características específicas del sistema de inventarios, la periodicidad de la movilidad de estos, el recurso humano que tenga asignado para esta actividad.

Es preciso recalcar, que la reestructuración del área de inventarios conlleva una inversión presupuestal y que antes de iniciar cualquier modificación, debe realizarse un estudio que determine si el ahorro en el tiempo de almacenaje es superior a la reestructuración del almacén, el cual depende del tamaño del inventario y de la clase de mercancía que allí se almacene, dado que hay alguna más frágil que otras o con características especiales.

BIBLIOGRAFÍA

Anaya, Julio. Logística Integral: la gestión operativa de la empresa. 3ª Edición. España: ESIC Editorial, 2007.

Bartholdi Jhon, Hackman Steven. Warehouse and Distribución Science, 2008

Bravo, J.J. Operaciones en centros de distribución. Colombia, Universidad del Valle, Manuscrito no publicado, 2001.

Ballou, Ronald. Business Logistics Management: Planning, Organizing, and Controlling the Supply Chain. 4ª Edición. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River, 1999.

- Bartholdi III, John. y Hackman, Steven Warehouse and Distribution Science. EN: Release 0.90. The Supply Chain and Logistics Institute, School of Industrial and Systems Engineering, Georgia Institute of Technology, Atlanta , 2010.
- Bassan, Yoseph. ROLL, Yaakov. y Rosentablatt, Meir. Internal layout design of a warehouse. En: IIE Transactions. Vol. 12 No.4 (1980); pp.317-22
- Cardona, Luis F. Diego F. Soto, Leonardo Rivera, Hector Martinez, Detailed design of fishbone warehouse layout swith vertical travel, Int. J. Production Economics170 (2015) 825–837
- De Koster, René. Duc Le. Roodbergen, Kees. Design and control of warehouse order picking: A literature review. En: European Journal of Operational Research. 182(2), (2007); p. 481-501
- Frazelle, Edward. World-class warehousing and material handling. New York: McGraw Hill, 2002.
- Gue, Kevin, y Meller, Rusell. The application of new aisle designs for unit-load warehouses. En: Proceedings of the 2009 NSF CMMI engineering research and innovation conference. (2009);p. 1-8.
- Gutiérrez, Valentina. Operación de centros de distribución: Guía didáctica para su mejoramiento. En Revista Heurística. Edicion 12; (2002).
- G. Dukic, T. Opetuk. Analysis of order-picking in warehouses with fishbone layout , 2008
- Hausman, Warren. Schwarz, Leroy. Graves, Sthepen. Optimal storage assignment in automatic warehousing systems. En: Management Science 22(6), (1976); p. 629-638.
- Heragu, Sunderesh. Facilities Design. 2ª Edición. Estados Unidos: iUniverse, Inc., Lincoln,NE, 2006.
- Hompel, Michael y SCHMIDT, Thorsten. Warehouse Management. Berlín: APringer-Verlag Berlin Heidelberg, 2007.
- K.R. GUE and R.D. Meller, Aisle Configurations for Unit-Load Warehouses, forthcoming in IIE Transactions, 2008.
- Laeler, E.; Lenstra, Jan; Rinnoy, Kann y Shmoys, D. The Traveling Salesman Problem. Chichester : Wiley, 1995.
- Montenegro, Mario. Automatización de centros de distribución. Guatemala: Universidad Francisco Marroquín, Facultad Ingeniería de Sistemas Informática y Ciencias de la Computación. N° págs. 108, 2002.
- Oztürkoglu, Kevin R. Gue and Russell D. Meller Optimal Unit-Load Warehouse Designs for Single-Command Operations Omer, 2011

R. De Kosterr, T. Le-Duc and K.J. Roodbergen, Design and control of warehouse order picking: A literature review, *European Journal of Operational Research* 182, pp. 481501, 2007.

Russell D. Meller y Kevin R. Gue, The Application of New Aisle Designs for Unit-LoadWarehouses, *Proceedings of 2009 NSF Engineering Research and Innovation Conference*, Honolulu, Hawaii. 2009

Silva, Álvaro. *Logística de almacenamiento*. Caracas: Tecana American University, 2006.

Vellojín, L. C., González, J. M., & Mier, R. A. (2006). *Logística Inversa: una herramienta de apoyo a la competitividad de las organizaciones*. *Ingeniería Y Desarrollo*, (20), 184-202.

Vidal, Carlos. *Planeación, optimización y administración de cadenas de abastecimiento*. Cali-Colombia: Editorial, Universidad del Valle, 2009.

Gestión en Pymes agropecuarias mediante el Cuadro de Mando Integral (CMI) caso: producción de leche en ganadería bovina

Juan Carlos Ruiz Torres ¹
Gina Paola Fonseca Cifuentes²
Maribel Martínez Montaña ³

RESUMEN

Las empresas agropecuarias colombianas usan principalmente sus sistemas de información para el cumplimiento de obligaciones de carácter tributario, sin embargo, es importante el diseño de herramientas que soporten los sistemas de control de la gestión y de toma de decisiones; el presente caso propone un Cuadro de Mando Integral agropecuario para producción de leche en ganadería bovina y de esta manera contar con una herramienta en la medición del rendimiento y la gestión.

Es por esta razón que para la aplicación del caso se propuso como objetivo general el diseño de una herramienta de CMI para una empresa agropecuaria de producción de leche en ganado bovino, en primer lugar se plantea la Misión y la Visión general para este tipo de organizaciones; a continuación se toman las cuatro perspectivas del modelo, siendo estas la financiera, cliente/mercado, crecimiento, procesos internos y aprendizaje; posteriormente, se presenta el mapa estratégico con la identificación de las relaciones causa-efecto entre los objetivos señalados en cada una de las perspectivas mencionadas anteriormente y por último se procede al diseño del Cuadro de Mando Integral, con la inclusión de los indicadores, metas e iniciativas necesarias en cada una de las perspectivas.

¹ Docente Escuela de Contaduría Pública de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Sede Seccional Chiquinquirá., Contador Público Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Magister en Administración Económica y Financiera de la Universidad Tecnológica de Pereira, UTP. Miembro del grupo de investigación historia, educación, economía, contabilidad y sociedad, HECOS. Colombia. Correo electrónico: juan.ruiz@uptc.edu.co

² Docente Escuela de Administradora de Empresas Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia sede Central Tunja. Administradora de Empresas Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Magister en Administración Económica y Financiera de la Universidad Tecnológica de Pereira, UTP. Miembro del grupo de investigación competitividad y desarrollo local CODEL. Colombia. Correo electrónico: gina.fonseca01@uptc.edu.co

³ Docente Facultad de estudios a distancia FESAD Escuela de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Administradora de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Magister en Administración Económica y Financiera de la Universidad Tecnológica de Pereira, UTP. Miembro del grupo de investigación competitividad y desarrollo local CODEL. Colombia. Correo electrónico: maribel.martinez@uptc.edu.co

Como estrategia metodológica en la investigación se elaboró un estudio de caso de carácter descriptivo ya que pretende identificar y describir los factores que ejercen influencia en el CMI para las Pymes colombianas de producción de leche en ganadería bovina y de esta manera comprender las dinámicas presentes en estos contextos singulares.

El principal aporte generado por el caso constituye al CMI como una herramienta que soporta significativamente a la gestión de empresas agropecuarias.

Palabras clave: Cuadro de mando integral (CMI), control de la gestión, toma de decisiones, empresas agropecuarias, producción de leche, ganado bovino.

ABSTRACT

Colombian agricultural companies mainly use their information systems to fulfill tax obligations, however, it is important to design tools that support management control and decision-making systems; the present case proposes an Agricultural Balanced Scorecard for the milk production in cattle and, in this way, has a tool in the measurement of performance and management.

It is for this reason that for the application of the case it was proposed as a general objective the design of a BSC tool for an agricultural companies of milk production in cattle, firstly the Mission and the General Vision for this type of organizations ; then the four perspectives of the model are taken, being these the financial, client / market, growth, internal processes and learning; The strategic map is then presented with the identification of cause and effect relationships between the objectives outlined in each of the perspectives mentioned above and finally the design of the Balanced Scorecard, with the inclusion of indicators, targets and initiatives necessary in each of the perspectives.

As a methodological strategy in the research, a descriptive case study was developed as it seeks to identify and describe the factors that influence the BSC for Colombian SMEs in milk production in cattle and thus understand the dynamics present in these Contexts.

The main contribution generated by the case constitutes the BSC as a tool that supports significantly the management of agricultural companies.

Key words: Balanced scorecard (BSC), management control, decision making, agricultural companies, milk production, cattle

INTRODUCCIÓN

El sector agropecuario es uno de los más informales en Colombia, las PYMES mantienen sistemas de información principalmente para la determinación de las cargas tributarias sin prestar atención a la evaluación de la rentabilidad de sus negocios, la medición de los retornos de la inversión y mucho menos la inclusión de los procesos de planeación, control de la gestión y toma de decisiones.

Estas razones propenden por el diseño de un Cuadro de Mando Integral, como base para la evaluación de la gestión en este sector y de esta manera favorecer una mejora en la productividad, la planeación, control, toma de decisiones y el alcance de ventajas competitivas. Es así que por medio de un caso se propuso como objetivo general el diseño de una herramienta de CMI para una empresa agropecuaria de producción de leche en ganado bovino para Kaplan y Norton (1997), “el CMI es un nuevo marco o estructura creado para integrar indicadores financieros de la actuación pasada, el CMI introduce los inductores de la actuación financiera futura” (Cuervo Tafur , Osorio Agudelo, & Duque Roldán, 2013).

Es importante en esta construcción, establecer metas alcanzables para el beneficio de la organización y que con ellas las iniciativas de carácter estratégico propendan tanto por este logro, como por el cumplimiento de los indicadores y objetivos estratégicos.

Con el establecimiento de unos indicadores de gestión en las empresas agrarias que muestren el comportamiento de los factores clave de las mismas se pretende configurar y adaptar la información relevante y necesaria que las explotaciones precisan para competir, tratando de conseguir un adecuado seguimiento del pulso de la situación de la empresa en cada momento y que sirva de instrumento de ayuda para la gestión de la empresa y para la toma de decisiones de sus directivos. (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas AECA, 1999, pág. 181)

Por consiguiente es necesario tener en cuenta que la información que brinda el cuadro de mando integral no debe ser compleja para la aplicación en este sector ya que,

Se aconseja la implementación de un método simple de recogida de información en la empresa ya que la adopción de metodologías complejas conlleva dificultades de comprensión y el consiguiente desánimo y abandono del productor. El nivel de complejidad del sistema de información debe proporcionar alto grado de información útil transferida al ganadero. Entendiendo por información útil aquella que permite al empresario adoptar una política de decisiones. (García Martínez, Acero de la Cruz, & Perea Muñoz, 2007, pág. 10)

MARCO TEÓRICO

El Cuadro de Mando Integral,

Complementa los indicadores financieros de la actuación pasada con medidas de los inductores de actuación futura. Los objetivos e indicadores del Cuadro de Mando se derivan de la visión y estrategia de una organización; y contempla la actuación de la organización desde cuatro perspectivas: la financiera, la del cliente, la del proceso interno y la de formación y crecimiento. Estas cuatro perspectivas proporcionan la estructura necesaria para el Cuadro de Mando Integral. (Kaplan & Norton, 2016, pág. 25)

Por ende, el CMI ha sido implementado en múltiples empresas a nivel mundial,

El Cuadro de Mando Integral, CMI, creado por Robert Kaplan y David Norton en 1992 y aplicado ampliamente en empresas con ánimo de lucro en Europa y los Estados Unidos actúa como...un sistema integrado, balanceado y estratégico que permite identificar progresos y proveer la dirección futura de un proyecto al convertir la visión en acción, por medio de una unidad coherente de indicadores agrupados bajo cuatro perspectivas: financiera, del cliente, interna y de aprendizaje. (Urrea Arbeláez, Jiménez Rincón, & Escobar, 2004, pág. 25)

En el caso de las pequeñas y medianas es importante el diseño de herramientas que soporten los sistemas de control de la gestión y de toma de decisiones “Podemos preguntarnos ¿por qué implantar un cuadro de mando? Como respuesta diremos que **todo lo que no se puede medir no se puede gestionar**. Está demostrado que las empresas gestionadas a través de medidas obtienen mejores resultados en los puntos que consideraban importantes” (Andreu Alabarta & Martínez Vilanova , 2011, pág. 28).

La estrategia en la cual se va a enfocar la construcción del caso es el enfoque de costos ya que de esta manera se logra estructurar el mapa estratégico: “Las empresas que han adoptado el CMI, han colocado la estrategia en el centro de su sistema de gestión, para movilizar y guiar el proceso de cambio organizacional, que les permita adaptarse continuamente a las nuevas exigencias marcadas por un entorno dinámico y competitivo” (Bastidas B & Ripoll Feliú, 2003, pág. 29).

Además, para el caso sector específico objeto de la presente investigación, el CMI se presenta tomando como referencia la investigación “El Cuadro de Mando Integral y su Factibilidad de Aplicación a Empresas Ganaderas de Cría Bovina”, realizada en la provincia de Buenos Aires-Argentina, en la cual los autores concluyen,

El Cuadro de Mando Integral ha demostrado ser una herramienta muy útil tanto para fijar objetivos y metas como para servir de base para el control de la gestión de empresas. Su aplicación a empresas agropecuarias, y en particular a las de base ganadería bovina, no está muy difundida; sin embargo, de análisis realizado puede concluirse en que no existen razones determinantes que impidan su uso en este tipo de organizaciones. Muy por el contrario, su funcionalidad permite un marco de análisis integral en cada una de las perspectivas desde la que se puede abordar a la empresa ganadera, y comprender las interrelaciones entre las mismas. (Rodríguez, Ponssa, & Sanchez Abrego, 2009, pág. 3)

METODOLOGÍA

Como estrategia metodológica en la investigación se elaboró un estudio de caso de carácter descriptivo para un sector específico como lo es el agropecuario, ya que se pretende identificar y describir los factores que ejercen influencia en el CMI para las Pymes Colombianas de producción de leche en ganadería bovina y de esta manera comprender las dinámicas presentes en estos contextos singulares.

Se hizo una revisión documental del tema de Cuadro de Manto Integral, posteriormente se profundizó en las investigaciones y aplicaciones del CMI en el contextos ganaderos con el fin de tener un referente para el desarrollo de la investigación, así mismo se realizaron entrevistas con

especialistas, administradores y gerentes que se encuentran involucrados en el manejo de pequeñas y medianas empresas del sector ganadero bovino de producción de leche.

Dentro de las perspectivas algunos objetivos e indicadores, presentan blancos (metas) ya definidos propios del sector ganadero bovino de producción de leche y en los casos donde no se colocan, se hace necesaria la adaptación según las necesidades de cada organización.

Resultados: Caso (CMI) En Pymes agropecuarias de producción de leche en ganadería bovina en Colombia

Como resultado se desarrolla un CMI para el estudio de caso propuesto teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Visión y Misión

Se desarrolla una propuesta de CMI, con el fin de consolidarse como una herramienta de control de la gestión, es así que se toma como punto de partida para su construcción la Misión y la Visión de una organización de producción de leche en ganadería bovina. Estas son de carácter genérico en este tipo de organizaciones para que posteriormente sean adaptadas a las características particulares de cada organización.

Misión: Producir leche de alta calidad de una manera sustentable, garantizando el bienestar económico y financiero de la organización, guardando equilibrio en el desarrollo de su actividad con los recursos naturales y contribuyendo al desarrollo de la región.

Visión: Ser una empresa de producción de leche que tiene como principios la responsabilidad social y empresarial y que cuente con la certificación buenas prácticas ganaderas que asegura la inocuidad de sus productos, guardando armonía con el medio ambiente y las personas que intervienen en el proceso productivo.

Perspectivas Cuadro de Mando Integral.

De acuerdo a la herramienta de control de gestión expuesta por Norton y Kaplan (1997), se asumen las cuatro perspectivas del modelo: financiera, cliente, procesos internos y aprendizaje y crecimiento; del mismo modo, se propone cambiar la denominación de la perspectiva del cliente, por la de "Cliente /Mercado", simplemente como forma de reconocer que más que satisfacer necesidades de los clientes específicos, en la actividad ganadera se procura satisfacer al mercado comprador, de manera mucho más general, toda vez que normalmente se comercializa en mercados concentradores. (Rodriguez, Ponssa, & Sanchez Abrego, 2009, pág. 9)

Es así que en primera instancia y con el propósito de establecer la relación causa-efecto en cada una de las perspectivas, se hizo conveniente la realización de un análisis teniendo como referente tanto la misión como la visión, en cada una de las perspectivas.

Perspectiva Financiera.

En materia financiera debe incrementarse la rentabilidad tanto para el crecimiento de la empresa, como para aumentar los beneficios económicos de los propietarios.

En este sentido, los costos se convierten en un elemento fundamental, adecuado en la contabilidad de gestión lo que implica la implantación del Costeo ABC, que propenda tanto por la optimización de los mecanismos de medición contable, como por la estimación apropiada de los precios de los semovientes y del litro de leche; y la productividad de la organización como manera de incrementar los ingresos, lo que impactará tanto en la liquidez como en la maximización del beneficio de los propietarios.

Perspectiva del cliente / mercado.

Los productos ofrecidos en el mercado, que para el caso hacen alusión a la leche y a los semovientes, deben poseer principalmente atributos de calidad los cuáles son perceptibles a través de análisis de laboratorio en el caso de la leche y de características fenotípicas y genotípicas en lo concerniente a los semovientes, principalmente para satisfacer las demandas del mercado.

Perspectiva de Procesos Internos.

Los procesos internos están caminados a la efectividad en la producción de leche y levantamiento de semovientes, para mantener una producción de manera sustentable dando cumplimiento a las buenas prácticas ganaderas.

En la producción ganadera, se manejan paralelamente dos procesos uno está relacionado con el levantamiento de ganado y el otro con la producción de leche. Sin embargo ambos dependen de la eficiencia de actividades de carácter primario y de apoyo señaladas en la cadena de valor, de esta manera los objetivos estarán encaminados a,

- Manejo productivo
- Manejo reproductivo
- Alimentación
- Manejo sanitario y bienestar animal
- Gestión de capital tierra
- Gestión de infraestructura e instalaciones
- Gestión de insumos y servicios

Debe tenerse en cuenta que el proceso de la cría bovina es un complejo sistema dinámico de interacciones en donde se articulan múltiples variables. Muchas veces el efecto de interacción entre las mismas resulta evidente luego de un cierto período de tiempo o demora, como por ejemplo el lapso requerido para la gestación o el destete de los terneros, la condición corporal de los vientres al momento del servicio y su posterior impacto sobre la preñez. (Rodriguez, Ponssa, & Sanchez Abrego, 2009, pág. 12)

Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento.

En materia de aprendizaje y crecimiento, se requiere mantener motivación, capacitación, entrenamiento y desarrollo del talento humano con el fin de mejorar las capacidades necesarias para el desenvolvimiento dentro de la operación en el hato y en el área administrativa, que consecuentemente tiendan a mejorar la gestión de la información.

Mapa Estratégico

A continuación, en la figura 1, se presenta el mapa estratégico, con la identificación de las relaciones causa-efecto entre los objetivos señalados en cada una de las perspectivas mencionadas.

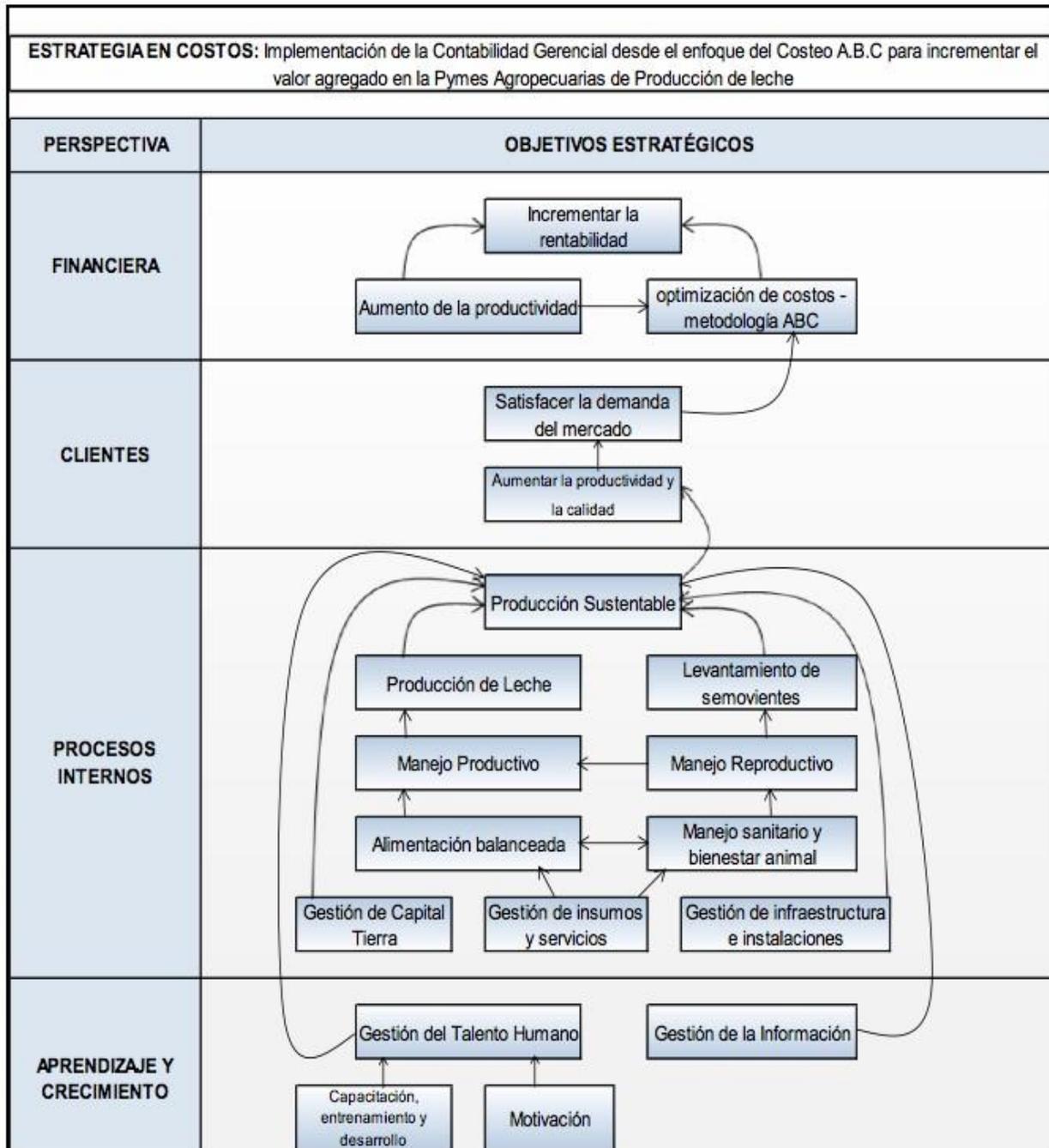


Figura 1. Mapa Estratégico Fuente: este estudio.

Diseño Del Cuadro de Mando Integral (CMI)

Una vez con la determinación de los objetivos en el mapa estratégico, se procede al diseño del Cuadro de Mando Integral, con la inclusión de indicadores, metas e iniciativas necesarias en cada una de las perspectivas. Es importante en esta construcción, establecer metas alcanzables para el beneficio de la organización y que con ellas, las iniciativas de carácter estratégico se orienten tanto por este logro, como por el cumplimiento de los indicadores y objetivos.

Objetivos	Indicadores		Blancos (metas)	Alarmas			Iniciativas
Incrementar la rentabilidad	Rentabilidad del patrimonio	$(\text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio}) \times 100$					
	Rentabilidad del activo	$(\text{Utilidad Operacional/Activo}) \times 100$					
	Margen Neto por Hectárea.	$(\text{Ingresos Netos} - \text{Costos totales}) / \text{Hectáreas de producción efectivas}$					
Optimización de costos	Costo unitario por litro de leche	Costos de producción/ N° de litros producidos					
	Costo de los activos biológicos	Costo producción terneras de 0-6 meses/ N° de terneras de 0-6 meses					
		Costo producción terneras de 6-18 meses/ N° de terneras de 6-18 meses					
		Costo producción terneras de 18-20 meses/ N° de terneras de 18-20 meses					

		Costo producción terneras de 20-27 meses/ N° de terneras de 20-27 meses					
--	--	---	--	--	--	--	--

Tabla 1. Perspectiva Financiera. Fuente: este estudio

Objetivos	Indicadores		Blancos (metas)	Alarmas			Iniciativas
Satisfacer la demanda del mercado	Crecimiento relativo en ventas	% Crecimiento ventas anual / % Crecimiento ventas anual en mercado de referencia					
	Participación relativa de ventas en meses de alta demanda	(Ventas en \$ anuales en meses de alta demanda / ventas en \$ anuales) x 100					
Aumentar la productividad y Calidad de la producción de leche	Calidad composiciona 1	Gramos proteína = promedio de proteína x 10 x Densidad de la leche	Cantidad Gr de proteína > 32				Evaluación de la condición que hace referencia a las características físico- químicas de la leche
		Gramos de grasa = promedio de grasa x 10 x Densidad de la leche	Cantidad Gr de Grasa > 37				
		Gramos de sólidos totales = promedio de sólidos totales x 10 x Densidad de la leche	Cantidad Gr de sólidos totales > 11.2				
	Calidad Higiénica y sanidad de la ubre	Unidades formadores de colonia UFC/ml x 1000	Promedio móvil < 25				Evaluación al nivel de higiene mediante el cual se obtiene y

		Conteo de células somáticas CCS /ml x 1000	Promedio móvil < 300				manipula la leche. Y la vacunación de los animales
	% de leche apta	(Litros de leche apta/Litros de leche entregada) x 100	100%				Determina el volumen de leche apto liquidado.

Tabla 2. Perspectiva del cliente / mercado. Fuente: este estudio

Objetivos	Indicadores		Blancos (metas)	Alarmas			Iniciativas
Producir leche eficazmente	Estructura del Hato (ALPINA S.A., 2016)	(Número de vacas/ Número total de animales) *100	75%				Distribución del inventario de ganado.
	% de animales productivos	(Vacas en producción/ total de vacas) *100	85%				Seguimiento a las vacas en producción
Rendimiento animal	Carga animal	Unidad de Gran Ganado (UGG) /Área productiva	> 3.5				Relación terreno- animal sobre el tiempo
	Vacas en ordeño	Vacas totales/Área Productiva	> 2.5				Indica la cantidad de vacas en producción de acuerdo al inventario ganadero total.
Asegurar adecuado manejo reproductivo	Índice de concepción o fertilidad a la 1ª Inseminación Artificial (IA)	(Número semovientes gestantes a 1ª IA/ N° total de 1º IA) x 100	50% - 70%				Eficiencia de las inseminaciones

	Índice de concepción o fertilidad a la 2ª Inseminación Artificial (IA)	(Número semovientes gestantes a 2ª IA/ N° total de 2º IA) x 100	5% - 15%				Eficiencia de las inseminaciones .
	Índice de concepción o fertilidad más de 2ª Inseminación Artificial (IA)	(Número semovientes gestantes más de 2ª IA/ N° total de más de 2º IA) x 100	<5%				Eficiencia de las inseminaciones .
	Servicios por concepción	N° de IA realizadas/ N° de vacas gestantes	(1.2 -2.0)				Eficiencia de las inseminaciones .
	Intervalo intercelo	Intervalo de celo de todas la vacas/ N° de vacas	% vacas detectadas entre los 17-24 Días después IA. Entre el 80-85%				Periodo de tiempo con el que se detectan los celos.
Mantener alimentación balanceada de forma eficaz	Relación de conversión alimento - leche	Kg. De alimento consumido / Kg. De leche producida	3 a 1				Evaluar cuánto del alimento suministrado es convertido en leche
	Eficacia peso logrado	(Peso de salida logrado terneras/ Peso de salida planeado terneras) *100	≥! 95%				Control al peso del ganado
Garantizar manejo sanitario y	Tasa de mortandad de semovientes	(semovientes muertos / semovientes totales) x 100	< 2%				Seguimiento a los semovientes

bienestar animal	Tasa de mortandad de terneros	(Terneros muertos / Terneros nacidos vivos) x 100	< 10%				Seguimiento a los terneros
Gestionar de manera óptima el capital tierra	Gestión arrendamiento	Costo arrendamiento por Hectárea / Precio de mercado arrendamiento por Hectárea					
Gestionar eficazmente	Disponibilidad de proveedores	Número de proveedores					Base de datos de proveedores

Tabla 3. Perspectiva De Procesos Internos. Fuente: este estudio

Objetivos	Indicadores		Blancos (metas)	Alarmas			Iniciativas
Gestionar el talento humano	Productividad de la mano de obra	Litros producidos/ N° de días/ N° hombres	➤! 400				Información diaria procesada sobre producción de leche
Capacitar, entrenar y desarrollar el talento humano	Empleados Capacitados	Número de empleados capacitados / Número total de empleados	➤! 95%				Programas de capacitación a los empleados
	Gasto anual en capacitación y entrenamiento por empleado	Gasto anual en capacitación / Número total de empleados					Presupuesto para capacitación y entrenamiento del talento humano
Motivar al talento humano	Sugerencias	Número de sugerencias					Seguimiento al buzón de sugerencias

	Bonificaciones	Número de bonificaciones					Programa de bonificaciones al talento humano
Gestionar la información	Disponibilidad de datos productivos y reproductivos	Número de bases de datos de producción y reproducción					Mantener bases de datos actualizadas sobre la producción y reproducción

Tabla 4. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Fuente: este estudio

CONCLUSIONES

Dentro de los principales aportes generados por el caso tenemos:

- El CMI se constituye en una herramienta que ayuda a la gestión de empresas agropecuarias.
- La gran mayoría de pequeñas y medianas empresas, en especial las del sector agropecuario, no cuentan con sistemas de información que les permitan evaluar la gestión, determinar sus costos y medir sus rentabilidades, es por ende que el caso pro-puesto de CMI para producción de leche en ganadería bovina servirá de instrumento y referente en la evaluación de la gestión y de la toma de decisiones de estas organizaciones.
- El CMI se convierte en un sistema de información para el uso de la contabilidad de gestión, o gerencial en las empresas agropecuarias, de esta manera contribuyendo al uso de la estrategia de costos como complemento a la gestión basada en actividades.
- El presente caso sirve de referente a las pymes de este tipo de sector económico, ya que el sector ganadero en Colombia se ha caracterizado por ser informal, a pesar de contar con inversiones fuertes de capital, son muy pocas las herramientas financieras para evaluar la rentabilidad, estructura de costos y rendimientos de la inversión, en muchos casos se limita a generar sistemas de información de tipo fiscal por ser estos de carácter obligatorio, el CMI permite darle una visión distinta a este tipo de negocios dándole un sentido formal al manejo de los recursos y a la información que propenda en la toma de decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

ALPINA S.A. (2016). ALPITÉCNICAS N° 124 Noviembre 2016- Año 21. Sopó: Dirección de Aprovechamiento Agropecuario Alpina S.A.

Andreu Alabarta, E., & Martínez Vilanova, R. (2011). *Cómo gestionar una PYME mediante el cuadro de mando*. Madrid: ESIC.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas AECA. (1999). *La contabilidad de gestión en Empresas Agrarias*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.

Bastidas B, E. L., & Ripoll Feliú, V. (2003). *Una aproximación a las implicaciones del cuadro de mando integral en las organizaciones del sector público*. COMPENDIUM, 29.

Cuervo Tafur, J., Osorio Agudelo, J. A., & Duque Roldán, M. I. (2013). *Costeo basado en actividades ABC Gestión basada en actividades ABM*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

FEDEGAN. (16 de 06 de 2017). <http://www.fedegan.org.co/>. Obtenido de http://www.fedegan.org.co/:http://www.fedegan.org.co/publicacion/pub_revista_carta_fedegan/ultima-edicion

García Martínez, A., Acero de la Cruz, R., & Perea Muñoz, J. M. (2007). *Libro Virtual de economía y gestión*. Córdoba: Universidad de Córdoba.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2016). *El Cuadro de Mando Integral The Balanced Scorecard*. Bogotá: Paidós Empresa.

República de Colombia Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (20 de Enero de 2012). <http://www.redlactea.org/wp-content/uploads/resoluciones/000017.pdf>. Recuperado el 18 de Abril de 2014, de <http://www.redlactea.org/wp-content/uploads/resoluciones/000017.pdf>

Rodriguez, G. A., Ponssa, E. E., & Sanchez Abrego, D. (Septiembre de 2009). *El Cuadro de Mando Integral y su factibilidad de aplicación a empresas ganaderas de cría bovina*. XIII Jornadas Nacionales de la Empresa Agropecuaria. Tandil, Argentina. Recuperado el 16 de 12 de 2016, de http://www.vet.unicen.edu.ar/ActividadesCurriculares/EconomiaAdministracionRural/images/Material/2010/El%20Cuadro%20de%20Mando%20Integral%20Ganadero_XIII%20JNEA%202009.pdf

Urrea Arbeláez, J., Jiménez Rincón, A. A., & Escobar, S. N. (2004). *Aplicación del Cuadro de Mando Integral en proyectos de empresas sociales*. Revista Universidad EAFIT Vol. 40. N° 133, 22-34.

Indicadores de gestión en el proyecto “un litro de luz Colombia”

Danna Isabel Bedoya López ¹

RESUMEN

Camilo Herrera, fundador de Un litro de luz en Colombia, lidera un proyecto emprendedor a través de una organización que emplea las botellas plásticas de gaseosa recicladas, para llevar luz a las casas de lugares pobres y sin capacidades económicas o de infraestructura, con el fin de otorgar el servicio de alumbrado público en el hogar. En el proyecto se busca proporcionar la luz necesaria para los hogares colombianos.

Consiste en la utilización de una botella plástica de 2.5 litros, agua, cloro y pegamento, las cuales se instalan en los techos de las casas y captan la luminiscencia natural del sol. Este proyecto nació de la mano con el filipino Illac Díaz. Camilo Herrera decidió implementarlo en los lugares colombianos donde no hay una red organizada de alumbrado.

Según el periódico El Tiempo, (Colombia) el proyecto ha ido tomando fuerza desde el año 2014, llevando luz solar a 3.702 hogares colombianos. Los logros de Camilo Herrera se han masificado, gracias a los continuos proyectos y planes pilotos que se han implementado hasta el día de hoy. Por tal motivo, se quiere indagar y estudiar las diferentes normativas y vigencias internacionales, que puedan evaluar y cuantificar los alcances de este proyecto sostenible que se efectúa en Colombia.

Se revisarán los estándares internacionales correspondientes a la evaluación de proyectos, que efectúan la validez y calidad de los mismos, en los que interviene la sostenibilidad como base social y ambiental.

Palabras clave: Sostenibilidad, Normativas de Responsabilidad Social, eficiencia, gestión e investigación ambiental.

ABSTRACT

Camilo Herrera's entrepreneurial project, founder of “Liter de Luz in Colombia, encompasses an organization that uses recycled plastic soda bottles to bring light to homes in poor places and without economic or infrastructure capabilities, to have the service of Street lighting and home light networks. The project seeks to provide the necessary light for Colombian households, who need it. It operates under daylight sunlight provided by nature, a recycled 2.5 liter plastic bottle, water, chlorine and glue; To install them on the roofs of houses and capture the sunlight. This project was born hand in hand

¹ Estudiante Universidad EAN. Miembro del semillero de investigación Green Politics.
Correo: dbedoyal8677@universidadean.edu.co

with the Filipino Illac Díaz who, according to the same founder, found such a project; So decided to implement it in places where there is an organized network of lighting.

The project has been gaining momentum since 2014, and has brought sunlight to more than 3,702 Colombian homes, according to El Tiempo newspaper in Colombia. The scope that has been adding Camilo Herrera'S achievements have been increased, thanks to the continuous projects and pilot plans that have been implemented over the years to this day. For this reason, we want to investigate and achieve the study of the different regulations to international standards, which can evaluate and quantify the scope of the sustainable project that is carried out in Colombia.

The corresponding international standards will be reviewed to evaluate the sustainable projects that affect the validity and quality of the projects in which the sustainability is part of the social and environmental project.

Keywords: Sustainability, Social Responsibility Regulations, efficiency, management and environmental research.

INTRODUCCIÓN

Con respecto a los avances que se han desarrollado en el ámbito sostenible, se han provisto actividades que se adapten a las diversas comunidades y empresas, que actualmente, dirigen su mirada a la importancia del cuidado del medio ambiente, así como de la sostenibilidad y responsabilidad social garantizando la protección de los recursos con los que cada individuo cuenta.

Para generar desde diversos ámbitos el desarrollo sostenible, es necesario que tres elementos básicos sean tomados en cuenta, estos son: el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente. Cuando estos tres elementos se unen, se asume que la entidad está beneficiando voluntariamente tanto a la sociedad como a la naturaleza. Como el proyecto está constituido sin ánimo de lucro, se provee de donaciones provenientes del sector privado. El objetivo de este informe es contextualizar la labor de Camilo Herrera y detallar algunos indicadores ambientales, de acuerdo con el criterio que requiera la organización, para así determinar las capacidades y beneficios que ha otorgado esta iniciativa empresarial, en las comunidades que se ven favorecidas por los logros alcanzados hasta ahora, por su fundador.

La revisión de los estándares internacionales correspondientes a evaluar los proyectos sostenibles que efectúan la validez y calidad, interviene como consulta base del desarrollo para el proyecto social y ambiental. Desde el estándar GRI se elaboran principios esenciales para la construcción de un manual de aplicación, que determine los aspectos fundamentales en los que el proyecto sostenible se basa. Se mencionan el preámbulo que refleja el conjunto de sostenibilidad. Se concentrarán algunos aspectos para empezar a exponer subcategorías en el desempeño social que se ha venido desarrollando el proyecto “Un litro de luz en Colombia”.

Algunos aspectos a tomar en cuenta sobre las prácticas de distribución e instalación de las redes ecológicas tratables de posters y alumbrado público, que además de incidir en la seguridad de los habitantes de las comunidades ha llegado a influir en el proyecto; también colabora en los

mecanismos de impacto social y derechos que la población infiere. Los indicadores relacionados en el siguiente informe, confieren los aspectos informativos con bases bibliográficas, relacionando los materiales del proyecto con los indicadores mínimos y básicos, de acuerdo con los datos que dispone la organización con los cuales se trabajará.

De conformidad con los principios que determina el contenido, será diseñada la aplicación y bosquejo de la práctica conjunta al interés social y particular, que abarcan las expectativas tratadas.

Se consultan los grupos de interés a los cuales postulados para la participación del proyecto, así como los diversos contextos en que se ha ejecutado. Como punto de partida a nivel nacional, es necesario para la organización, determinar sus avances en medida de eficiencia y eficacia con las tendencias económicas, ambientales y sociales que predominan en el territorio colombiano y por último, describir y analizar si es adecuado el desempeño, para que a futuro pueda seguir funcionando y distribuyendo de una manera más equitativa, conforme la demanda que el servicio promueva.

Contextualización del proyecto

Un litro de luz Colombia es un proyecto que promueve la alternativa de luz ecológica por medio de botellas recicladas y la refracción del agua con el cloro. Estas son instaladas en los techos de las casas; cada botella crea aproximadamente 60 Vatios de energía, sin ninguna conexión eléctrica. El ganador del premio “Low Carbon 2013” comparte su modelo de negocio desde SEED (2017), “Un litro de luz es un método alternativo de electricidad que no genera calor, no requiere mantenimiento, no incurre en costos mensuales y es autosostenible. Los materiales necesarios para la producción se pueden encontrar en todas partes: es necesario una botella de PET desechada, agua, cloro y pegamento”, el fundador del proyecto ha promovido el reciclaje de las botellas plásticas, que además de ser un contaminante muy común en el territorio colombiano por su alto consumo, es un “desecho” reutilizable que contribuye a la generación de energías sostenibles.

Algunos datos fundamentales inscritos en SEED 2017, en el que la empresa opera en más de doce ciudades en Colombia y se está reproduciendo en cinco países latinoamericanos. Lo anterior da a entender la viabilidad del proyecto, para ayudar a minimizar los impactos negativos que tiene la generación de energía eléctrica en condiciones normales de infraestructura. La elaboración de un manual para hacer las bombillas, ayuda a la diseminación rápida y por ende, a dispersar y dar a conocer la alternativa de luz para todos los territorios, ciudades, municipios, corregimientos y espacios terrestres en los que el servicio de electricidad no se encuentra disponible a causa de factores ambientales, geomorfológicos, de infraestructura o inversión económica, por las que el territorio habitado no obtiene el recurso. El proyecto está patrocinado por empresas privadas y está localizado en la ciudad de Bogotá.

MARCO TEÓRICO

Se recopilan las bases teóricas con respecto a los principios que rigen GRI Empowering Sustainable Decisions, ISO 26.000 y Pacto Global; siguiendo indicaciones basadas por los manuales que se registran a continuación, con las referencias teóricas inscritas en los informes contextuales y su aplicación a las normas:

Conforme G4-GRI (2014), los Aspectos materiales son aquellos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, o bien aquellos que tienen un peso superlativo en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Se tendrá en cuenta lo referido en el proceso para determinar los aspectos materiales y la cobertura expuesta por la organización, para orientar los principios conforme a la guía, para elaborar las memorias de sostenibilidad. “Estos principios sirven para decidir qué se incluye en la memoria partiendo de las actividades, la repercusión, y las expectativas y los intereses fundamentales de los grupos de interés. Hay cuatro Principios para determinar el contenido de la memoria: Materialidad, Participación de los grupos de interés, Contexto de sostenibilidad y Exhaustividad. Cada Principio de elaboración consta de dos componentes: una definición y una descripción del modo en que se debe aplicar y de las razones para ello, la organización ha de tener en cuenta ambos componentes”.

“Existen circunstancias específicas, tales como el modelo de negocio; el sector; el contexto geográfico, cultural y jurídico en el que se opera; la estructura de propiedad; y el tamaño y la naturaleza de los impactos, que influyen en el modo en que una organización determina qué aspectos y asuntos materiales incluye. Sin olvidar las características propias de cada organización, los pasos para determinar el contenido de la memoria han de ser sistemáticos, estar bien documentados y poder repetirse y utilizarse de forma consistente en cada periodo de divulgación. Los cambios en el enfoque de evaluación y sus implicaciones deben documentarse debidamente” G4 (2014).

Estos Contenidos básicos ayudan a comprender cómo participa el órgano superior de gobierno en la evaluación del desempeño de la organización, en los asuntos económicos, ambientales y sociales, así como su vinculación en la respuesta a las conclusiones de dicho seguimiento.

La dimensión económica de la sostenibilidad, abarca el impacto de las organizaciones y los grupos de interés, en los sistemas económicos locales, nacionales e internacionales. No se centra por tanto, en la situación financiera de la entidad.

El apartado enfoque de gestión, ofrece Directrices Específicas sobre los siguientes aspectos: consecuencias económicas indirectas, prácticas de adquisición, energía, recursos utilizados; entre otros.

La Categoría de Medio ambiente aborda los impactos relacionados con los insumos (energía y agua,) y los productos (emisiones, efluentes y desechos). Asimismo, abarca aspectos como la biodiversidad, el transporte, la repercusión de productos y servicios, además de la conformidad y el gasto en materia ambiental.

Los aspectos se toman desde su generalización para identificar contenidos básicos esenciales del proyecto desde G4-1 hasta G4-58 (se exponen los relevantes):

- Estrategia y análisis
- Perfil de la organización
- Aspectos materiales y Cobertura
- Participación de los grupos de interés
- Perfil de la memoria - Ética e integridad

Conforme la norma ISO 26.000 (2010), se propone “un primer paso para ayudar a todo tipo de organizaciones a considerar la implementación de la norma como una forma de alcanzar los beneficios de operar de manera socialmente responsable”.

Cada vez, se hace más conciencia acerca de la implementación de los estatutos activos que respeten y cumplan con estándares de protección al medio ambiente, donde “el desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y con su impacto sobre el medio ambiente se ha convertido en una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para continuar operando de manera eficaz” ISO 26.000 (2010). Esto se refleja en la constante necesidad de asegurar ecosistemas saludables, equidad social y buena gobernanza de las organizaciones.

La normativa vigente en nuestro país, aborda acciones que identifican y promueven el reconocimiento de la responsabilidad social como principio, para inspeccionar la sociedad a la que se impacta desde diversos puntos y contextos. Se involucra en los principios de orientación al integrar las iniciativas voluntarias del proyecto. “Para las organizaciones la sostenibilidad de los negocios significa no sólo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente, realizando actividades sin exposición al peligro para el medio ambiente y también operando de una manera socialmente responsable. Las práctica por las que se vale la norma, prioriza la gobernanza por parte de la organización en conjunto con los públicos a los cuales se dirige, en este aspecto, prima el medio ambiente, el desarrollo humano y las prácticas que se realicen por parte de las comunidades y hacia las cuales se quiere llegar; detallando la participación en el proyecto de inclusión social y responsable a nivel nacional” ISO 26.000 (2010).

Según el Pacto Mundial (2009), se promulgan redes, “que son organismos autogestionados constituidos por diferentes partes interesadas y coordinados por las empresas; estas apoyan a las empresas en sus esfuerzos para aplicar el Pacto Mundial, creando, al mismo tiempo, nuevas oportunidades de participación y acción colectiva. También desempeñan un papel fundamental a la hora de transmitir la comunicación de progreso en los participantes y de salvaguardar la integridad global y la marca del Pacto Mundial”. La mirada internacional que llega a alcanzar la idea emprendedora, comprende aspectos relacionados con las políticas establecidas por la estructura predispuesta por Herrera. Así, “lograr estimular la generación de las capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, incluyendo los intereses de los empresarios, para fomentar la formación del capital humano, especialmente creando oportunidades de empleo y ofreciendo capacitación a los empleados, contribuyendo al progreso económico, social y medioambiental para lograr un desarrollo sostenible” (OCDE, 2013).

En el Pacto Global Colombia (2017) se registran los diez principios por los cuales se rigen las declaraciones universales, focalizadas en cuatro temáticas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción. Nos enfocaremos en las primeras dos temáticas, reconociendo que las cuatro áreas expuestas son de igual importancia en los principios de los derechos humanos: “Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia. Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.” Se reconoce dentro del proyecto, que la organización sustenta el apoyo continuo a los Derechos Humanos, prevaleciendo el bienestar de las comunidades intervenidas. Por lo tanto, la

colaboración entre los voluntarios que apoyan las acciones del proyecto, sostienen el valor respetable de la vida humana como prioridad.

Los principios generales del derecho ambiental que propone Pacto Global Colombia (2017) son los siguientes: “Principio 7: Las Empresas deberán apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente. Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente”. La organización es consciente del impacto ambiental al cual están afectando, previendo que impacto tiene el implemento de tubos de PVC, junto con las botellas PET de plástico reciclado, al igual que el uso de agua en la construcción del alumbrado ecológico.

Una herramienta esencial que promueve Pacto Global Colombia puede ayudar a optimizar y ampliar los esfuerzos de sostenibilidad corporativa, así como contribuir a la participación de las empresas en los esfuerzos más amplios de las múltiples partes interesadas para alcanzar los objetivos de las Naciones Unidas. Estos elementos de apoyo incluyen varios foros y plataformas que permiten a las empresas e interesados trabajar juntos (por geografía, sector o tema). “Tales iniciativas son fundamentales para facilitar el tipo de asociaciones y acciones colectivas. Las redes e iniciativas de sostenibilidad a nivel nacional están creciendo rápidamente (El Pacto Mundial ahora cuenta con 100 Redes Locales y 65 Redes Regionales del WBCSD), ofreciendo oportunidades de participación atractivas y facilitando la acción colectiva a nivel local donde se desarrollan muchos desafíos de sostenibilidad”. Naciones unidas (2013).

Si la organización llega a tomar una orientación más amplia, tomando en cuenta Naciones unidas (2013) la arquitectura central se arraiga en tres dimensiones: 1) respetar los principios universales; 2) tomar medidas para apoyar los objetivos más amplios de la ONU; Y 3) participar en asociaciones y acciones colectivas a nivel local y mundial. Maximizar el rendimiento del negocio en estos tres dominios requiere un nivel de liderazgo corporativo y gobernanza aún no realizado. Esta nueva orientación empresarial también comprende una definición amplia en términos de sostenibilidad corporativa, ya que significa la entrega de valor a largo plazo de una empresa en términos económicos, sociales, ambientales; incluyendo éticos.

Establecer objetivos específicos y plazos para la organización puede ser, sin embargo, una herramienta eficaz para impulsar el desempeño y facilitar la integración de las prioridades de sostenibilidad en las evaluaciones de desempeño y en las estructuras de remuneración basadas en su progreso continuo. Externamente, complementa un enfoque basado en principios que ilustre a las partes interesadas, cómo la empresa se compromete al diseño de objetivos específicos para el desarrollo sostenible.

La teoría conjunta se recopila para basar los proyectos futuros en los que se comprometa la organización y así evaluar su alcance positivo, en comparación con la fijación de objetivos por parte de las Naciones Unidas. Así como las diferentes normativas que rigen los principios importantes para promover cualquier idea de emprendimiento que se exponga conjuntamente con la sostenibilidad, capaz de avanzar hacia sus propios objetivos, optimizando la actividad realizada, llevando el compromiso a la integridad y responsabilidad de los mismos en la sociedad.

METODOLOGÍA

La investigación realizada encierra conceptos clave de sostenibilidad, basándose en la normativa para el desarrollo sostenible y los indicadores predispuestos por las Naciones Unidas y las organizaciones no gubernamentales, que velan por el cuidado y protección del medio ambiente de las comunidades que interactúan en las mismas zonas a tratar. Por medio de las bases de datos de las bibliotecas en línea, además de consulta en bibliotecas públicas, la recopilación de datos en conjunto con el fundador del proyecto empresarial “Un Litro de luz”, se inició la búsqueda de teorías y bases conceptuales, manuales e indicadores que den cuenta del trabajo ya realizado por él, en su labor diaria por el país.

Se recolectó el marco teórico del anterior trabajo, con ayuda de premisas específicas en los diversos manuales, como lo son: GRI, ISO 26.000 y Pacto Global, así como los predispuestos por las Naciones Unidas y la Cepal; para construir indicadores, que sean adecuados para el proyecto a tratar, siendo de importante relevancia y aplicabilidad para la organización.

Se consultarán los grupos de interés a los cuales se tomaron en cuenta para la participación del proyecto, así como los diversos contextos que se ha llevado a cabo, a nivel nacional como punto de partida, necesario para determinar que la organización contribuye sus avances en medida de eficiencia y eficacia, con las tendencias económicas, ambientales y sociales que predominan en el territorio Colombiano y por último describir y analizar si el desempeño es el adecuado, para que en un futuro se siga distribuyendo de una manera más equitativa, y que pueda seguir funcionando conforme la demanda del servicio lo promueva.

Se recolectan los diversos datos que conforman y evalúan desde la normativa ISO 26.000, en los múltiples ámbitos que el reglamento dispone para las organizaciones con enfoques meramente sostenibles y responsables a nivel de la sociedad a la que contribuyen, para lograr beneficios y soluciones que promuevan el desarrollo en sectores donde escasamente llegan los servicios básicos para la supervivencia de las personas. Desde una mirada positiva, se extiende el uso y contribución del proyecto “Un litro de luz en Colombia” para facilitar la difusión y conocimiento de los avances que se han logrado en sectores donde el servicio se ha instalado. La guía, que ofrece la normativa ISO 26.000 comprende las prácticas internacionales aprobadas por organizaciones que promueven la práctica de responsabilidad social en todos los ámbitos sociales y empresariales.

Seguidamente, se recolectan datos sobre las normativas ambientales y sostenibles, para entrar a comparar el proyecto de Camilo Herrera y los posibles alcances que abarca el proyecto de emprendimiento social en diferentes campos de la investigación, difundiendo la idea en todos los municipios aledaños de Bogotá, incluso, llegando a ciudades alejadas de la capital, para aportar al desarrollo sostenible y ambiental de nuestro país.

RESULTADOS

El proyecto busca mejorar la calidad de vida de las familias colombianas que por diversas razones carecen de iluminación en sus casas y en las calles. Se busca promocionar nuevos medios de vida espacios alternativos para las comunidades y los individuos que específicamente se encuentran en condiciones desfavorables, con respecto al servicio de luz que se promueven en el territorio

habitado. Se enfatiza en lograr el incremento de la visibilidad de las comunidades de bajos ingresos a nivel nacional, para que los gobiernos tomen control y reconozcan las zonas “escondidas” y de poca inversión gubernamental, donde también las personas habitan. Esto para que los encargados de tomar las decisiones sepan y se enteren de las necesidades que diferentes comunidades afrontan. Además de incluir a los que organismos e instituciones que toman las decisiones a nivel internacional y promuevan la seguridad y calidad de vida a toda la población, sin distinción por factores económicos, sociales o culturales; para que se promueva el desarrollo social.

Los impactos ambientales en los que ha logrado marcar huella durante el 2013, según SEED, se centran en el ahorro de más de 600 toneladas de dióxido de carbono, ya que la mayoría de las emisiones del CO₂, en cualquier país, proviene de la industria energética que proporciona la electricidad a través de redes. Este logro se suma a los créditos de carbono difundidos por las emisiones ahorradas dentro de tres años; además de brindar ayudas complementarias como la educación ambiental otorgada a los hogares y a las comunidades, aumentando progresivamente el reciclaje de botellas plásticas.

Desde el aspecto económico, el desarrollo de este proyecto ha permitido que los hogares ahorraren hasta un 40% en las facturas de energía, influyendo en la economía de las familias, beneficiando a la población de escasos recursos, propiamente dicho desde lo financiero. De igual forma se ha contratado que tanto mujeres como a hombres, difunden y transmiten la idea ambiental y economizadora para encontrar nuevas formas de beneficiar a las personas con este proyecto, enfocado al bienestar común, habilitando nuevas formas de sustento e incrementando los ingresos de las personas vinculadas, para que alcancen nuevas y mejores oportunidades de crecimiento en el desarrollo de las poblaciones.

Las actividades que propone Camilo Herrera a futuro son: consolidar planes de negocio, expansión y replicación de la compañía; proveer a 3.000 familias iluminación, ahorrando casi 900 mil pesos colombianos por año. Probar el prototipo de “Un litro de luz en la noche” en al menos 50 hogares; abrir una empresa relacionada en Ghana con la ayuda del CICR y la embajada de Colombia (cabe resaltar que estos planes de futuro se afirman en SEED Initiative supporting entrepreneurs for sustainable development, año 2013).

Algunas asociaciones que ha alcanzado el creador de la ONG litro de Luz Colombia, lidera la empresa Un litro de luz, siendo la responsable de todas las actividades empresariales y de la distribución de los productos. El Departamento Colombiano para la Prosperidad Social está en una alianza estratégica con la empresa para identificar hogares con una demanda de litro de bombillas de luz en toda Colombia, con el apoyo de ANSPE. JCI Colombia, respalda la empresa al brindar liderazgo para la creación de capacidad, contribuyendo a la ampliación de las actividades. PepsiCo y Sika Group son los patrocinadores mundiales de la organización.

Análisis de resultados

El primer proceso es la identificación con la cual se proponen los aspectos más relevantes en la cobertura, determinada por el contexto de sostenibilidad en el cual se sitúa el proyecto y de la participación de los grupos de interés que se ven afectados tanto directa como indirectamente. “La repercusión en las actividades, los productos, los servicios y las relaciones de la organización

independientemente de si estos tienen lugar dentro o fuera de la misma” ONU (2011). Entrando a evaluar la organización, esta se basa en tres fases de desarrollo: en la primera fase se enfocaron en la iluminación de las viviendas y las familias. En la segunda fase, se centraron en iluminar espacios públicos y la tercera, consiste en que el poste genere internet, la idea entró en vigencia a partir del año 2016, afirma Camilo.

El contexto en donde se empezó a desarrollar el proyecto se ha extendido por toda Colombia, haciendo grandes cambios en algunos territorios, por mencionar algunos como: Los departamentos de Quindío, Risaralda, Bolívar y Antioquia; La Guajira alta, Medellín y Cali, entre otros, a los que se les suma el continente africano.

La priorización establece los aspectos relevantes identificados en la cobertura del proyecto, en donde Herrera afirma que se utiliza la energía solar de muy bajo costo, la cual permite la primacía en el cuidado del medio ambiente, así como también, se antepone la economía en ámbitos ambientales y monetarios para los usuarios del proyecto “Un litro de luz”; la tecnología que se emplea es 100% colombiana y utilizan un panel pequeño para instalar el alumbrado en la vía pública, junto con un acumulador y el poste funciona de manera automática. Esta tecnología, la realizan ellos mismos manualmente, así como su instalación y verificación para asegurarse del funcionamiento continuo de estos postes de energía limpia. El pilar racionaliza automáticamente su encendido y apagado, sin ningún problema, ya que se carga durante el día así repite el ciclo, proveyendo de luz suficiente al exterior de las comunidades que habitan en los diferentes sectores y territorios colombianos.

“La iniciativa Un Litro de Luz en el mundo, tiene más de 139.000 beneficiarios. Camilo reitera que ha visitado más de 8 países incluidos Etiopía, Puerto Rico, Kenia y Ghana. Tienen más de cuatro mil casas iluminadas, visitando locaciones en Chile, Jamaica y Ecuador”. En Colombia, el proyecto se encuentra en expansión, localizado en 14 ciudades con más de 42 comunidades que ya cuentan con la instalación. Hay 1.000 postes instalados y distribuidos en la zona costera, el sur y centro del país, logrando un avance notable y productivo en los últimos años.

En cuanto a la influencia de los grupos de interés, intervienen tanto las organizaciones que apoyan lucrativamente la labor social del proyecto, como las que colaboran intrínsecamente en la organización, apoyando las labores sociales que se ejecutan en las comunidades. Se consideran entre otros aspectos, la percepción de cada grupo de interés sobre el impacto de la organización; la situación geográfica de los grupos de interés y la importancia del aspecto para su región, la diversidad los mismos que expresan sus intereses o se ven afectados; las expectativas de los grupos de interés respecto a las acciones.

La promoción de este proyecto ha alcanzado metas notables, que persiguen el objetivo de seguir iluminando las vidas de muchos ciudadanos, no solamente en Colombia, sino a nivel mundial; logrando avances en alternativas del desarrollo de energías limpias, promoviendo una idea emprendedora, con muchas características rentables. Además de implementar nuevas y mejores ideas de innovación junto con el proyecto de iluminación, como lo es el alcance de las redes de internet para proporcionar un mejor cubrimiento tanto a nivel nacional como internacional.

CONCLUSIÓN

Con todos los datos recopilados desde las diferentes normativas, se puede corroborar la efectividad del proyecto empresarial socialmente responsable; se evalúa el sentido social, los alcances presentes y próximos que pueda abarcar la estructura ya construida en proyecto y que se representan en unidades estratégicas, importantes en los beneficios que han venido marcando la construcción de redes de luz a nivel nacional.

Se enfoca en la búsqueda continua de cambios sostenibles para proyecciones a futuro para consecuentemente, analizar la información recolectada con el fin de impartir y proponer datos lo suficientemente concretos para proponer los indicadores de gestión e incurrir en el seguimiento como base esencial del informe.

A partir de la comparación entre las teorías y los manuales predispuestos por las diferentes organizaciones no gubernamentales, se indaga sobre la sostenibilidad, la eficiencia, los alcances e impactos que sustentaba el proyecto ya mencionado y se entra a evaluar la gestión ambiental tratada. Se establecen los impactos en la sociedad, en el ambiente y en la economía que atribuye a las comunidades a conocer y divulgar el proyecto por todo el mundo, así como a gestionarlo indistintamente de las necesidades que se compartan entre las sociedades.

BIBLIOGRAFÍA

SEED (2017). Promoting entrepreneurship for sustainable development. Un litro de luz Colombia. [En línea]. Disponible en: <https://www.seed.uno/awards/all/un-litro-de-luz-colombia.html>

SEED (2013). SEED Initiative : Low Carbon winner 2013. [En línea]. Disponible en: https://www.seed.uno/images/documents/723/844_Flyer_UnLitrodeLuz_screen.pdf

ONU (2011). Principios Rectores sobre las empresas y los derechos humanos: puesta en práctica del marco de las Naciones Unidas para «proteger, respetar y remediar».

G4-GRI (2014). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Prod. Barbara Strozzi en GRI: Amsterdam. Disponible en: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf>

La silla vacía (2016). Iluminando el país con agua. Revista de opinión. [En línea]. Disponible: <http://lasillavacia.com/silla-llena/red-lider/historia/iluminando-el-pais-con-agua-57267>

OCDE (2013). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es>
Disponible en: <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>

ISO 26.000 (2010). Guía sobre responsabilidad social. Disponible en: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/discovering_iso_26000-es.pdf

Pacto Mundial (2009). Civismo empresarial de la economía mundial. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas: New York city. Disponible en: https://www.unido.org/fileadmin/media/documents/pdf/Procurement/Global_Compact/GC_Brochure_Spanish.PDF

Naciones Unidas (2013). Arquitectos de un mejor mundo. Construyendo la arquitectura del compromiso empresarial Post-2015. [En línea-version en ingles] Disponible en: https://www.unglobalcompact.org/docs/about_the_gc/Architecture.pdf

Pacto Global Colombia (2017). Los diez principios del pacto Global. Disponible en: <http://www.pactoglobal-colombia.org/nosotros/los-10-principios.html>

Simulación de una estrategia de marketing digital para la empresa “LEGO”

Diana Patricia Martínez Caicedo ¹

Marino Rengifo García²

Paola Andrea Salazar ³

RESUMEN

El presente documento de prospectiva empresarial simula una estrategia de marketing digital para el lanzamiento del nuevo producto LEGO Life, de la empresa LEGO en España. Se empleó el método documental para recopilar información de la web de carácter primario en la página oficial de la empresa y de carácter secundario para fundamentar teóricamente la investigación, la cual gira en torno al creciente uso de los medios electrónicos con especial referencia al marketing digital. Se analizaron aspectos de la estrategia de marketing mix que incluían el email-marketing, publicidad y banners, mobile marketing, medios sociales y publicidad en TV. La simulación de marketing digital encontró que la estrategia mix planteada cobra relevancia para la penetración de las redes sociales con fines comerciales, lo cual garantizaría el posicionamiento del producto LEGO Life en el mercado.

Palabras Clave: Marketing, Marketing digital, Prospectiva empresarial.

ABSTRACT

This business prospect document simulates a digital marketing strategy for the launch of the new LEGO Life product from LEGO in Spain. The documentary method was used to collect information of the web of primary character in the official page of the company and of secondary character to theoretically base the investigation which revolves around the increasing use of the electronic means with special reference to the digital marketing. We analyzed aspects of the marketing strategy mix that included email marketing, advertising and banners, mobile marketing, social media and TV advertising. The digital marketing simulation found that the proposed mix strategy is relevant to the penetration of social networks for commercial purposes, which would guarantee the positioning of LEGO Life product in the market.

¹ Maestranda en Dirección de Organizaciones en la Economía del conocimiento; Administradora de Empresas; (Palmira); (Colombia); Correo: dianamartinez0404@gmail.com

² Doctorando en Sociedad de la Información y el Conocimiento; Magíster en Intervención Social en las Sociedades del Conocimiento; Economista (Grupo de Investigación sobre organizaciones); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo: marino.rengifo@upb.edu.co

³ Maestranda en Administración; Economista (Grupo de Investigación sobre organizaciones); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

Keywords: Marketing, Digital marketing, Business prospect.

INTRODUCCIÓN

El aceleramiento y evolución de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS), permite que la sociedad pueda comunicarse de manera más efectiva, reduciendo los condicionantes de espacio, tiempo y lugar. Bajo esta lógica, todas las actividades en los ámbitos políticos, sociales y económicos han sido transversalizadas por las TIC. En lo económico y empresarial, las estrategias de marketing modernas son un buen ejemplo de cómo sin la penetración de las redes de comunicación virtual, se hace cada vez más difícil ser exitoso en los negocios.

Es por ello, que las organizaciones hoy en día han implementado estrategias de marketing electrónico haciendo uso de las diferentes herramientas del marketing digital, como las redes sociales, el email-marketing, la publicidad por medio de banners, páginas web, entre otras; que han permitido que las empresas estén en más contacto con sus clientes internos, externos y con sus posibles consumidores permitiendo así que establecer relaciones más duraderas y rentables con los mismos.

Por consiguiente, el objetivo de esta investigación es realizar la simulación de una estrategia de marketing digital para la empresa “lego”. Para ello, se utiliza una metodología de investigación documental por medio de diferentes páginas web y libros que permitan abordar la estrategia planteada.

MARCO TEÓRICO

La creciente importancia de internet en el mundo moderno, unida a la constante globalización de los medios de comunicación y la internacionalización económica, hacen que cualquier estrategia de mercado diseñada por las empresas en la actualidad tenga necesariamente que ser pensada en el ámbito de lo digital. Esto ha sido entendido por los mercadólogos modernos que ven en la capacidad de penetración viral que ofrecen los medios digitales, una estrategia ágil, rápida y de bajo costo para apropiarse de cuotas de mercado y posicionar productos y servicios. En este sentido, Rodríguez (2017) afirma que el marketing digital es el:

Conjunto de actividades y procesos de negocio llevados a cabo con el soporte de Internet, las redes de telecomunicación y las tecnologías digitales relacionadas para conseguir los objetivos de marketing de la empresa de acuerdo con el enfoque actual de esta disciplina – el cual propugna la orientación de la organización al mercado y las relaciones con clientes y la adopción de una lógica dominante de servicios -. (p.22)

Las crecientes cifras del comercio electrónico en España así lo confirman. Este repuntó en el tercer trimestre del año 2015 un 29,2% interanual, alcanzando los 5.303 millones de euros. La cifra, hecha

pública por la CNMC , supone el mayor ritmo de crecimiento desde el primer trimestre de 2010, ⁴ cuando aumentó un 34,8%. En el cuarto trimestre de 2013 se registró una subida similar, pero en este caso el redondeo es a la baja y en aquella ocasión fue al alza. De igual modo, las ventas desde webs españolas hacia el exterior alcanzaron en el tercer trimestre de 2015 una facturación de 1.017 millones, casi un 42% más que en el tercer trimestre del año anterior. El 74,2% de las compras desde el exterior proviene de otros países de la Unión Europea (ver ilustración 1). (El País, 2016)

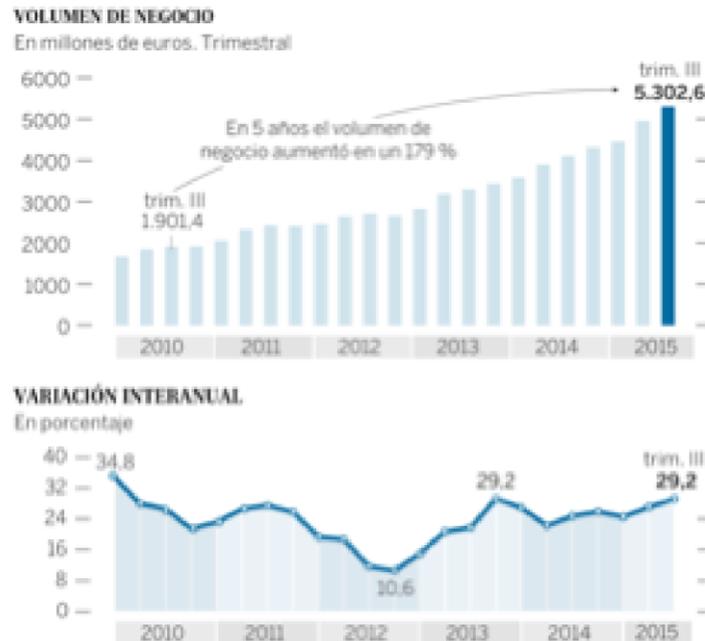


Ilustración 1 Evolución del Comercio electrónico en España. (Fuente: CNMC / David Alameda – El País)

Por consiguiente, Reputation Institute (2017), líder en consultoría mundial de gestión de la reputación, publica anualmente el estudio de reputación más grande del mundo, donde afirma que: El sistema RepTrak® fue creado en 2005-2006 para proporcionar a los ejecutivos un instrumento analítico que pudiera utilizarse no sólo para rastrear y evaluar las percepciones de las partes interesadas, sino que también permitiría una comprensión más amplia de los factores informativos subyacentes de la reputación que provocan el apego emocional. El sistema se basa en la medición de la reputación global de una empresa utilizando RepTrak® Pulse y descomponiendo ese apego emocional en un conjunto subyacente de dimensiones y atributos, y predecir sus efectos sobre el apoyo de las partes interesadas.

El RepTrak® proporciona una medida de cómo el público ve a las compañías más conocidas del mundo, donde su ranking se basa en el "Pulso" de cada empresa - la conexión emocional que los consumidores tienen con una marca. Los resultados se dividen en siete dimensiones de racionalidad, que definen por qué los consumidores sienten la forma en que lo hacen. Las

⁴ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia: es un organismo público que tiene por objeto garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios.

dimensiones son Productos / Servicios, Innovación, Lugar de Trabajo, Gobernabilidad, Ciudadanía, Liderazgo y Rendimiento.



Ilustración 2 Dimensiones Clave (Fuente: REPUTATION INSTITUTE, 2017)

El marketing ha evolucionado en los últimos años lo que ha hecho que las compañías más exitosas hagan usos de los medios digitales para llevar a cabo su marketing, convirtiéndolas en las más reconocidas y mejores empresas a nivel mundial, es así como, el Reputación Instituto 2017 realiza un informe sobre el Global Top 100 de las mejores compañías. A continuación se muestran las mejores 10 empresas reconocidas a nivel mundial por sus consumidores.

Rank	Home	2017	Pulse Score
1	Switzerland	ROLEX	80.38
2	Denmark	LEGO	79.46
3	United States	The Walt Disney Company	79.19
4	Japan	Canon	78.28
5	United States	Google	78.22
6	Germany	BOSCH	78.12
7	Japan	SONY	77.74
8	United States	Intel	77.74
9	The United Kingdom	Rolls-Royce	77.66
10	Germany	adidas	77.27

2017 Highlights

For the first time — the company with the highest rating and the top spot falls into the "Excellent" range.

The United States, Germany and Japan have the most companies in the Top Ten.

Reputation Institute | 20 Years of Reputation Leadership

Ilustración 3 Las 10 Compañías con la Mejor Reputación en el Mundo. (Fuente: Global RepTrak® 100, 2017)

Por último, es importante, tener en cuenta que para el marketing sea exitoso en cualquier organización, este debe tener una conexión con los clientes, es decir se debe tener un panorama de cuál es la segmentación de mercado definida de acuerdo a los productos y servicios que se ofertan para que estos se puedan comercializar y promocionar de la manera adecuada a los usuarios y posibles clientes.

METODOLOGÍA

El presente estudio se fundamentó bajo el método de estudio de caso. Partiendo del análisis del próximo lanzamiento del nuevo producto de LEGO (LEGO Life) en España, se hizo un ejercicio de simulación de marketing digital en donde se proyectaron aspectos como: la toma de decisiones, influencias internas y externas del marketing digital, aplicación de la matriz Ansoff, orientación y relaciones CRM y estrategia MIX de marketing.

En relación a las fuentes primarias, se hizo uso de la información suministrada por la página electrónica de la empresa LEGO, en donde se extrajo información referente al lanzamiento de su nuevo producto LEGO Life, el cual es punto de partida de la presente investigación documental. Además, este ejercicio de prospectiva se apoyó en fuentes documentales secundarias que tocan aspectos teóricos y nociones conceptuales en relación a las definiciones del marketing digital, la evolución del comercio electrónico e indicadores globales de reputación en marketing digital.

A partir de la herramienta de cálculo Excel se proyectó información prospectiva a un año con la cual se analizó la simulación de una estrategia de marketing digital para el lanzamiento de LEGO Life en España, entre las que se cuentan: Email-marketing, publicidad banner y similares, mobile marketing, medios sociales y publicidad en T.V. La información recolectada se sistematizó en cuadros de contingencia y gráficas.

Análisis de resultados

*LEGO ha anunciado el lanzamiento de **LEGO Life**, una red social donde los niños podrán compartir sus creaciones utilizando bloques de LEGO y conectar con una comunidad amplia de entusiastas de este juguete. LEGO Life está orientada a niños menores a 13 años, y la empresa ha colocado una serie de controles para garantizar un ambiente seguro para que los niños puedan participar e interactuar sin riesgos.*

*De acuerdo con la compañía, la idea para esta red surgió luego de ver cómo los niños compartían activamente sus creaciones en la sección de **“Cool Creations”** del LEGO Club Magazine, donde publicaban sus historias y fotos de sus creaciones en los tableros de mensajes de LEGO. En este sentido, esta red social busca abrir un nuevo medio en el que este compartir de ideas y vivencias pueda ser realizado de forma segura, ofreciendo herramientas para inspirar futuras creaciones e interactuar con otros usuarios. (Negocios, 2017)*

Para realizar la simulación de la estrategia de marketing digital para el lanzamiento de LEGO Life la empresa debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **La toma de decisiones en marketing digital:** Es importante que las organizaciones tengan en cuenta que en la estrategia de marketing no solo basta con diseñar un sitio web o perfil corporativo en medios sociales, pues además de ello; deben conocer su segmento de mercado, su medio ambiente interno y externo para poder tener claridad sobre los programas y los planes de marketing que tiene la compañía, para así poder identificar qué elementos del entorno le pueden beneficiar y cuáles le pueden perjudicar; de este modo, la toma de decisiones es un factor

importante a la hora de llevar a cabo los planes de marketing porque de ello depende el éxito o fracaso de la empresa.

Dado lo anterior, para argumentar la estrategia de marketing digital de la empresa Lego con el lanzamiento de Lego Life, se explicara la misma por medio de *las influencias internas y externas en la estrategia de marketing digital, de acuerdo a Dave Chaffey y Fiona Ellis-Chadwick, donde las fuerzas internas hacen referencia a los objetivos y la estrategia corporativa, los cuales influyen en la estrategia de marketing que incide directamente en la estrategia en el entorno digital. Entre los factores externos que determinan la estrategia de marketing digital estarían la estructura del mercado y la demanda, las estrategias de los competidores y las oportunidades y los retos competitivos, tanto los presentes como los que se prevé surgirán en un futuro. (Rodríguez, 2017, p.114)*

A continuación, se explica las influencias internas y externas en la estrategia de marketing digital del lanzamiento de Lego Life en España (ver figura 1).

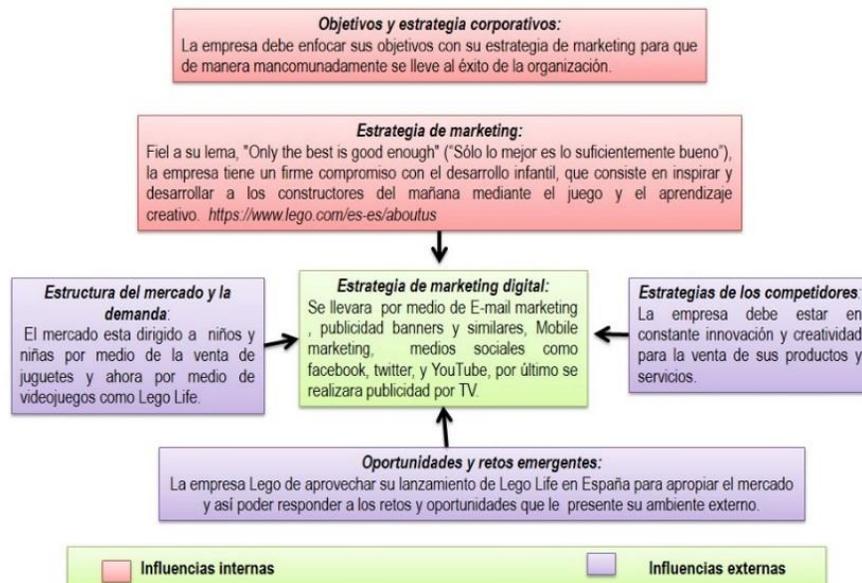


Figura 1. Influencias internas y externas en la estrategia de marketing digital: lanzamiento de Lego Life en España.
(Fuente: Elaboración propia de los autores)

- **Oportunidad para el desarrollo de negocio:** Uno de los principales motivos por los que la empresa se enfrenta a la decisión de actuar en el entorno digital es que este medio facilita enormemente el desarrollo de la relación con el mercado, y con ello la obtención de mayores niveles de ingreso y beneficios. (Rodríguez, 2017, p.118)

Espinosa (2015) afirma que:

La Matriz de Ansoff, también denominada matriz producto-mercado, es una de las principales herramientas de estrategia empresarial y de marketing estratégico. Fue creada por el estratega Igor Ansoff en el año 1957. Esta matriz, es la herramienta perfecta para determinar la dirección estratégica de crecimiento de una empresa, por tanto solamente es útil para aquellas empresas que se han fijado objetivos de crecimiento.

De este modo, se explicarán, las oportunidades del entorno digital para el lanzamiento de Lego life en España a través de la matriz Ansoff, (ver figura 2).

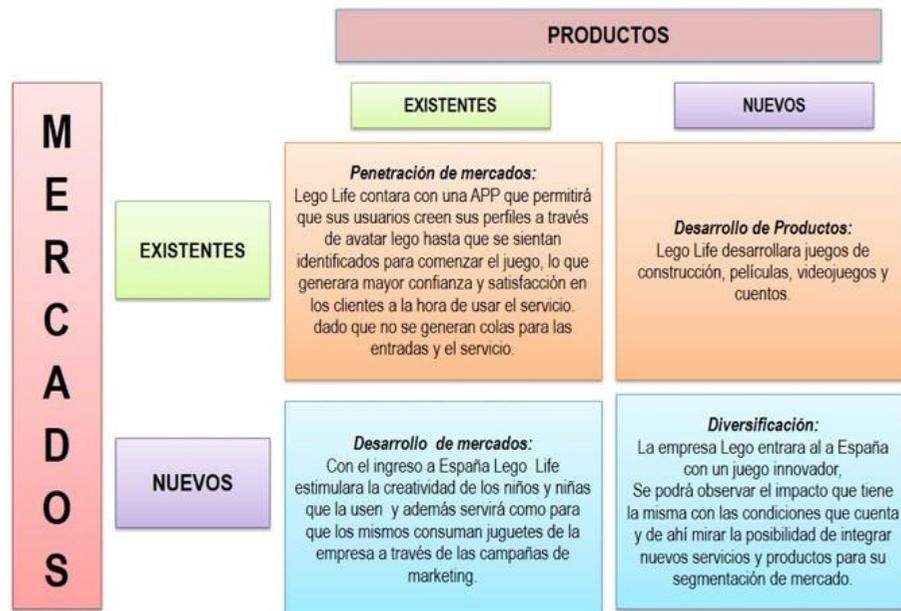


Figura 2. Matriz de Ansoff: Lanzamiento de Lego life en España
(Fuente: Elaboración Propia de los autores)

- **Estrategias competitivas en el entorno digital:** Porter (citado por Rodríguez, 2017) De acuerdo con los objetivos que se marquen, los recursos que se dispongan y las oportunidades que puedan aprovecharse, podrán definirse las estrategias más adecuadas. Aunque las estrategias pueden ser bien variadas de acuerdo con Michael E. Porter podemos clasificarlas en tres tipos de estrategias genéricas:

a) Liderazgo de costes: El liderazgo de costo es en donde la empresa se propone ser el productor de menor costo en su sector industrial. La empresa tiene un amplio panorama y sirve a muchos segmentos de este sector, y aún puede operar en sectores industriales relacionados. La amplitud de la empresa es con frecuencia importante para su ventaja de costo. Las fuentes de las ventajas en el costo son variadas y dependen de la estructura del sector industrial. Pueden incluir la persecución de las economías de escala de tecnología propia, acceso preferencial a materias primas.

b) Diferenciación: es la de crearle al producto o servicio algo que sea percibido en toda la industria como único. Selecciona a uno o más atributos que muchos compradores en un sector industrial perciben como importantes, y se pone en exclusiva a satisfacer esas necesidades.

c) Enfoque: Esta estrategia es muy diferente de las otras porque descansa en la elección de un panorama de competencia estrecho dentro de un sector industrial. El enfocador selecciona un grupo o segmento del sector industrial y ajusta su estrategia a servirlos con la exclusión de otros. Al optimizar su estrategia para los segmentos objetivo, el enfocador busca lograr una ventaja competitiva general.

Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/2c.htm>

Dado lo anterior, la estrategia competitiva que debe aplicar la empresa Lego es la Diferenciación dado que se introducirá en el mercado español con su juego Lego Life, manejando una percepción de exclusividad para su target objetivo dada la creatividad y los diversos beneficios que se ofrecen para el uso del mismo.

- **Orientación a las relaciones y CRM:** *Cuando la empresa adopta este nuevo modo de concebir la relación con los clientes, el marketing y la creación de valor, requiere de un conjunto de soluciones informáticas, metodologías y proceso interfuncionales de negocio para la gestión de la relación con el cliente, a lo que se conoce por CRM. (Rodríguez, 2017, p.128).*

Con el lanzamiento de Lego Life en España, si la empresa pudiese implementar un sistema de CRM le ayudaría a mantener una comunicación más directa con sus clientes, además permitirá que el uso de la tecnología en línea fuese más efectivo y rápido a la hora de que los clientes puedan adquirir los servicios ofrecidos, enterarse de los descuentos u otras actividades que estén ligadas al marketing de la organización generando así lealtad y fidelidad de los clientes logrando este manera que el lanzamiento y la apropiación del mercado de Lego Life, sea efectiva dada la inter comunicación que hay entre el cliente y la empresa.

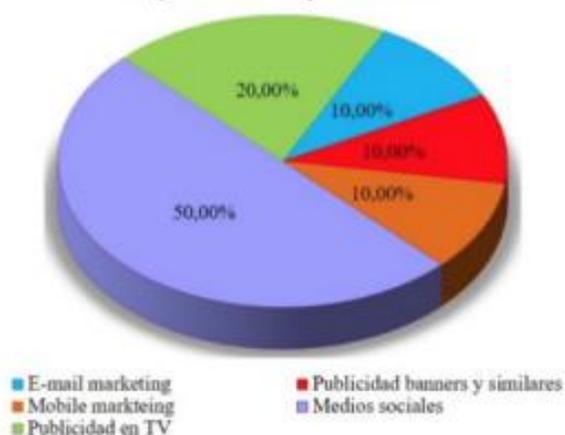
Por último, para el lanzamiento de Lego Life en España, se llevarán a cabo varias estrategias mix, para la campaña se ejecutará un E-mail marketing el cual consiste en el envío de correos masivos logrando un acto de comunicación online y marketing directo, también se utilizara la publicidad banners y similares, donde se introducirá un segmento publicitario en una página web con el fin de atraer a la comunidad cibernauta (niños y niñas) para que acceda a los servicios de Lego Life. Igualmente para la publicidad se tendrá en cuenta el Mobile marketing a través de los dispositivos móviles con el fin de atraer más clientes, por otro lado, se tendrá en cuenta los medios sociales como Facebook, Twitter, y YouTube, por último se realizara publicidad por TV con el fin de que Lego Life sea conocido por toda la comunidad Española. (Ver tabla1). De igual manera, se muestra los porcentajes de inversión para cada media de estrategia Mix utilizada para el lanzamiento de Lego Life en España. (Ver gráfico 1)

MEDIA MIX	
Media	% Inversión
E-mail marketing	10,00%
Publicidad banners y similares	10,00%
Mobile marketing	10,00%
Medios sociales	50,00%
Publicidad en TV	20,00%
	100,00%

Tabla 1. Estrategia MIX: Lanzamiento LEGO Life en España 2017.

Fuente: Elaboración propia de los autores

Grafico 1. Estrategia MIX Lanzamiento Lego Life en España - 2017



Fuente: Elaboración propia de los autores

Por otro lado, se puede observar el presupuesto para la estrategia mix del lanzamiento de Lego Life en España en el mes de septiembre del 2017, el presupuesto muestra un resumen de gastos comprendido en el periodo de septiembre del 2017 a agosto del 2018. (Ver tabla 2).

Resumen de gastos	Presupuesto	Real	Cantidad restante	Presupuesto acumulado	Gasto acumulado
gSep-17	\$118,00	\$96,00	\$22,00	\$118,00	\$96,00
Oct-17	\$88,00	\$62,00	\$26,00	\$206,00	\$158,00
Nov-17	\$74,00	\$48,00	\$26,00	\$280,00	\$206,00
Dic-17	\$110,00	\$84,00	\$26,00	\$390,00	\$290,00
Ene-18	\$170,00	\$34,00	\$136,00	\$560,00	\$324,00
Feb-18	\$53,00	\$34,00	\$19,00	\$613,00	\$358,00
Mar-18	\$65,00	\$29,00	\$36,00	\$678,00	\$387,00
Abr-18	\$65,00	\$27,00	\$38,00	\$743,00	\$414,00
May-18	\$65,00	\$24,00	\$41,00	\$808,00	\$438,00
Jun-18	\$90,00	\$26,00	\$64,00	\$898,00	\$464,00
Jul-18	\$90,00	\$24,00	\$66,00	\$988,00	\$488,00
Ago-18	\$12,00	\$12,00	\$0,00	\$1.000,00	\$500,00
TOTAL	\$1.000,00	\$500,00	\$500,00	-	-

Tabla 2. Presupuesto para la Estrategia MIX: Lanzamiento Lego Life en España (Septiembre 2017 – Agosto 2018)

A continuación, se muestra el presupuesto de marketing VS gasto real para la estrategia mix del lanzamiento de Lego Life en España. (Ver gráfico 2)

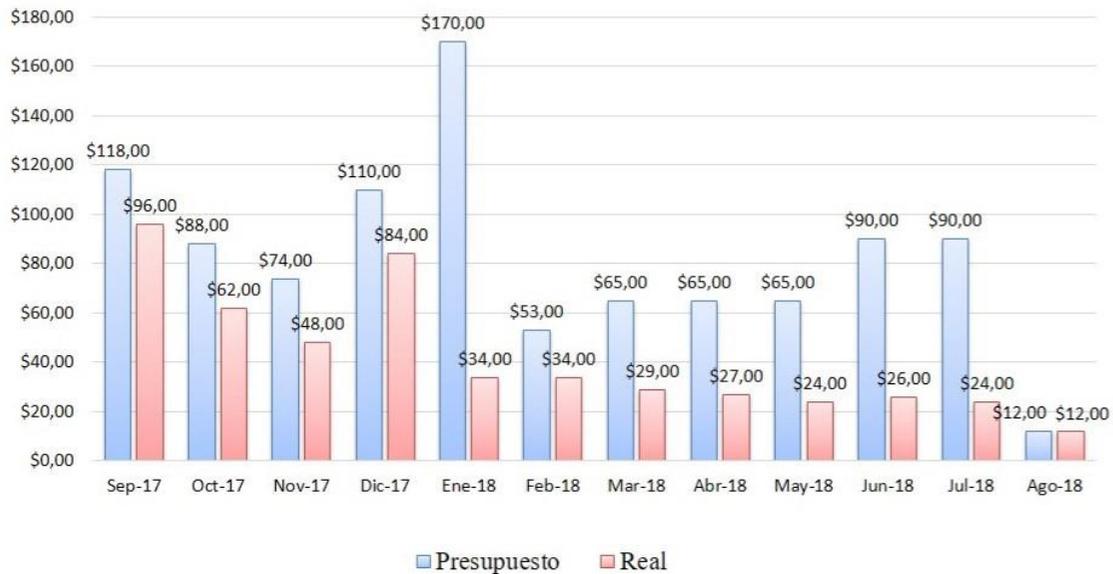
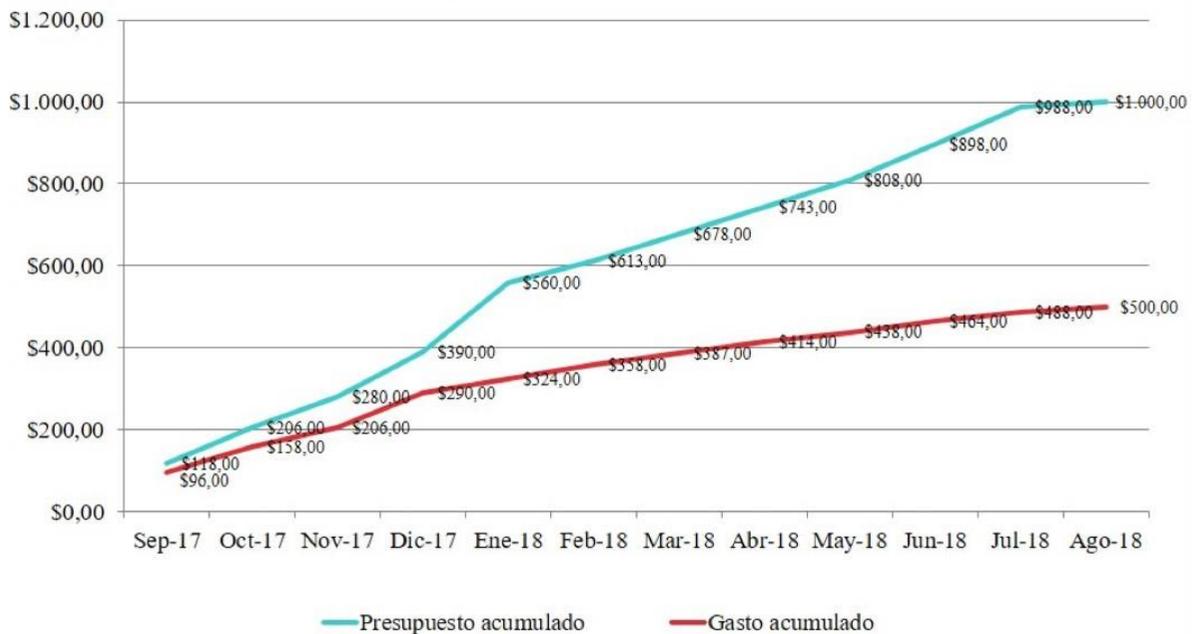


Gráfico 2. Presupuesto de marketing vs gasto real. Presupuesto para la estrategia MIX: Lanzamiento LEGO Life en España (Septiembre 2017 - Agosto 2018) Fuente: Elaboración de los autores

Por último, se muestra el presupuesto de marketing acumulado Vs gasto real para la estrategia mix del lanzamiento de Lego Life en España. (Ver gráfico 3)



Gráfica 3. Presupuesto de marketing acumulado vs. gasto real para la estrategia MIX: Lanzamiento LEGO Life en España (Septiembre 2017 - Agosto 2018) Fuente: Elaboración de los autores

CONCLUSIONES

La matriz Ansoff, permitió identificar las nuevas oportunidades de lanzamiento que tiene la empresa Lego en España por medio de la penetración en el mercado lo que visualiza la marca a través del entorno digital en el país, la matriz también permitió proyectar el desarrollo del mercado, lo cual ayudaría a la adecuación del servicio ofrecido por Lego a través de los medios digitales, teniendo en cuenta el impacto que este generaría en la comunidad dado los beneficios y las diferentes formas de interactuar que presenta la compañía a través de su lanzamiento Lego Life, así se lograría el desarrollo de un servicio diferenciado y con innovación el cual podría ser utilizado de diferentes maneras. Por ejemplo, cada vez más el cliente podría identificarse con el avatar que define su perfil fidelizándose así como un consumidor permanente del nuevo producto Lego Life.

De igual manera, las ventajas que tiene Lego Life con la utilización de la estrategia competitiva de diferenciación según Porter, es que la empresa podrá brindar un servicio que sea percibido como único en la comunidad Española gracias a que Lego ofrece diferentes servicios didácticos como videojuegos, juegos de construcción, entre otros, donde permitirá que sus clientes desarrollen su creatividad por medio de Lego Life.

Por último, la estrategia mix pondera con un 50% el uso de medios sociales como Facebook, Twitter, y YouTube, dado que estas están en constante innovación y permite comunicarse con los clientes de una manera rápida. Además, facilita el acceso de los mismos para que puedan tener una creatividad para la venta de los productos y servicios que ofrece Lego Life para los niños y niñas de 13 años en adelante, ayudando a que la compañía aumente su Top of Mind por parte de sus consumidores y el posicionamiento de su producto Lego Life en el mercado español.

BIBLIOGRAFÍA

ABOUT US OUR MISSION: TO INSPIRE AND DEVELOP THE BUILDERS OF TOMORROW.
Recuperado de: <https://www.lego.com/es-es/aboutus>

El País. (01 de 04 de 2016). El comercio electrónico crece en España a su mayor ritmo en casi seis años. Recuperado el 02 de 08 de 2017, de https://economia.elpais.com/economia/2016/04/01/actualidad/1459500053_449714.html

Espinosa, R. (31 de 05 de 2015). MATRIZ DE ANSOFF, ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO. Recuperado el 07 de 10 de 2017, de <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>

Eumed.net. (s.f.). LAS TRES ESTRATEGIAS GENÉRICAS (factores internos). Recuperado el 13 de 08 de 2017, de <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/2c.htm>

Negocios, T. d. (1 de febrero de 2017). LEGO Life: una red social segura para niños creativos. Recuperado el 12 de 06 de 2017, de <http://tiempodenegocios.com/lego-life/>

Reputation Institute. (2017). Reputation Institute. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de <https://www.reputationinstitute.com/reputation-measurement-services/reprtrak-framework>

Rodriguez Ardura, I. (2017). Marketing digital y comercio electronico. Madrid: Piramide (Grupo Anaya, S.A.).



TEORÍA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA

Análisis indicadores de emprendimiento GEM de Bucaramanga y Colombia - años 2010-2011

Gladys Rocío Ramírez Jurado¹

RESUMEN

El emprendimiento toma cada vez más protagonismo, al ser la estrategia por excelencia para promover la creación de empresas, e incidir directamente en la competitividad y productividad de los países. En este artículo se presentan los resultados correlacionados de los informes sobre emprendimiento 2010-2011 realizados con la metodología del Global Entrepreneurship Monitor – GEM y se comparan lo obtenido, a nivel de Colombia, con respecto a Bucaramanga, la capital del departamento de Santander. Con esta comparación lo que se pretendió fue explicar inicialmente los antecedentes históricos del emprendimiento, de manera general en Colombia y de manera particular en Bucaramanga, para luego a la luz de la legislación existente y los resultados del estudio GEM identificar las potencialidades en emprendimiento de sus habitantes y así, finalmente esbozar una serie de estrategias en donde se enfatiza en la integración de acciones desde la academia, el sector productivo y el Gobierno, a nivel nacional y regional, alineados con la legislación existente, en procura de promover el espíritu emprendedor.

Palabras clave: Global Entrepreneurship Monitor GEM, emprendimiento, TEA, oportunidad, necesidad.

ABSTRACT

The entrepreneur is becoming more and more protagonist, being the strategy per excellence to promote the creation of companies, and have a direct impact on the competitiveness and productivity of the countries. In this article are presented the correlated results of the Entrepreneurship reports 2010-2011, carried out with the methodology of the Global Entrepreneurship Monitor - GEM and reflecting the results between Colombia and Bucaramanga, the capital of the department of Santander. The purpose of this study was initially to explain the historical performance of the enterprises in Colombia, but more specific in Bucaramanga. Based upon the reviews of the legislation and the results obtained by the GEM, it is possible to identified all the potential at the enterprises, to outline a series of strategies emphasizing the integration of actions from the academia, the productive sector and the Government, at national and regional level, aligned with the existing legislation. In order to the promotion of the entrepreneurship spirit to be possible.

Keywords: Global Entrepreneurship Monitor GEM, entrepreneurship, TEA, opportunity, need.

¹ Profesor interno, Programa de Administración de Empresas, Maestría en Administración con énfasis en Política y Estrategia Organizacional, Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga, Grupo de Investigación en Administración – GIA, Colombia. Correo: gladys.ramirez@upb.edu.co

INTRODUCCIÓN

A continuación, se presentan los resultados de la investigación realizada sobre emprendimiento en Bucaramanga, comparados con los datos del país, a partir de los resultados obtenidos en el estudio realizado por Global Entrepreneurship, analizando las experiencias y antecedentes de la ciudad en esta temática para explicar el por qué, en algunos casos, se manejan mejores indicadores a nivel regional. Finalmente, se indica cómo se deben aprovechar las potencialidades de la ciudad, mediante la promoción del espíritu emprendedor entre sus habitantes.

Antecedentes del emprendimiento

Richard Cantillon fue quien primero utilizó el término de emprendedor, en su obra *Essair sur la nature du comerse introduce*, cuando lo definió como el individuo que asume riesgos, con niveles altos de incertidumbre y por consiguiente, con expectativas de altas ganancias que en gran proporción también son inciertas (Cantillon, 1999)

A pesar que desde esa fecha hasta hoy, varios autores han dado diferentes conceptos a partir de esta primera definición, de una u otra forma, varios coinciden en que el perfil del emprendedor básicamente incluye, entre otras, competencias como las que se describen en la Ley 1014 del 26 de enero de 2006, expedida por el Gobierno Colombiano y que se refieren a la capacidad para innovar, valor para enfrentar situaciones inciertas o capacidad para asumir riesgos moderados, visión de futuro, motivación de logro, iniciativa propia, autoconfianza, optimismo, destreza para formular planes de acción y habilidad de persuasión, entre otros.

Así se retomó el concepto de emprendimiento como sinónimo de creación de algo nuevo, que conlleva la destrucción creativa, la creación de nuevas empresas y la búsqueda de oportunidades, que conlleva a una mejor competitividad y productividad.

Es por esto que los Gobiernos empiezan a preocuparse por promover el emprendimiento y crear incentivos, para lograr mejores niveles de crecimiento, desarrollo e innovación, situación a lo que no ha sido ajeno el Gobierno Colombiano, pero sus resultados no son tan optimistas como lo fue el espíritu de dichas normas porque, de una parte se observa que aún no hay una cultura emprendedora.

Si bien en Colombia existen normas y medidas de apoyo generales y específicas relacionadas con la actividad emprendedora, sus niveles de claridad y especificidad son cuestionables... Las leyes, decretos y resoluciones están dispersos e involucran una serie de organismos poco articulados que dificultan su concreción en términos prácticos. Las normas generales, aunque precisas, generan ambigüedad ya que en la práctica poco se propicia el derecho a la libre empresa y a la asociación, y los mecanismos de regulación son poco eficaces.

En un mundo global como el actual, las nuevas iniciativas y/o mejoras de las empresas y sus procesos productivos deben propender por una mayor productividad, sin ser ajena a su responsabilidad social que va de la mano con la calidad de vida de sus empleados, proveedores, accionistas y todos los que están directamente relacionados en su entorno interno y externo.

Antecedentes históricos del emprendimiento en Colombia y Bucaramanga

Desde el siglo XIX, el Gobierno por su deseo de progreso y de productividad ha fomentado la creación de empresas, mediante políticas que incentiven a los empresarios a aportar su capital e ingenio para que desarrolle la industria, tal y como sucedió con la Ferrería La Pradera con la que el Gobierno de la época, firmó un contrato en la que le pagaba por anticipado rieles, como estrategia para fomentar y estimular nuevas industrias (Valero, 2002).

A finales del siglo XX e inicios del XXI, el Gobierno colombiano estableció una serie de políticas que propendían para que los colombianos se animaran a hacer empresa, al igual que lo hicieron a inicios del siglo XX los inmigrantes que llegaron al país.

Por su parte Bucaramanga, capital del departamento de Santander, no ha sido ajena al espíritu emprendedor (Amador, Avellaneda, 2008)

Es de anotar que el desarrollo del departamento, y de su ciudad capital, Bucaramanga, estuvo y está estrechamente ligada al accionar de los empresarios, de aquellos hombres que visionaron y siguen visionando un futuro mejor, que tienen una capacidad de liderazgo y de iniciativa, que han desarrollado una mentalidad de innovación y riesgo, que han generado formas organizaciones eficientes y asociativas para superar limitaciones de capital y acometer toda una serie de proyectos que transformaron por completo a la región, además de participar activamente en la vida pública y en el accionar político-administrativo...

Aunque en la región hay una larga tradición empresarial, desde mediados del siglo XIX ésta se hizo más evidente, especialmente con el desarrollo de una vocación agroexportadora y comercial, producto de la dinámica de exportación que alcanzaron algunos productos de la región, como el caso del tabaco, la quina, los sombreros jipijapa, la actividad manufacturera y el café, pero para su desarrollo fue necesario superar múltiples obstáculos, derivados fundamentalmente de la relación con un entorno geográfico agreste, que elevaba los costos de transacción.

Inclusive, empresas como Pastas Gavassa, la primera fábrica de su género fundada en el país en 1891 por el inmigrante italiano Quintilio Gavassa Mivelli, aún existen en Bucaramanga, con más de 100 años de existencia.

Sin embargo, el Gobierno Colombiano a la luz de la globalización y de los nuevos tratados de libre comercio que viene celebrando con los demás países, reconoce que requiere de muchos más casos de empresarios exitosos que coadyuven, no solo a disminuir los niveles de desempleo, sino que también contribuyan a que el país sea cada vez más competitivo y productivo.

Por lo anterior, el Gobierno Nacional ha promovido leyes para incentivar la creación de empresas y el financiamiento de las mismas, que se detallan en el cuadro 1.

LEY	OBJETIVO	A DESTACAR
Ley 344 de 1996	Destinar ingresos para el desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo.	De los ingresos correspondientes a los aportes sobre las nóminas al SENA (Ver art. 30, numeral 4, Ley 119 de 1994), el 20% se destinará para estos programas.
Ley 590 de 2000	Fomento a las Mi Pymes	Creación del Fondo FomiPyme: Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
Decreto 934 de 2003	Financiación de proyectos o iniciativas empresariales	Se exige estudio de mercado, sostenibilidad del proyecto, número de empleos directos o indirectos que se generan.
Ley 905 de 2004	Modificación de la Ley 590 de 2000	Crea Sistema Nacional de MiPymes
Ley 1014 de 2006	Ley de Fomento de la Cultura de Emprendimiento	Busca promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, creando un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento y generando redes regionales que fortalezcan el proceso de manera local.
Decreto 4090 de 2006	Modalidades de crédito (comercial, consumo y microcrédito) cuyas tasas deben ser certificadas por la Superintendencia Financiera de Colombia	Define que un microcrédito es un crédito que no supera los veinticinco (25) salarios mínimos legales mensuales vigentes (SMMLV), y se les otorga a los microempresas.
Decreto 3078 de 2006	Creación de la Banca de Oportunidades	Promueve el acceso al crédito y los demás servicios financieros a las personas de menores ingresos, micros, medianas, pequeñas empresas y emprendedores.

Cuadro 1. Legislación sobre emprendimiento. FUENTE: Ministerio de Comercio, Industria y Comercio

Análisis comparativo de los resultados de los principales indicadores obtenidos en Bucaramanga y Colombia

Hoy en día, se realizan estudios para identificar los niveles de emprendimiento de las diferentes regiones y una de estas metodologías validadas a nivel mundial, es la Global Entrepreneurship Monitor -GEM, que mediante una serie de indicadores, permite comparar, analizar y evaluar el resultado de iniciativas pro-emprendimiento lideradas, no sólo, por el Gobierno Nacional o regional, sino por la misma Academia e Industria. Así con cifras y datos se pueden tomar decisiones respecto a las acciones y estrategias a implementar a fin de seguir promoviendo el emprendimiento en Bucaramanga en particular y Colombia a nivel país, las cuales seguirán midiéndose para continuarlas, reestructurarlas y asegurarlas, según el caso.

Con esta metodología internacional se identificaron una serie de indicadores que permitían identificar el estado del proceso emprendedor, cuyas fases se identifican en la gráfica 1.

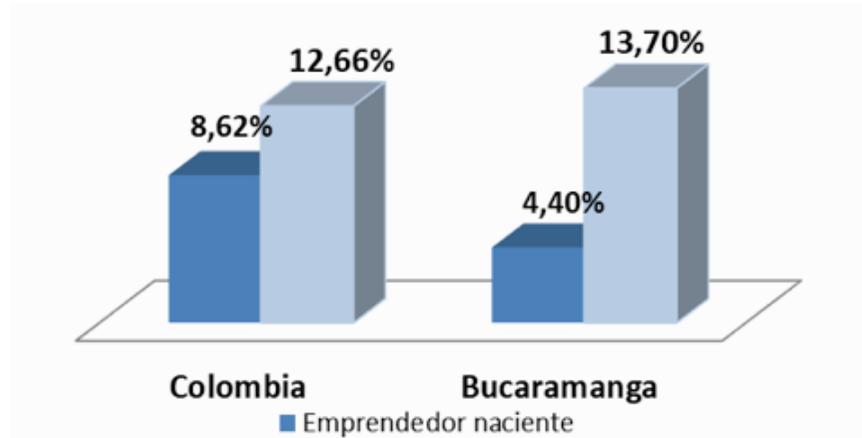


Gráfica 1. El proceso emprendedor según GEM. Fuente: GEM Bucaramanga 2010-2011

Las cuatro etapas que incluye el proceso se identifican porque se inicia con el conocimiento y habilidades de la persona que pudiese ser un emprendedor, hasta volverse un empresario cuyo negocio ya tiene una vida útil igual o mayor a 3 años y medio. Las fases intermedias: emprendedor naciente y nuevo empresario son dos etapas en donde el tiempo es el parámetro que define en qué etapa se encuentra el individuo que espera cristalizar su idea de negocio.

1. Total Early Stage Entrepreneurial Activity – TEA

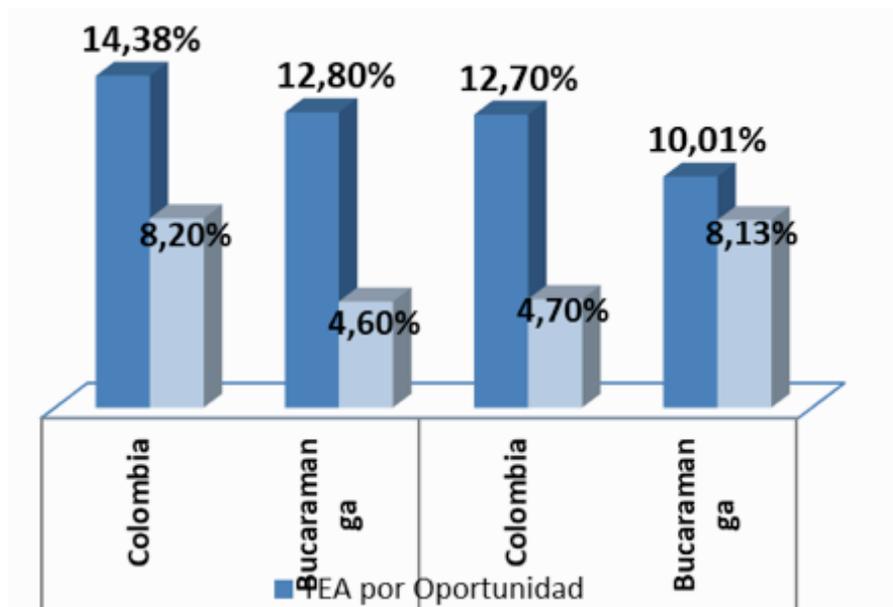
Esta tasa de la nueva actividad empresarial, se toma entre los individuos que se encuentran en edad de 18 a 64 años de edad, quienes se encuentran en proceso de puesta en marcha de la idea de negocio –emprendedor potencial- o se encuentran en la fase inicial de implementación de la nueva empresa y no han superado los 42 meses, es decir es un emprendedor naciente.



Gráfica 2. Comparativo del TEA entre Colombia y Bucaramanga. Fuente: GEM Bucaramanga 2010-2011 Como se observa en la gráfica, si bien en Colombia en general, casi dobla el porcentaje de emprendedores nacientes con respecto a lo que pasa en Bucaramanga, ya a nivel de nuevos empresarios se infiere que las iniciativas empresariales que nacen en esta ciudad podrían tener una mayor vida e incluso, podrían convertirse en nuevos empresarios exitosos y reconocidos en la región.

Pero, ante la pregunta sobre qué es lo que motiva a alguien para emprender su vida empresarial, si es por necesidad o por la oportunidad que le ofrece el medio, se podrían pensar que las dos variables que posibiliten la incidencia en igual proporción en países no tan desarrollados como el colombiano y que maneja un índice de pobreza del 40,2% y una tasa de desempleo, a marzo de 2011 del 11,1%.

Naturalmente Bucaramanga, no es la excepción al manejar un índice de pobreza del 18,5% y una tasa de desempleo del 9% a marzo del presente año. Sin embargo, los resultados no confirman esta hipótesis, como se observa en la gráfica siguiente.



Gráfica 3. Comparativo TEA Colombia-Bucaramanga por género y motivaciones.

Fuente: GEM Bucaramanga 2010-2011

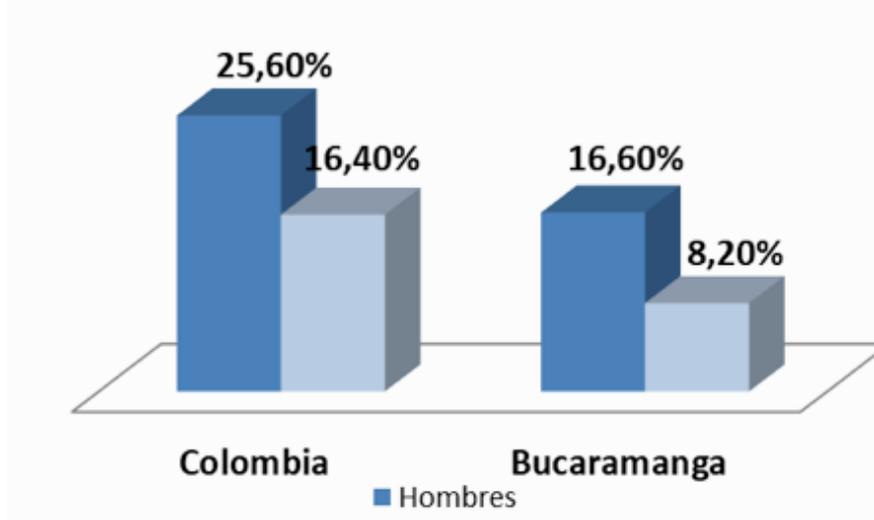
Es interesante observar que en todos los casos lo que prima es la oportunidad, pero Bucaramanga no es ajena a la tendencia del país, en donde los hombres superan a las mujeres tanto por oportunidad como por necesidad y curiosamente, se observa que las mujeres de Bucaramanga doblan a los hombres en la TEA por necesidad, de donde se infiere que ante la necesidad de trabajo, son las mujeres en mayor proporción que los hombres quienes ven en el emprendimiento una opción laboral.

Al respecto, revisando la historia se confirme el talante de estas mujeres porque, como lo afirma la autora del libro *Perfiles Femeninos de Santander Siglo XX*, las cualidades que la han identificado desde la colonia se conservan en la actualidad, de ahí que supere a los hombres en el emprendimiento por necesidad. El texto dice “Hablar de la mujer de Santander, es evocar los cambios trascendentales que ha marcado la historia de Colombia, porque ella se ha caracterizado dentro de la tipología nacional como aguerrida, libertaria, luchadora, inteligente, que no le ha temido a las adversidades y ha actuado siempre con decisión cuando las circunstancias se lo han exigido”. (Durán de Mustafá, 2002)

De otra parte llama la atención que en el 2010, la Asociación Colombiana de Mujeres Empresarias y Emprendedoras, Colempresarias, organización que agrupa a más de 400 mujeres que lideran proyectos productivos, destacó a seis santandereanas con el Premio Empresaria Exitosa. Ellas son Teresa Eugenia Prada, Nora Loza, Berta Lizcano, Gloria Serrano, Titi Bernal y Liliana Pereira, gerentes fundadoras de la Fundación Mundial de la Mujer, First Class Calzado Gloria Serrano, La Casa del Multimueble, Cadena de restaurantes y bares y Multicómputo Ltda. Respectivamente.

2. Caracterización de Empresarios

En cuanto al género de los empresarios, en Bucaramanga hay un mayor porcentaje de empresarios, tanto hombres como mujeres, con relación a los porcentajes obtenidos a nivel Colombia.



Gráfica 4. Comparativo Empresarios Colombia-Bucaramanga 2010. Fuente: GEM Bucaramanga 2010-2011

Mientras que el rango de edades de la TEA en Bucaramanga es en un 27,1% entre los 25 y 34 años, seguidos con un 23,2% entre 35 y 44 años, a nivel de Colombia los rangos de edad que priman, oscilan entre 45 y 54 con un 19,4% y entre 55 y 64 años con un 18,6%, tal y como se observa en los resultados obtenidos en los estudios adelantados por GEM.

Además, los potenciales empresarios de Bucaramanga en un 20% poseen pregrado completo y en un 2,7% poseen incluso estudios a nivel de posgrado. Frente a un 13,20% de pregrado completo de los empresarios ya establecidos y el 2,2% con estudios a nivel de posgrado.

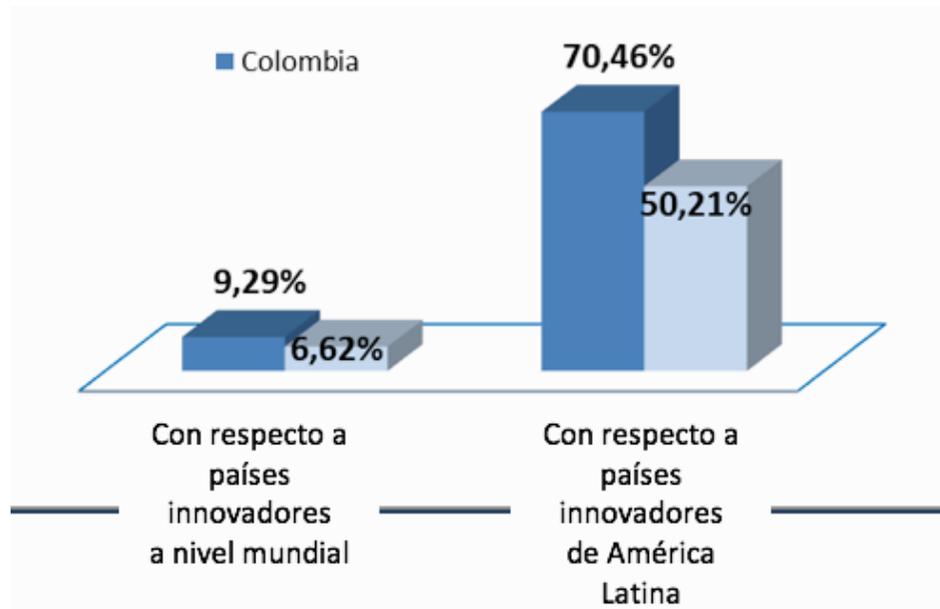
Mientras que el rango de edades de la TEA en Bucaramanga es en un 27,1% entre los 25 y 34 años, seguidos con un 23,2% entre 35 y 44 años, a nivel de Colombia los rangos de edad que priman, oscilan entre 45 y 54 con un 19,4% y entre 55 y 64 años con un 18,6%, tal y como se observa en los resultados obtenidos en los estudios adelantados por GEM.

Además, los potenciales empresarios de Bucaramanga en un 20% poseen pregrado completo y en un 2,7% poseen incluso estudios a nivel de posgrado. Frente a un 13,20% de pregrado completo de los empresarios ya establecidos y el 2,2% con estudios a nivel de posgrado.

3. Caracterización de empresas

Los sectores productivos en donde los empresarios incursionan, tanto a nivel Colombia como Bucaramanga, en el de servicios de consumo, con un 47,6% y 50,5% respectivamente. Seguido por los de transformación en un 33,6% en Colombia por un 37,4% en Bucaramanga. Sin embargo, es preocupante que en ambos casos las empresas establecidas no usan nueva tecnología en un 79,36% en Colombia y en un 65,90% en Bucaramanga lo que conlleva a concluir que no son empresas de punta. Así muy difícilmente aumentó en la productividad y la competitividad, que se traduzca, como espera el Gobierno del presidente Santos, en prosperidad para todos al ser el país capaz de exportar productos con mayor valor agregado y, por ende, generar empleos de calidad (Gutiérrez, 2010).

Ahora respecto al porcentaje de la inversión en innovación de las nuevas empresas en Bucaramanga y Colombia, es muy bajo con respecto a los países líderes en innovación, tales como Estados Unidos, Japón y Alemania, pero inclusive es inferior con respecto a los países de América Latina.



Gráfica 5. Nivel de inversión en innovación de las nuevas empresas de Bucaramanga y Colombia, 2010.
Fuente: GEM Bucaramanga 2010-2011

4. Actitudes y aspiraciones respecto a la creación de empresas

El espíritu emprendedor es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteadas con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado (Malagón, 2009). Muchos autores listan una serie de competencias con las que identifican al emprendedor: capacidad para innovar, motivación al logro, capacidad para el riesgo, autoconfianza, etc, pero otros plantean que es el resultado de una serie de factores del entorno, de los mismos negocios y naturalmente lo relacionado con lo personal e interpersonal (Prats y Agulles, 2008)

GEM presentan los siguientes ocho indicadores identificados dentro del campo de actitudes: percepción de oportunidades, percepción acerca de la existencia de conocimientos y habilidades empresariales, miedo al fracaso, la creación de empresa como elección de carrera, estatus de los nuevos empresarios, cobertura de medios de comunicación, potencial emprendedor y comparativo por género. Mientras que en el campo de las aspiraciones plantea cuatro: empleo e innovación, exportaciones y nuevamente el comparativo entre hombres y mujeres.

En el presente análisis solo se van a tener en cuenta dos indicadores en cada campo. Estos son:

4.1 Miedo al fracaso

En Bucaramanga el porcentaje de empresarios entrevistados, que reconoció este temor fue del 33,3% de acuerdo con los estudios del GEM Bucaramanga 2010-2011, mientras que en Colombia en ese mismo período fue inferior en un 1,8%, es decir, fue del orden de 31,5%. De ahí que en el informe de GEM se plantea que al comparar estos resultados con los de Latinoamérica (31,6%) y los países impulsados por la eficiencia (34,6%) "Estas diferencias poco significativas entre regiones pueden estar muy correlacionadas con la similitud en el contexto socioeconómico de cada una de

ellas, además del clima de inversión y el nivel de aversión al riesgo homogéneo que existe entre la población”

Al respecto de este indicador es interesante analizar que el miedo, per se, es inherente al ser humano, pero lo clave al hablar de emprendimiento no es el miedo en sí al fracaso, sino el manejo que se hace de ese fracaso. En ese orden de ideas la siguiente frase de Paulo Coelho es lo que impide a los empresarios potenciales convertirse en emprendedores "Sólo una cosa vuelve un sueño imposible: el miedo a fracasar.", pero el mismo fracaso por ser una fuente rica de aprendizaje, es que muchas culturas lo promueven, porque como lo afirma el proverbio Chino "El fracaso más grande es nunca haberlo intentado".

4.2 La creación de empresa como elección de carrera

Este indicador va de la mano con lo que la población identifica como éxito, reto, satisfacción personal, reconocimiento y por ende, es sinónimo de respeto y estatus social.

Bucaramanga posee un 90,3% de individuos que perciben al emprendimiento como una opción de carrera viable a futuro en la ciudad, ligeramente superior al 88,6% de los colombianos que piensan esta opción a nivel país.

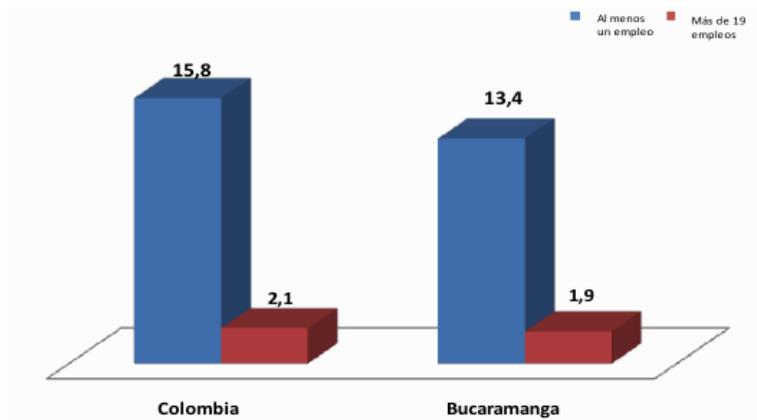
Sin embargo, el simple hecho de verlo como opción de vida, si bien es importante no lo es suficiente, porque como se concluye en el artículo *El Emprendimiento una opción de vida* (Granada, 2009)

Hay dos opciones entonces igualmente validas y respetables. Por un lado, decidir ser un empleado por el resto de la vida y de paso quedarse sentado esperando una pensión que nunca va a llegar. Rogar para que cada año el aumento de sueldo sea decente, de lo contrario, salir a las calles a marchar y protestar contra la “avaricia” de los empresarios que se niegan a compartir su riqueza. Y por otro, sentarse del otro lado de la mesa, convertirse en un aguerrido emprendedor, justo, con conciencia social, que sabe leer su época, que interpreta las necesidades de su tiempo, que sabe que las reglas han cambiado, que tiene a la mano todas las posibilidades de emprender y sobre todo, que está convencido de la generosa recompensa para si mismo, su familia y la sociedad, producto de su esfuerzo y dedicación.

No es tarea fácil de emprender, tampoco se convierte uno en un emprendedor de la noche a la mañana. Es un proceso que requiere pasión, dedicación, entusiasmo, tolerancia a la frustración, aguante, mucha fortaleza y lo más importante de todo FE, creer en sí mismo, en sus capacidades, en sus sueños, jamás debe perder las esperanzas, en fin, ha de seguir adelante con tesón y convicción.

4.3 Expectativas acerca de la generación de empleo

Los resultados del GEM Bucaramanga 2010-2011 muestran las siguientes expectativas respecto a generar en los próximos cinco años, uno o más de 19 vacantes en dicho período y que se visualiza en la gráfica 6.



Gráfica 6. Comparativo de expectativa de nuevos empleos en los próximos cinco años en Colombia y Bucaramanga. Fuente: GEM Bucaramanga 2010-2011

Al confrontar estos datos con los indicadores de desempleo relacionados en el numeral uno del presente artículo, cuando se comparaban los TEAS por necesidad y por oportunidad, podría pensarse que en el emprendimiento es una de las estrategias que debería promover el Gobierno Nacional para lograr disminuir dichas tasas que a nivel nacional alcanza dos dígitos 11,1% y en Bucaramanga un dígito, 9%.

4.4 Procesos de Innovación

Teniendo en cuenta las variables de uso de incorporación de procesos innovadores a la gestión empresarial y a sus productos o servicios, así como el uso de la tecnología, los niveles que maneja Bucaramanga son muy inferiores a los que se manejan a nivel país, como se observa en los indicadores identificados en el estudio GEM en el período 2010-2011.

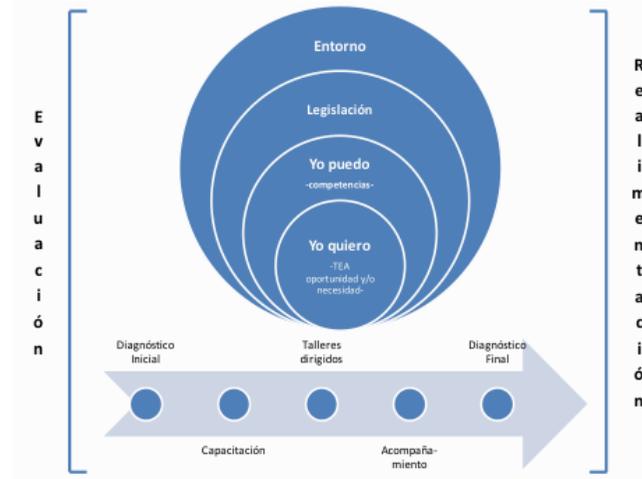
TASA	COLOMBIA	BUCARAMANGA
TEA con innovación en sus productos	26,15	22,7
TEA que usa la última tecnología	16,15	5,6
EB con innovación en sus productos	13,6	11
EB que usa la última tecnología	4,36	3,7

Cuadro 2. Innovación y uso de tecnología. Fuente: GEM Bucaramanga 2010-2011

Estos resultados son consistentes con los obtenidos en el Índice Global de Innovación 2001, en donde Colombia ocupa el puesto 71 y que es liderado por Suiza, Suecia y Singapur respectivamente.

Propuesta de estrategia integral para continuar promoviendo el emprendimiento

En la siguiente gráfica se plantea una propuesta de estrategia integral para continuar promoviendo el emprendimiento, pero acompañado de indicadores y realimentación permanente que permita hacer un seguimiento sistemático al proceso.



Gráfica 2. Propuesta para promover el emprendimiento. Fuente: Autora

Se parte de la realización de un diagnóstico inicial, en donde se identifiquen las competencias de los potenciales emprendedores, con base en dichos resultados diseñar un proceso de capacitación, con talleres dirigidos y el acompañamiento de un empresario ya establecido, quien le comparte no solo las lecciones aprendidas sino las mejores prácticas de su gestión.

Así mediante una evaluación y realimentación permanente, se identifican los pasos que requiere dar el interesado para pasar de su deseo a la realización de su proyecto, involucrando acciones de innovación, financiación por medio de la legislación existente y análisis del entorno para identificar oportunidades, no solo a nivel regional o nacional, sino a nivel internacional.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Es interesante tener en cuenta que Lina María González en su artículo, *Condicionantes del emprendimiento en Colombia*, referencia a André Stel, David Storey y Roy Thurik (2007), quienes al comparar a los emprendedores nacientes por necesidad y por oportunidad, consideran que los primeros sienten mayor motivación que los segundos. Esto nos indica que sería interesante establecer una estrategia de capacitación y acompañamiento permanente dirigida a los emprendedores nacientes por necesidad, para así lograr llevarlos de manera sistemática a las siguientes fases del proceso emprendedor según GEM, es decir, nuevos empresarios y los ya establecidos.

El emprendimiento es una estrategia que debe ser promovida para generar nuevos empleos, mejorar la productividad y competitividad de la región y el país en general, que coadyuva a una mejor calidad de vida.

Los resultados obtenidos son la base para seguir midiendo el comportamiento de estos indicadores, fruto de una política integral en la que la Universidad, las Empresas ya establecidas y el mismo

Estado se unan a fin de lograr aunar esfuerzos en la formación y acompañamiento de los nuevos emprendedores con base en la transferencia de lecciones aprendidas y mejores prácticas en este campo.

En este proceso, no se puede descartar el aspecto cultural de la región para, en caso de requerirse, sea intervenido para promover como lo plantea la legislación existente, desde los primeros años un espíritu emprendedor entre los niños que permitan cerrar las brechas de las competencias de los emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

CELIS, Tatiana (2010). ¡Empresarias Santandereanas, siempre adelante! Tomado del periódico Gente de cabecera. Recuperado de <http://www.gentedecabecera.com/2010/10/%C2%A1empresarias-santandereanas-siempre-adelante/>

DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA (2003). Empresas y empresarios en la historia de Colombia: siglos XIX y XX: una colección de estudios recientes-

Departamento Nacional de Estadística – DANE (2011). Gran Encuesta Integrada de Hogares. Mayo 2011, Colombia.

Departamento Nacional de Planeación – DNP, Dirección de Desarrollo Social - DDS y la Subdirección de Promoción Social y Calidad de Vida – SPSCV (2011). Índice de Pobreza Multidimensional (IPM-Colombia) 1997-2008 y meta del PND para 2014. Febrero 2 de 2011, Colombia.

DURÁN DE MUSTAFÁ, Consuelo (2002). Perfiles Femeninos de Santander Siglo XX. Editorial SIC, Bucaramanga.

FANDIÑO PADILLA, Laura y BOLÍVAR ABELLO, María Cristina (2008) Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y Estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Universidad Pontificia Javeriana.

FRANCO CLAVIJO, Juan Bautista (2009). Emprendimiento Colombiano: Potencial creativo para el Desarrollo Nacional. Grupo Integrado de Emprendimiento, Empresarismo y Fondo Emprender, SENA – Dirección General

GARCÍA GONZÁLEZ, Lina María (2008). Condicionantes del emprendimiento en Colombia.El Cuaderno escuela de Ciencias Estratégicas, UPB Medellín, Vol. 2 No. 4 p. 167-185

GÁMEZ GUTIÉRREZ, Jorge (2008). Emprendedores: Hacia una definición y caracterización.

GOBIERNO COLOMBIANO. Ley 1014 de 2006.Fomento a la cultura del emprendimiento, Enero 26 de 2006, 16 p.

GÓMEZ RESTREPO, Hernando José. BOTIVA LEÓN, María Alejandra y GUERRA FORERO, Ana María (2008). Institucionalidad y estrategias para el desarrollo exportador y la innovación en Colombia: diagnóstico inicial. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Chile.

GÓMEZ NÚÑEZ, Liyis. MARTÍNEZ, Joselín. ARZUZA, María. Política pública y creación de empresas en Colombia. Universidad del Norte. Revista Pensamiento & Gestión No. 021, p. 1-25

GÓMEZ NÚÑEZ, Liyis- MARTÍNEZ CARAZO, Piedad. FIGUEROA, Cesar Alfonso y otros (2011). Reporte GEM Colombia 2010, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana CAKLI, Universidad de los Andes, Universidad ICESI, ISBN 978-958-741-142-3. 121 p.

GÓMEZ NÚÑEZ, Liyis- MARTÍNEZ CARAZO, Piedad. ANGULO, Luis Eduardo y otros (2011). Reporte GEM Bucaramanga 2010-2011, Universidad del Norte, Universidad EAN Sede Bogotá, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Universidad Pontificia Bolivariana sede Bucaramanga y Cámara de Comercio de Bucaramanga, ISBN 978-958-741-150-8. 81 p.

GÓMEZ, Liyis. MARTÍNEZ, Joselín. ARZUZA, María.(2006) Política pública y creación de empresas en Colombia. Pensamiento & Gestión No. 021, Universidad del Norte. ISSN 1657-6276, Colombia.

GRANADA, Andrés (2009). El emprendimiento: una opción de vida. Revista Altus, Universidad Sergio Arboleda, 11 de febrero de 2011.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. BAPTISTA LUCIO, Pilar (1997). Metodología de la investigación. Mac Graw Hill. ISBN 968-422-931-3, 497 p.

MATIZ, Francisco Javier (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. Revista EAN No. 66: Mayo-Agosto de 2009 p.169-182

INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD, Colombia 2011

MALAGÓN MALAGÓN, Félix Antonio (2009). El espíritu emprendedor y la creación de Empresa. Escuela de Administración de Negocios EAN, Bogotá D.C. Colombia

MUÑOZ GUERRERO, Jorge Andrés (2006). Ley 1014 Fomento a la cultura del emprendimiento: Impacto de la Ley de Emprendimiento en el Desarrollo Regional, VI Encuentro Nacional Emprendedores Colombia

PÉREZ VILLA, Pastor Emilio (2008). Emprendimiento Colombia. El Cuaderno Escuela de Ciencias Estratégicas, UPB Medellín, Vol. 2 No. 4 p. 167-185

PRATS, María Julia y AGUELLES, Remei (2008). Algo más que intuición para los negocios: competencias que todo emprendedor debería desarrollar. IESE Business School, Universidad de Navarra, España, p. 17

REVISTA DINERO (2010). Emprendimiento en Colombia, tiempo de actuar. Pensamiento & Gestión No. 021, Universidad del Norte. ISSN 1657-6276, Colombia.

ROA ROMERO, Marcela. NEGRÉ RAMOS, Fernando, HERNÁNDEZ TRRID, Arsenio. Oficina de apoyo al emprendedor (2009). Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, Universidad de Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza. 378 p.

VIVAS GUEVARA, Pedro Antonio (2002). Memoria Empresarial Santandereana. Editorial SIC, Universidad Industrial de Santander. 1ª edición.

Aspectos empresariales y laborales de las mujeres líderes de Mipymes en Palmira – Valle¹

Marino Rengifo García²

Oscar Eduardo Sánchez³

RESUMEN

El artículo aborda un grupo de mujeres líderes de *Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)* ubicadas en el Municipio de Palmira – Valle – Colombia, e identifica los aspectos empresariales y laborales de las mujeres líderes de Mipymes en Palmira, Valle. Tomando como referencia las 24 principales ciudades colombianas y sus áreas metropolitanas y contrastándolas con Cali – Área Metropolitana se discuten aspectos de informalidad empresarial y empleo informal con énfasis en género, a partir de los aportes de teóricos sobre el tema. Se describen las condiciones empresariales de las empresarias y se formulan las conclusiones y recomendaciones del presente estudio.

Palabras clave: MIPYMES, Género, Informalidad empresarial, Informalidad laboral.

Clasificación JEL: J46, L26, D22, Z13.

ABSTRACT

The article is about a leader women group of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME's) located in Palmira city – Valle del Cauca - Colombia around the business topics while they relate aspects of their work. Drawing on 24 major Colombian cities and their metropolitan areas and contrasting them with Cali – Metropolitan area, aspects of business informality and informal employment are discussed with emphasis on gender. Business conditions for entrepreneurs are described, finally conclusions and recommendations for the present study are formulated.

Keywords: MSME's, Gender, Informality business, informality working.

Classification JEL: J46, L26, D22, Z13.

¹ La presente ponencia hace parte de la investigación: El impacto de la flexibilización laboral en la mano de obra no calificada en el Valle del Cauca, adscrita al grupo de Estudios Sobre Organizaciones del Programa de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana – Sede Palmira. UPB – Palmira.

² Doctorando en Sociedad de la Información y el Conocimiento; Magíster en Intervención Social en las Sociedades del Conocimiento; Economista (Grupo de Investigación en Pedagogía y Desarrollo Humano); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: marino.rengifo@upb.edu.co

³ Doctorando en Educación; Magíster en Economía; Especialista en Gerencia Financiera; Administrador de Empresas. (Grupo de Investigación en Pedagogía y Desarrollo Humano); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: oscareduardo.sanchez@upb.edu.co

INTRODUCCIÓN

Al abordar el estudio de las interrelaciones que se tejen entre Micro, pequeñas y medianas Empresas (*MIPYMES*), mujeres empresarias y emprendedoras, cobra importancia que estas sean vistas a la luz de la triada: trabajo informal, empresa informal y las cuestiones de género. Dichos aspectos tocan directamente el mundo de la empresa femenina siendo por lo general poco estudiados y por tanto, incomprendidos lo que explica en gran medida la ausencia de programas o políticas públicas claras que enfrenten estos problemas de manera directa.

El presente estudio es una primera aproximación a los fenómenos señalados a través de un grupo de mujeres empresarias de *MIPYMES* ubicadas en el Municipio de Palmira – Valle, en donde se abordan temas empresariales en su actividad productiva, a la vez que se les indaga sobre aspectos de índole laboral.

El documento se divide en cuatro acápite: en el primero se discuten aspectos de informalidad empresarial tomando como referencia las 24 principales ciudades colombianas y sus áreas metropolitanas, en el segundo se inicia la discusión sobre empleo informal con énfasis en género en la cual se llevan a cabo consideraciones sobre la evolución del mercado laboral femenino basándonos en La información existente para Cali – Área metropolitana, así como para las 13 principales ciudades y sus áreas metropolitanas de Colombia según datos suministrados por el *DANE*. En el tercer acápite se describen las condiciones empresariales de las mujeres líderes de *MIPYMES* en el Municipio de Palmira – Valle y a partir de la información recolectada en el apartado final se formulan las conclusiones y recomendaciones para el presente estudio.

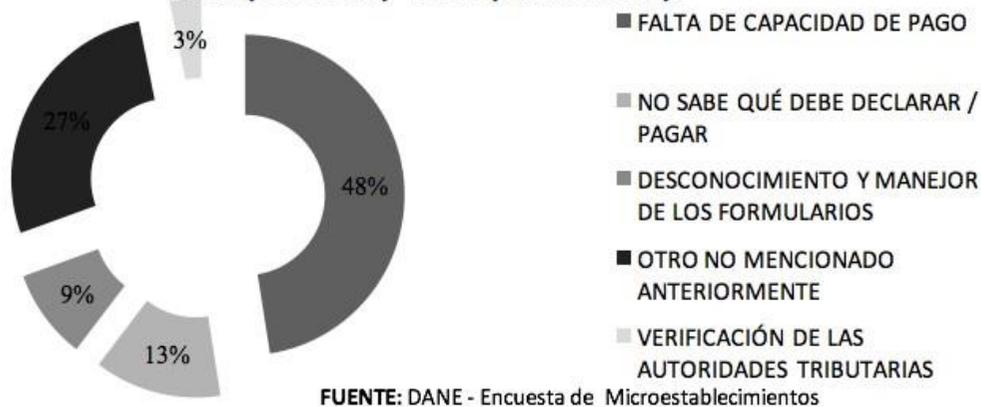
1. Apuntes Sobre Informalidad Empresarial

Pese a que el grado de informalidad empresarial en Colombia oscila entre el 45% y el 65% según sea la definición utilizada (Hamann y Mejía, 2011), el estudio de la informalidad empresarial en Colombia no se ha abordado profundamente lo que se evidencia en las pocas estadísticas existentes que permitan indagar con suficiencia sobre el problema (Hederich, 2005). Sí a esto le sumamos la poca información estadística que se tiene sobre tópicos de economía y género en el país, aunado a la pobre información regional o por municipios nos encontramos con que el abordaje empírico de las problemáticas en cuestión se hace dificultoso. La existencia del poco material estadístico relevante en dichas temáticas se circunscribe casi exclusivamente al suministrado por el *Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)*.

No obstante lo anterior varios estudios han avanzado sobre la caracterización de la informalidad empresarial en Colombia destacándose aspectos recurrentes y diversos de este fenómeno tales como sus altas tasas de nacimiento y mortalidad en el país, o en el plano legal la falta de registro mercantil de las empresas o el Registro Único Tributario (*RUT*), entre otras obligaciones legales, al igual que tener una mayor tendencia a reducirse el grado de informalidad empresarial con el aumento del tiempo de existencia de la empresa y ante un mayor tamaño. También se ha podido detectar que los establecimientos informales tienden a tener menores ingresos y activos fijos por trabajador que los establecimientos formales y en general sus actividades productivas tienen un bajo valor agregado lo que va en estrecha relación a carencias tecnológicas y poco capital humano (Cárdenas y Mejía, 2007); (Cárdenas y Rozo, 2009); Giraldo, Bedoya y Vargas (2009).

Enfoques analíticos se han ocupado de examinar las causas por las que una empresa o persona desarrolla actividades dentro de la informalidad, sintetizándolas básicamente en dos tipos: la primera se ha denominado *motivo exclusión* y se centra en la imposibilidad de los individuos de conseguir empleo en el sector formal y en las dificultades que enfrentan las empresas con barreras generadas por los altos costos de formalización. La segunda causa es el motivo escape y básicamente, se encuentra motivada en los individuos y empresas por deseos de independencia o flexibilidad (se considera voluntaria). Sin embargo, tangencialmente también se relaciona con altos costos de formalización empresarial o desconocimiento de los beneficios de ser formal en el caso empresarial. Dentro de estos costos podemos resaltar entre otros aquellos relacionados con menor acceso al crédito y a los servicios gubernamentales y los problemas asociados a las sanciones legales (también existen beneficios asociados a menores costos de los insumos comprados por las empresas informales). Ambos aspectos deben saber diferenciarse para focalizar las políticas públicas pertinentes dirigidas a su solución (Santa María y Rozo, 2009).

GRÁFICO 1: RAZÓN QUE PUEDE GENERAR INCONVENIENTES EN EL PAGO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS. 24 CIUDADES PRINCIPALES Y SUS ÁREAS METROPOLITANAS. 2.012 (OCTUBRE) - 2.013 (SEPTIEMBRE).



De esta manera el DANE (2014) en su *Encuesta de Microestablecimientos*⁴ aplicada a las 24 principales ciudades con sus áreas metropolitanas para el período 2012 – 2013 en Colombia, arroja estadísticas sobre el potencial incumplimiento de normas tributarias por parte de las microempresas donde entre otros hallazgos se encuentra que alrededor del 48% tiene dificultades para el pago de sus impuestos por la baja capacidad económica lo que nos acerca al *motivo exclusión* como principal factor para explicar la informalidad empresarial (Ver gráfico 1).

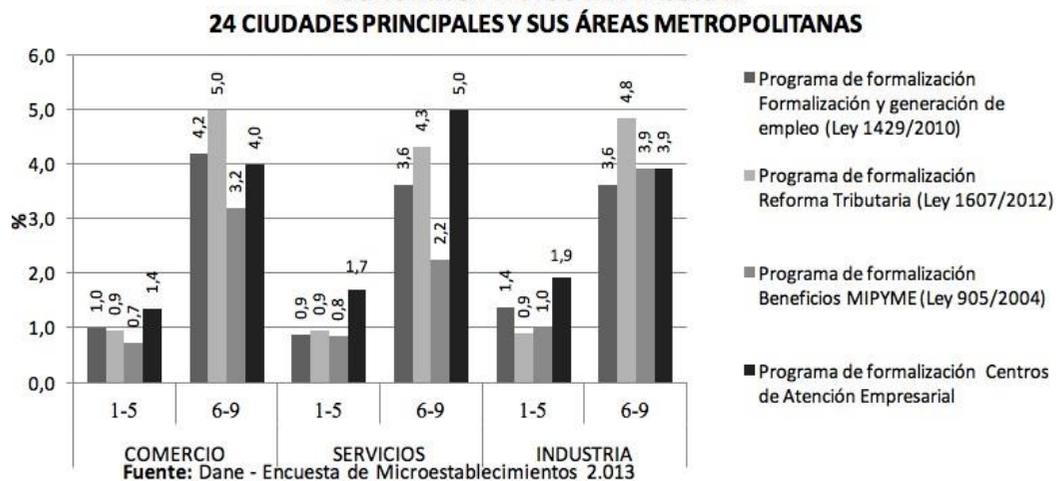
Otros estudios resaltan cómo los procesos de formalidad e informalidad empresarial, coexisten en todas las economías de acuerdo a su nivel de desarrollo. Partiendo de esta realidad, tratar de controlar impositivamente la evasión empresarial debería ser sopesado en términos de costos y beneficios ya que si los procesos impositivos se alejan de las tarifas óptimas los niveles de producción formales totales y de recaudación se reducen generando pérdidas sociales y exceso

⁴ Según el DANE, "Microestablecimiento: Se define por el espacio físico utilizado en el desarrollo de una actividad económica de comercio, servicio o industria donde laboran hasta 9 personas y que no tengan más de tres sucursales, incluida la principal."

de informalidad. En este sentido los costos asociados al control de la informalidad son discutibles en su aplicación, pues generan un costo de oportunidad muy alto para los actores implicados y para la sociedad como un todo (Mejía y Posada, 2007).

En cuanto a las razones asociadas al motivo escape, cobra importancia el desconocimiento de los posibles beneficios de la formalización para los microempresarios pero también aspectos relacionados con una subcultura de la informalidad empresarial que por largo tiempo ha llevado a estos empresarios a desarrollar actividades productivas de manera ambivalente entre la economía formal e informal; lo anterior obliga a abordar el estudio de la informalidad desde una perspectiva amplia y multifacética lo cual permitirá focalizar de la manera más eficiente las políticas públicas dirigidas a erradicar el fenómeno (Bustamante y Bayter, 2013). Esto se evidencia entre otros aspectos por los bajos niveles de participación en programas de formalización ofrecidos por el gobierno lo cual es más acentuado en los microestablecimientos que emplean hasta cinco personas, en contraste con aquellos que emplean entre seis y nueve: no obstante en ambos casos los niveles de participación son irrisorios, alcanzando un máximo del 5% de adherencia a los programas ofrecidos, lo cual se cumple para microempresas del sector del comercio y los servicios en igual medida (Ver gráfico 2).

GRÁFICO 2: PARTICIPACIÓN DE LOS MICROESTABLECIMIENTOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS DE FORMALIZACIÓN SEGÚN SECTOR ECONÓMICO Y RANGO DE PERSONAL.



A partir de los anteriores elementos subrayados, pueden comprenderse las recomendaciones que atañen al desarrollo de la competitividad empresarial y las mismas políticas de emprendimiento en Colombia, entendiendo que son los sectores con más alto grado de informalidad empresarial y laboral precisamente aquellos que evidencian un menor grado de productividad, reproduciéndose así un círculo vicioso en el cual no se distingue claramente si es la informalidad la que genera menor productividad o si por el contrario es la menor productividad la que desencadena una mayor informalidad (CPC, 2013). Diferentes documentos como los presentados por el *Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes)*, los estudios de las *Cámaras de Comercio*, los del *Ministerio de Comercio Industria y Turismo* o los *Informes Nacionales de Competitividad*, pretenden contribuir a solucionar este tipo de dinámicas a través de la realización de estudios y la formulación de políticas en torno a elementos clave tales como: la sofisticación y el aumento del valor agregado en los procesos productivos, el estímulo a la productividad y a la generación de empleo en los

sectores formales, el combatir los altos niveles de informalidad laboral y empresarial, alcanzar mayores niveles de innovación y absorción de tecnologías, aumentar el alcance y sofisticación del mercado financiero, combatir las deficiencias en la infraestructura de transporte y energía, mejorar la calidad y pertinencia de la educación, en el diseño de estructuras tributarias amigables con la competitividad, la mayor penetración de tecnologías de la información y conectividad, el freno a la degradación ambiental como limitante de la competitividad y el fortalecimiento de las instituciones relacionadas con la competitividad entre otras. (Montoya, Montoya y Castellanos, 2010); (CONFECAMARAS, 2011); (MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, 2009).

2. METODOLOGÍA

El presente artículo se fundamenta en un estudio de carácter descriptivo, cuantitativo no experimental en el cual los datos fueron recolectados de manera transversal durante el segundo semestre del 2014; consecuentemente los datos fueron tratados cualitativamente agrupándolos en diversas categorías según se configuraron las preguntas del cuestionario de la encuesta. De acuerdo a esto el diseño correspondiente de la investigación apunta a la modalidad de estudio de caso, dado que se quiere conocer un cierto número de variables y sus posibles interrelaciones en un contexto empresarial, histórico y social determinado: aquellas que hacen referencia a los *Aspectos Empresariales y Laborales de las Mujeres Líderes de MIPYMES en Palmira – Valle*.

El estudio se documentó con una encuesta aplicada a 57 empresarias de *MIPYMES*, procesando los datos con el paquete estadístico SPSS y se construyó siguiendo tres etapas: la primera correspondió a una fase de aproximación teórica girando en torno a temas de género y sus implicaciones en el mundo de la empresa y el trabajo informal. Posteriormente se desarrolló el trabajo técnico y de campo en donde se diseñó el instrumento de investigación, se pilotó la encuesta y finalmente, se llevó a cabo la aplicación de las encuestas a la muestra seleccionada, para concluir organizando, tabulando y discutiendo los resultados encontrados los cuales se sistematizaron en el estudio por medio de tablas de contingencia que aquí se presentan.

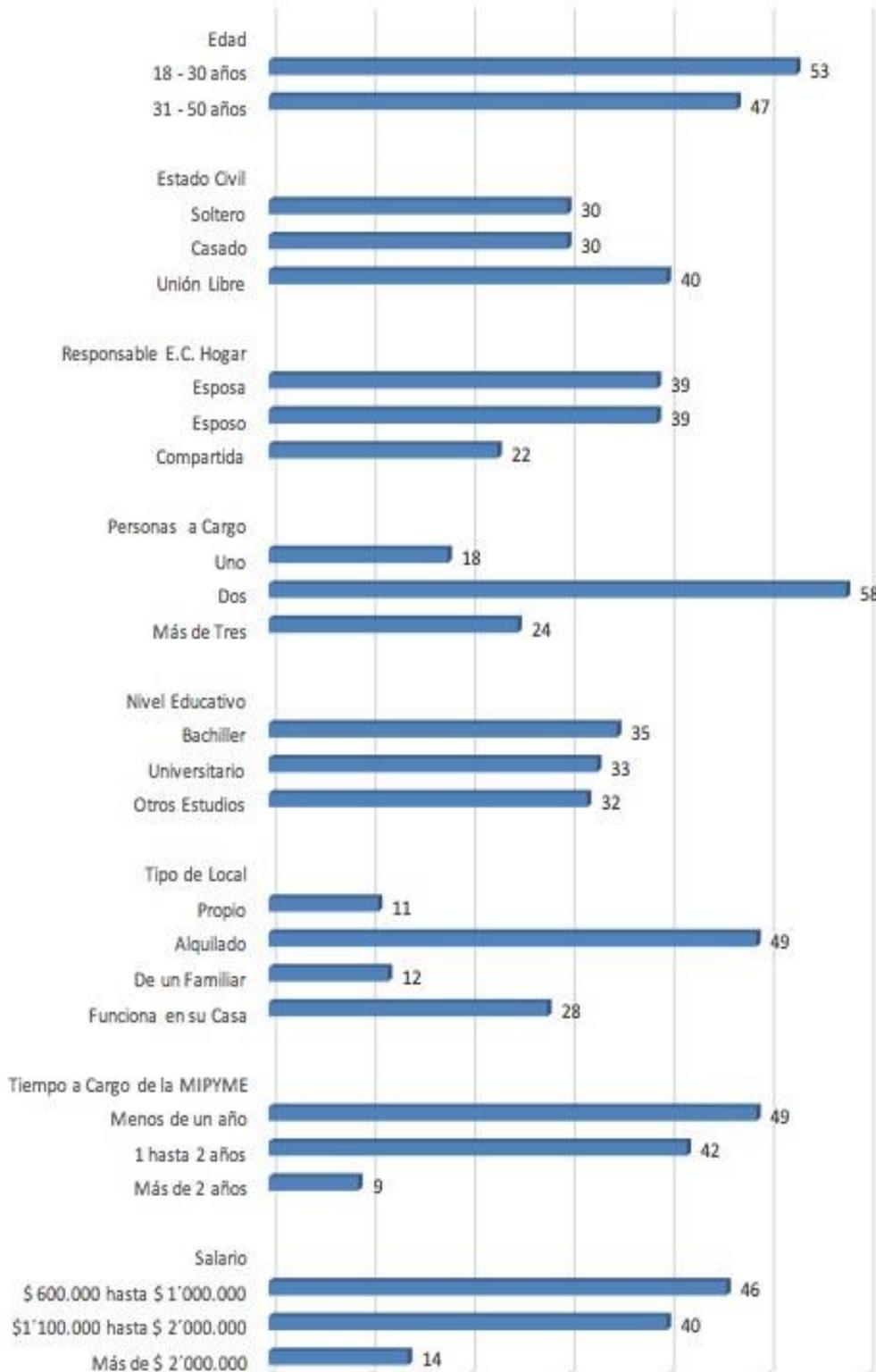
La muestra de empresarias seleccionadas está constituida por un grupo joven que abarca rangos de edades entre los 18 y 50 años. En los hogares predomina la figura de la unión libre con un 40% de las entrevistadas en esta situación. Asumen la responsabilidad económica en el hogar en igual porcentaje que los hombres: 39% de las entrevistadas era cabeza de hogar y otra persona lo era en el 39% de los casos, compartiendo responsabilidad económica la empresaria con otra persona en un 22% de los casos. Las mujeres empresarias entrevistadas mayoritariamente tienen hasta dos personas a cargo, lo que se evidencia para el 58% de la muestra.

3. RESULTADOS

Los resultados obtenidos se sintetizan en las siguientes gráficas.

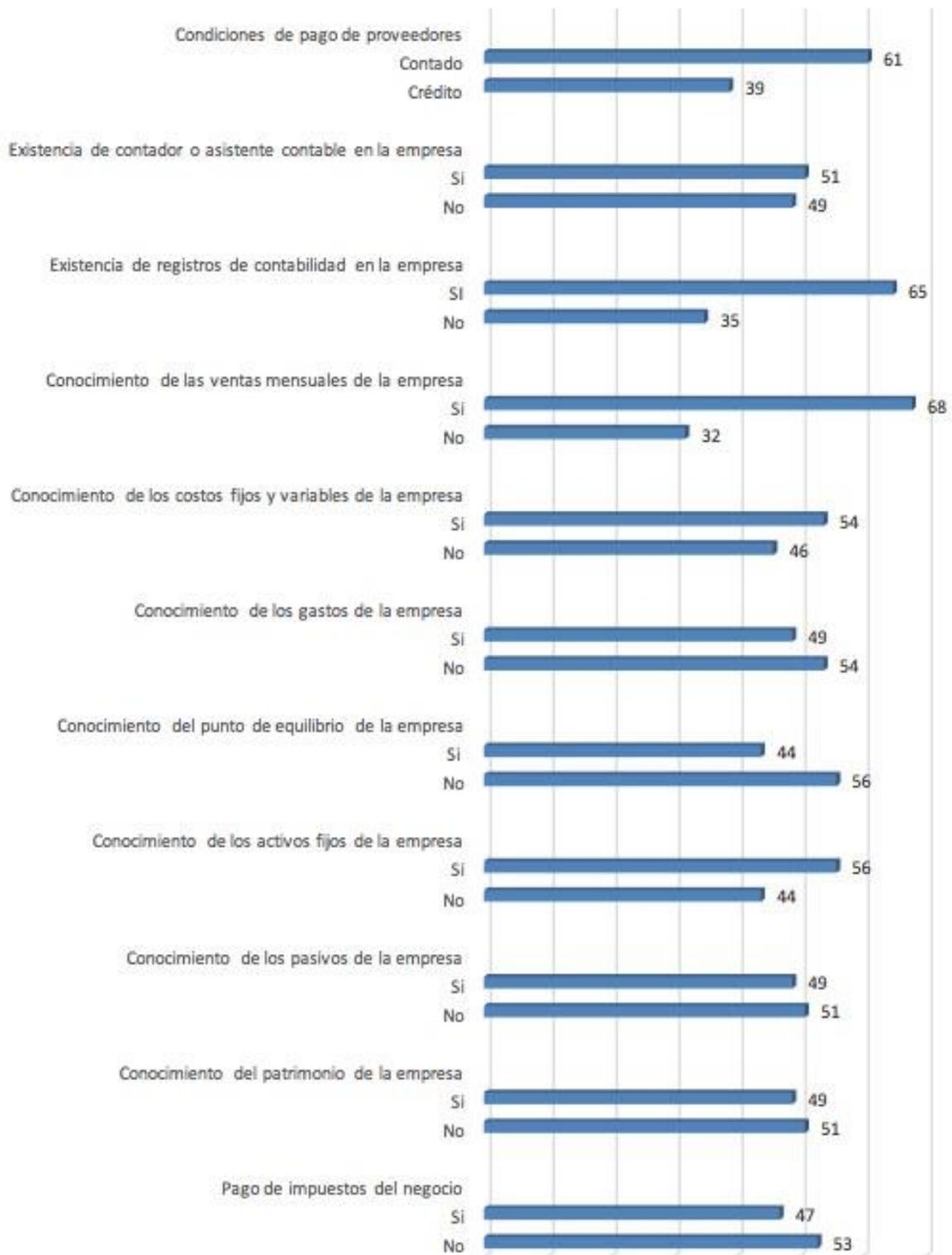
Características Socio – Demográficas:

Tabla 1. Condiciones sociodemográficas



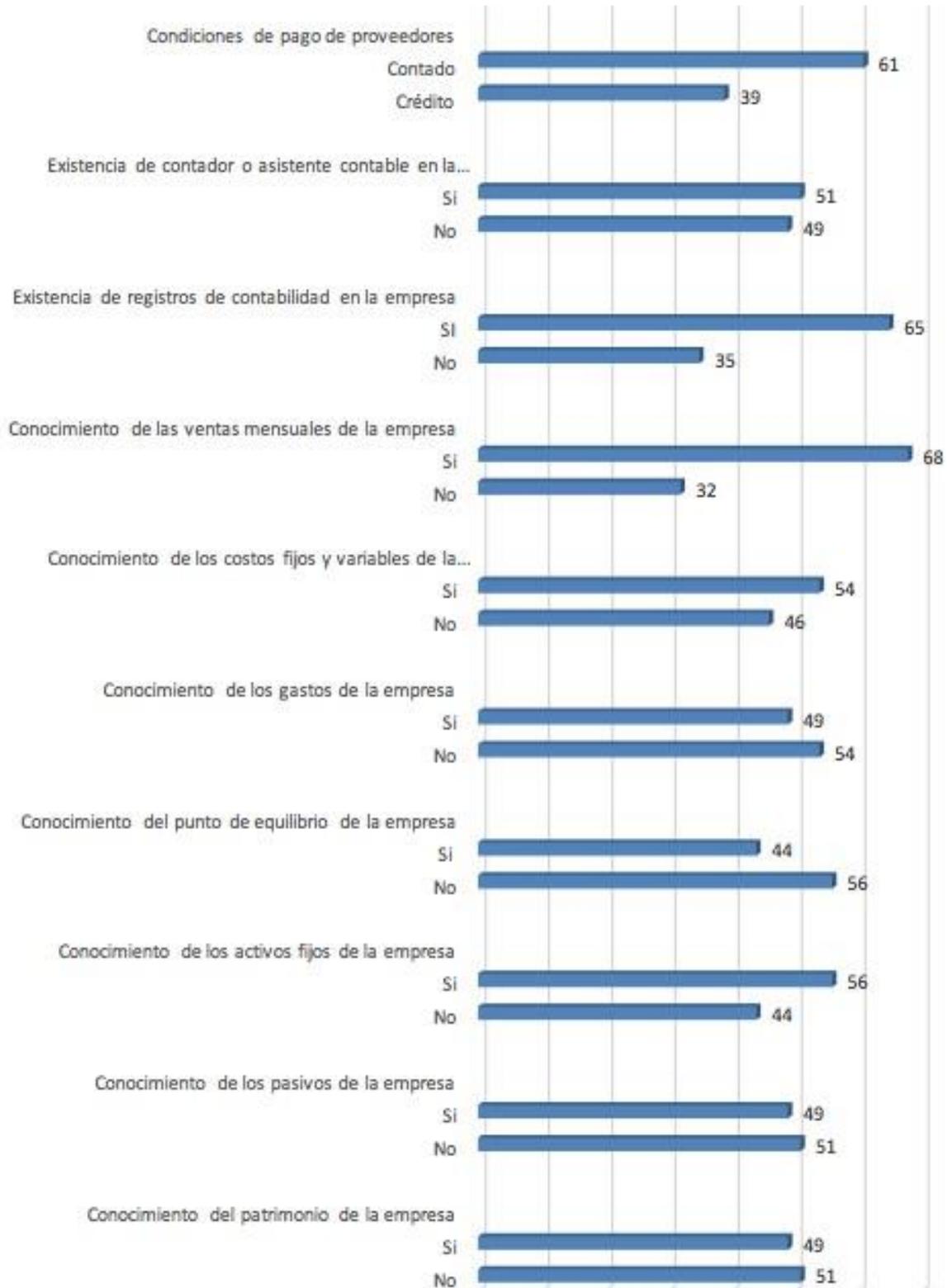
Características del Mercado

Tabla 2. Condiciones Área de Mercadeo de las Empresas



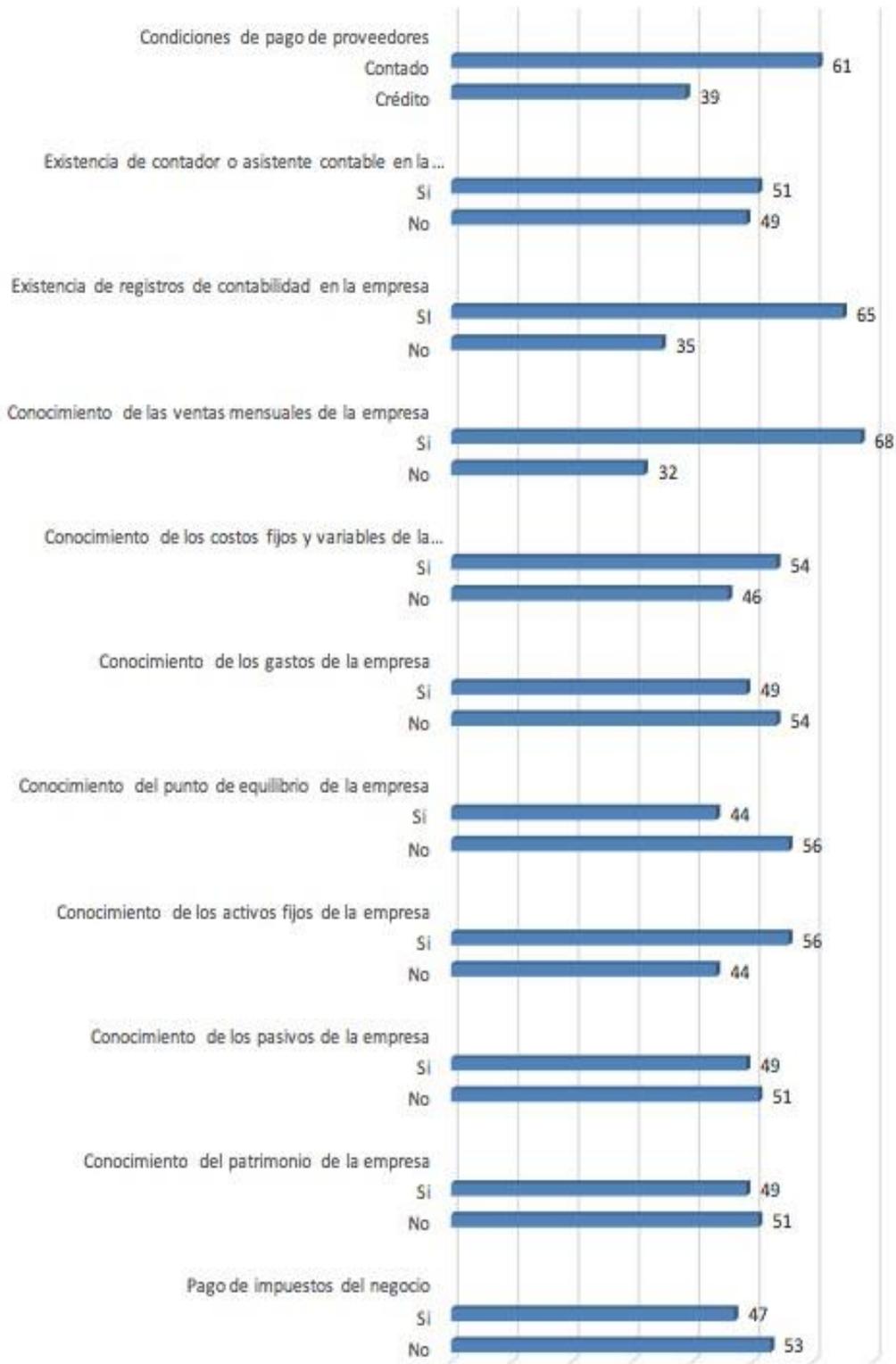
Características Técnico - Operacionales.

Tabla 3. Técnico Operacional



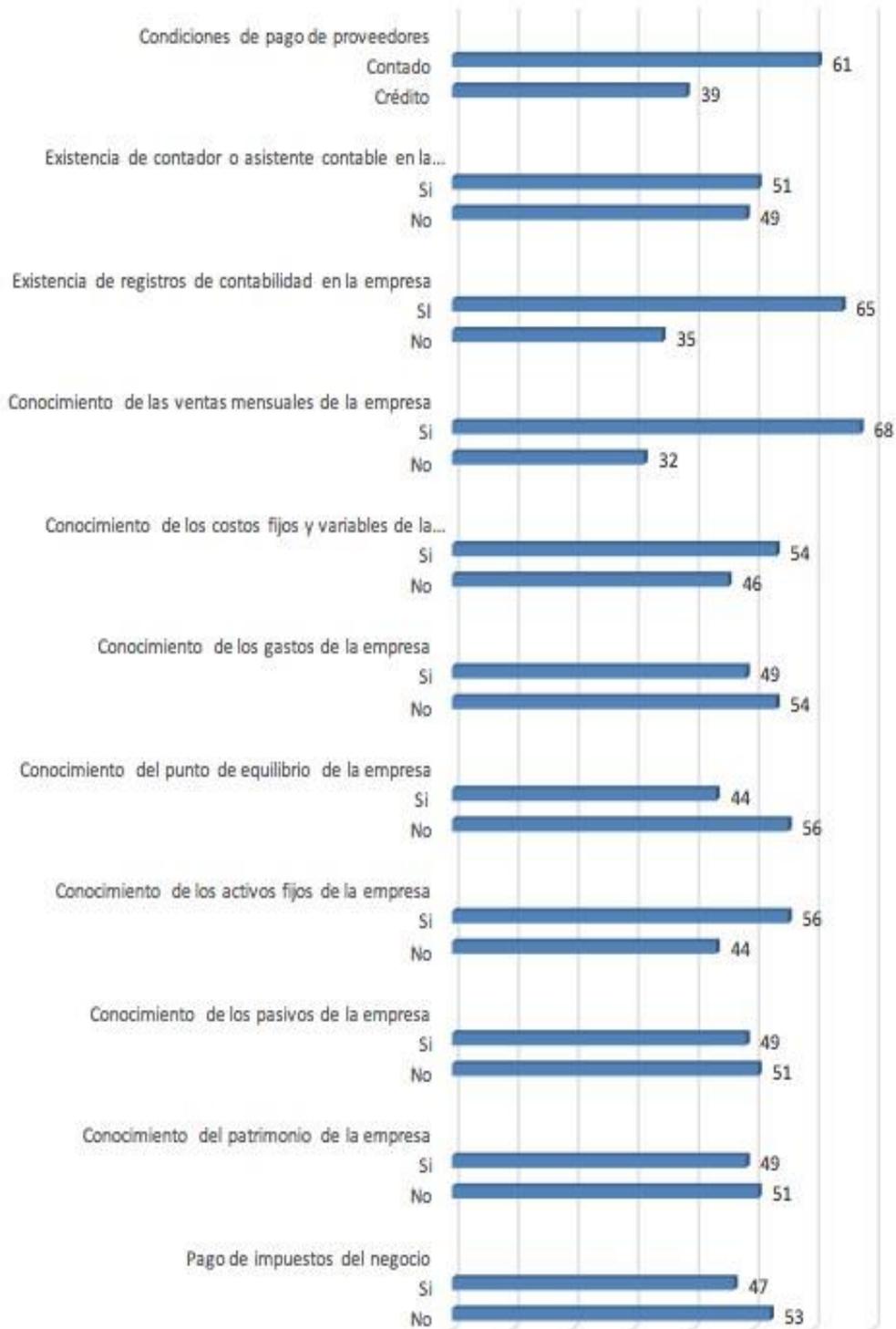
Características Organizacionales.

Tabla 4. Organizacional



Características Contables y Financieras.

Tabla 5. Contable - Financiero



4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A través del tiempo las cuestiones aquí abordadas que versan sobre empresa informal, trabajo informal y género se han revestido de un halo de incompreensión motivado en los insuficientes estudios y se evidencia en la estadística generada alrededor de dichos temas. Esto cobra más carácter si lo focalizamos en los estudios regionales sobre los tópicos designados, los cuales se constituyen en abiertamente insuficientes: un claro ejemplo de esto lo ofrece la Ciudad de Palmira – Valle, donde estudios de este tipo se tornan incipientes. Lo anteriormente mencionado hace que se abra un espacio de incertidumbre en relación a las medidas y en general sobre las políticas públicas que se pretendan diseñar para combatir problemas asociados a la exclusión de género, informalidad empresarial e informalidad laboral, pues la ausencia de estudios específicos hace que las medidas se apliquen bajo ambientes de ignorancia de los problemas propuestos con resultados concretos dudosos. Por tanto la primera recomendación es hacia la profundización de estudios científicos que aumenten la comprensión y permitan tomar decisiones efectivas para contribuir a la solución de los problemas socio empresariales diagnosticados.

Del análisis de las MIPYMES en la Ciudad de Palmira – Valle se desprenden las siguientes recomendaciones:

Se deben crear nuevas líneas de microcrédito y fortalecer las existentes en el mercado financiero, para que sean accesibles a los microempresarios, buscando equilibrar las posibilidades de las personas que crean empresas con un apalancamiento económico que pueda ser pagado sin afectar la estabilidad de la empresa, estos créditos deben tener periodos muertos en los cuales los empresarios pueden capitalizarse mientras logran posicionamiento en el mercado.

Teniendo en cuenta la problemática de género señalada en este documento y en busca de políticas públicas de equidad social y económica se apunta a la creación de una línea de crédito diferenciada según género para la obtención de capital en la cual se logre privilegiar a las mujeres cabeza de familia, mujeres en condición de desplazamiento, mujeres en condición de discapacidad y mujeres en situación de vulnerabilidad.

De igual manera, se recomienda la creación de acompañamiento tanto técnico como administrativo, logístico, de mercado y financiero entre otros, en tiempo real. Apoyados de las tecnologías de la información los empresarios del siglo XXI requieren de herramientas informáticas y software especializado, que le permitan realizar consultas y tener respuesta en tiempo real dado que muchas decisiones se requieren tomar a la mayor brevedad.

La capacitación a las microempresarias debe ser constante y especializada, a la medida de las necesidades de las empresarias en la cual se oferte formación de calidad y en los espacios y tiempos adecuados para hacer de esta capacitación incluyente e integral.

Y por último, se aboga por el fortalecimiento de las redes empresariales construidas a partir de las necesidades y requerimientos de las empresarias, cuya función principal debería ser la de generar vínculos comerciales y laborales entre ellas mismas, donde además puedan ser sus propios proveedores y prestadores de los servicios requeridos por sus empresas.

BIBLIOGRAFÍA

Bustamante, J. y Bayter, M. (2013). Informalidad empresarial y laboral en pequeños comerciantes: nueva evidencia para Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Dirección General de Política Macroeconómica. Bogotá: Centro de Estudios Fiscales.

Cárdenas y Mejía, M. C. (2007). Informalidad en Colombia: Nueva evidencia. Colombia: FEDESARROLLO.

Cárdenas y Rozo, M. S. (2009). Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones. *Desarrollo y Sociedad*(63), 211 - 243.

CONFECAMARAS (2011). Impacto de la formalización Empresarial en Colombia. Bogotá: CONFECÁMARAS.

CPC. (2013). Informe Nacional de Competitividad 2.012 - 2.013. Ruta a la prosperidad colectiva. Bogotá.

DANE. (2013). Medición del Empleo Informal y Seguridad Social. Bogotá: DANE.

DANE. (2013). Principales Indicadores del Mercado Laboral. Bogotá: DANE.

DANE. (2014). Encuesta de Microestablecimientos - MICRO. 2.012 (octubre) - 2.013 (septiembre). Bogotá: DANE.

DANE. (2.014). Medición del empleo informal y Seguridad Social. Trimestre Julio - Septiembre 2.014. Bogotá: DANE.

DANE. (2.014). MERCADO LABORAL POR SEXO. Trimestre Julio - Septiembre 2.014. Bogotá: DANE.

Giraldo, A., Bedoya, G. y Vargas, C. (2009). Principales limitaciones del empresarismo que afectan el desarrollo económico y social del país. *Revista EAN*, (66), 99 - 112.

Hamann, F. y Mejía, F. L. (2011). Formalizando la informalidad empresarial en Colombia. Bogotá: Banco de la República.

Hederich, A. C. (Diciembre de 2005). Situación y necesidad de la pequeña y mediana empresa. *Civilizar - Revista electrónica de difusión científica*, 1 - 21.

Mejía, D. y Posada, C. (2007). Informalidad: teoría e implicaciones de política. Bogotá: Banco de la República.

MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. (2009). Política de emprendimiento. Bogotá: MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO.

Montoya, A., Montoya, I. y Castellanos, O. (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos. *Agronomía Colombiana*, 28(1), 107 - 117.

Santa María, M. y Rozo, S. (2.009). Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia. *Desarrollo y Sociedad*, (63), 269 - 296. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/dys/n63/n63a08.pdf>

Complejidad y el pensamiento administrativo-organizacional: La empresa viviente

Leonardo Ramírez Martínez ¹

Andrés Alberto Arias Pineda ²

“Amor y conocimiento no son alternativas, el amor es un fundamento mientras que el conocimiento es un instrumento” (Maturana & Varela , 2003)

RESUMEN

El presente documento es una reflexión sobre las nuevas concepciones que trae consigo el paradigma de la complejidad en el pensamiento administrativo-organizacional, argumentado en la necesidad de dejar atrás el paradigma mecanicista y sus enfoques, en especial los concernientes a la empresa- máquina que manifiesta una racionalidad instrumental-utilitarista. Ya que dicha visión se queda corta en las explicaciones de los fenómenos actuales. Es allí donde se visibiliza la necesidad de un cambio de arquetipo y surge el paradigma de la complejidad como: la organización-empresa como un sistema social vivo y la conceptualización de las empresas como Empresa Viviente.

Palabras clave: Mecanicismo – Paradigma de la Complejidad – Sistema Social Vivo – Autopoiesis - Empresa Viviente

ABSTRACT

The present document is a reflection on the new conceptions that the paradigm of complexity in the administrative-organizational thinking brings with it, arguing in the necessity of leaving behind the mechanistic paradigm and its approaches, especially those concerning the machine-company that manifests an instrumental-utilitarian rationality. Since this vision falls short in the explanations of current phenomena. It is there that the need for a paradigm shift is made visible and the paradigm of complexity arises as: the organization-enterprise as a living social system and the conceptualization of companies as a Living Company.

Keywords: Mechanistic - Paradigm of Complexity - Social System Live - Autopoiesis - Living Company

INTRODUCCIÓN

¹ Maestrante científico en administración de la Universidad Nacional de Colombia, profesor Universidad Católica de Pereira, programa de Administración de Empresas. Perteneciente al Grupo de Investigación Pensamiento Ambiental.

² Magíster científico en Administración de la Universidad Nacional de Colombia, profesor Universidad Tecnológica de Pereira, programa de Tecnología Industrial y Administración Industrial. Perteneciente al grupo de investigación GICTO.

Es importante que en los espacios de discusión pertinentes a la comunidad de Administradores de Empresas y afines, y en especial en eventos académicos, se propicien reflexiones acerca de la manera en que se gerencia las organizaciones empresariales, ya que se evidencia que el enfoque mecanicista aplicado a las teorías administrativas y organizacionales ha propendido una crisis civilizatoria que se expresa en crisis ambientales. Por tal razón se ha quedado obsoleto para explicar los fenómenos organizacionales y ha traído consigo teorías que afectan la vida de la especie humana y de los ecosistemas en la Tierra.

Es pertinente aclarar que el presente escrito ha sido publicado en la Revista Ensayos de la Universidad Nacional (Ramírez, 2013) y se adscribe al eje temático de teoría organizacional y administrativa. Además, el propósito del documento es generar una reflexión en cuanto a la concepción de la organización-empresa, con el fin de aportar al constante desarrollo del pensamiento administrativo, de tal manera que brinde nuevas concepciones de los fenómenos organizacionales inmersos en ambientes complejos; para ello primero se abordará el concepto de paradigma, y se conceptualizará tanto alrededor del paradigma mecanicista como el paradigma de la complejidad, y se justificará la necesidad del cambio de paradigma, debido a la insuficiencia del referente epistemológico desde el mecanicismo, para comprender la complejidad del fenómeno organizacional.

Luego, desde el paradigma de la complejidad, se expondrá la concepción de una organización como sistema social vivo, y los conceptos que conlleva esta concepción como los son: auto-organización, auto-genética, auto-poiesis y organizaciones caórdicas, luego se abordará la perspectiva de darle vida a la organización y por último, el resultado de este recorrido teórico dará lugar a la empresa viviente y desde allí, se propondrán conceptos que den una mejor respuesta al contexto complejo al que se enfrentan las organizaciones empresariales, de esta manera abrir espacios para las discusiones teóricas propiciando la constante evolución necesaria en la búsqueda del conocimiento y explicaciones del entorno.

1. De máquina a sistema: La necesidad del cambio

Una constante a lo largo de la historia de la humanidad es la búsqueda del conocimiento y de la explicación de los fenómenos que lo rodean, esto ha conllevado el surgimiento de diferentes perspectivas para indagar en sus causas y consecuencias, por ejemplo, los descubrimientos de hombres como Descartes, Galileo, Bacon y Newton que respondían a la interpretación de los fenómenos naturales en el marco del surgimiento de la ciencia moderna. Desde estas perspectivas se abre paso al determinismo, reduccionismo, certidumbre total, y demás concepciones basadas en una perspectiva lineal del mundo. Es importante aclarar que las teorías son un sustento para los pensamientos de cada momento de la humanidad ya que responden al contexto, el cual, exige soluciones y explicaciones a los fenómenos que se presentan y tienen como tarea brindar un piso firme para la sociedad a la cual pertenecen.

No obstante, como afirma Fritjof Capra

Las teorías científicas nunca pueden facilitarnos una descripción completa y definitiva de la realidad. Siempre serán meras aproximaciones a la naturaleza de las cosas. Para ser sinceros, los científicos

no se ocupan de la verdad; se ocupan de descripciones limitadas y aproximadas de la realidad. (citado en: Arias, 2009, p.176).

Esta visión de las teorías científicas propuesta por Capra, abre espacios de reflexión para el conocimiento científico que aportan soluciones universales que, responden al contexto de los fenómenos que presenta la vida, esto conlleva a la importancia del surgimiento del concepto de paradigma que, según Kuhn es “Una constelación de conceptos, valores, percepciones y practicas compartidos por una comunidad, que conforman una particular visión de la realidad que a su vez, es la base del modo en que dicha comunidad se organiza” (Capra, 1998, p.27)

Es primordial resaltar que el paradigma es una respuesta al contexto, así mismo, a medida que se presenten nuevas teorías que expliquen de manera más adecuada la realidad, y más con los constantes flujos de información y evolución que se evidencian actualmente bajo la premisa de que lo único constante es el cambio, irán surgiendo nuevos paradigmas y así una constante revolución de las ciencias. Estos cambios se presentan a medida que se producen rupturas discontinuas que generan revoluciones científicas, según Briones parafraseando a Kuhn sostiene que

Si bien la acumulación desempeña un papel importante en el progreso de la ciencia, los cambios principales se deben a las revoluciones científicas, entendidas como el cambio de un paradigma por otro que lo reemplaza. La ciencia normal de un cierto período está constituida por los conocimientos acumulados dentro del paradigma vigente, aceptado por la comunidad científica. Pero cuando se producen anomalías, es decir, situaciones que ese paradigma no puede explicar, se produce una revolución científica. (Briones, 1996, p. 81).

1.1 El paradigma mecanicista: empresa – máquina

Ahora bien respecto al paradigma mecanicista, surgió como respuesta al contexto de la revolución industrial y se adaptó a las necesidades de las empresas en este momento histórico; según Arias este paradigma se ha caracterizado por:

Revelar un mundo lineal, compartimentado, maquinico, fragmentado, disperso, simple, ordenado y jerárquico que obedece a las leyes de la física newtoniana donde el todo es igual a la suma de las partes, además por considerar los fenómenos de forma independiente y aislada de su entorno (Arias, 2009, p. 184).

Desde este enfoque se tiene como premisa la linealidad, la secuencialidad, las relaciones causa-efecto y la certidumbre de todos los fenómenos; solo existen verdades absolutas que demandan técnicas y herramientas para cuantificar y verificar todos los fenómenos que se presenten.

Este paradigma tiene un auge en el contexto de la Revolución Industrial, en el cual cobra importancia la administración de los recursos como factores de producción, tales como capital, trabajo y tierra.

Los padres de la teoría clásica de la administración, Taylor y Fayol, proponían enfoques que se sustentaban en esta perspectiva mecanicista, la cual se enfocaba en la simplificación y la formulación de leyes deterministas.

La visión de Taylor de que “todo sistema descansa en un estudio exacto y científico de los tiempos unitarios que, con mucho, es el elemento más importante de la administración moderna” (Merril, 1978, p. 81), en la cual se muestra la perspectiva de la administración científica; junto a la perspectiva de Fayol, “la función administrativa tiene su única manifestación a través de los miembros de la organización”.(Merril, 1978, p. 185), conforman la base de la administración clásica, encargada de promover un sistema perfeccionado de los medios, para aumentar el rendimiento inmediato de los factores. Basándose en estas perspectivas se evidencia, notablemente, el enfoque unilineal y reduccionista de este momento histórico y la validez de la frase, “el hombre era considerado una pieza más (un engranaje) de la máquina”.

El paradigma clásico de la administración tenía como función generar estabilidad y seguridad al desarrollo de la sociedad burguesa, y por ende estaba orientado sólo al aumento de riqueza para el burgués, sin importar la deshumanización que provocaba en el proletariado. De ahí que, el dueño de los factores de producción tenía la visión que, según Leo Huberman desde una visión crítica, “No distinguían entre sus `trabajadores` y sus máquinas; claro que no es del todo cierta esta afirmación. Las máquinas representaban una inversión de dinero y los hombres no” (citado en Martínez, 2007, p.46)

Esta mecanización del hombre fue una fuente de miseria, ya que por la perspectiva de siempre buscar la utilidad por medio de la reducción de costos, se dejaba a un lado el aspecto humano-social de la empresa; la civilización industrial ha desnaturalizado nuestro mundo y ha sustituido el medio, el marco y el ritmo natural de la vida por un ritmo mecánico, un marco artificial y un medio fabricado (Koyré, 1994)

Finalmente, en lo concerniente a este paradigma, se debe tener en cuenta que este enfoque ha traído consigo consecuencias como el maltrato laboral, publicidad engañosa, alta contaminación ambiental, venta de productos nocivos, entre otros. Es así como

El enfoque mecanicista de la gestión empresarial ha tenido, sin duda, mucho éxito en el aumento de la eficacia y de la productividad, pero también ha tenido como consecuencia una creciente animadversión hacia las organizaciones dirigidas como si fueran máquinas. La razón es evidente: a casi nadie le gusta ser tratado como un engranaje más (Capra, 2002, p. 142)

1.2 Paradigma de la complejidad: la esencia de lo holístico

La conciencia de la complejidad nos hace comprender que no podremos escapar jamás a la incertidumbre y que jamás podremos tener un saber total: «la totalidad es la no verdad» (Morin, 1998, p. 101)

En el momento histórico contemporáneo es innegable las profundas interconexiones entre los sistemas, tanto sociales como naturales, y su constante interacción, esto exige encontrar otras formas de explicar los fenómenos complejos que nos presenta el mundo. Se puede decir que “hay complejidad dondequiera se produzca un enmarañamiento de acciones, de interacciones, de retroacciones”. (Fried, 2002, p. 421)

Por ende, se hace necesario dejar atrás las concepciones homogenizantes y totalizantes de la ciencia y la sociedad, ya que se comprende cada vez más que no existe una sola visión capaz de abordar las múltiples dimensiones de los diferentes contextos en los que se encuentran inmersos los fenómenos; el mundo se ha vuelto tan inmensamente complejo que no existen respuestas directas o bajo la premisa de una única causa-efecto, si no que se evidencian las múltiples causas de los múltiples efectos, “la complejidad de los problemas nos desarticula y por esta razón, precisamente, se vuelve necesario un reordamiento intelectual que nos habilite para pensar en la complejidad” (Fried, 2002, p. 28).

El pensamiento complejo debe habilitar al ser humano para comprender que “cada sistema se halla inmerso en un juego de interacción, en un baile de intercambios de materia y energía, en un dialogo permanente con su medio, del cual recibe, acumula e intercambia información” (Boff, 2002, p. 101). El paradigma de la complejidad propone otras bases teóricas, dejando de lado aquellas que desconozcan o ignoren estas interacciones entre los sistemas, como por ejemplo en el caso de la física, se dio una revolución al replantear la causalidad de los fenómenos y la presencia de la subjetividad humana en los procesos físicos al plantear que, la naturaleza no es la naturaleza como tal sino la concepción humana de ella. El cambio de paradigma en la física “comienza con la aparición de la física cuántica y relativista, y que continúa con la transformación que implica el interés actual por los fenómenos no lineales” (Sametband, 1999, p.154).

1.3 Cambio de paradigma: Reconciliación hombre – ecosistema

“La Administración no puede ser una ciencia lineal y mecanicista bajo el estatuto epistemológico de la vieja relación sujeto – objeto, del siglo XIX” (Noguera, 2007)

Es pertinente comenzar por mencionar que la sociedad se encuentra inmersa en un sistema que se sostiene desde un enfoque mecanicista, con una racionalidad netamente monetaria y bajo la premisa de la prevalencia más de los fines que de los medios. “La concepción del mundo con un comportamiento mecanicista y visión de sistema cerrado descuida el análisis de la interacción con el entorno” (Martínez, 2007, p. 259), por lo que, debido a descuidar, o en algunos casos ignorar esta interacción, se generan crisis ambientales. Para la comprensión de esta crisis se hace relevante que el entendimiento de lo ambiental ya no desde una perspectiva que considera, únicamente, la preservación del medio ambiente y la naturaleza en general; sino desde la complejidad, lo que conlleva a una visión más holística, es decir, a considerar factores tanto económicos, como sociales, políticos y ecológicos.

Lo anterior se presenta principalmente por la perspectiva mecanicista que admite al hombre como dueño de la naturaleza; es decir, no encuentra el equilibrio de la co-existencia del hombre con las demás especies de la Tierra. Por ende, desde una visión holística que brinda conceptos para el entendimiento de las complejas interrelaciones del ser humano con el ecosistema, surgen conceptos como el de desarrollo sustentable. Este desarrollo busca la estabilidad de los sistemas ecológicos y una relación de uso con los sistemas sociales; se trata de un desarrollo en el cual las perspectivas económicas, humanas, sociales y ambientales son indispensables al momento de tomar decisiones, de modo que se logre mitigar y, en gran medida, brindar soluciones a las crisis ambientales de las que se ha hablado en el presente documento.

Bajo la concepción de empresa–máquina, se puede realizar una caracterización como: fija y estática; la identidad de la empresa se define en la proporcionada por sus fundadores, los miembros de la organización son simplemente empleados con un fin específico, son seres pasivos en espera de ser utilizados. Pero el paradigma mecanicista ya se tiene que dejar atrás, ya que el paradigma de la complejidad abre la puerta a nuevos conceptos y maneras de percibir el mundo por ende, a las organizaciones. “El complejo y dinámico mundo en que vivimos hace que los esquemas y modelos organizacionales vigentes hasta ahora empiecen a estar seriamente cuestionados” (Ronco & Lladó, 2000, p. 13).

Ahora bien, se evidencia la necesidad de abandonar de una vez la visión de la naturaleza no humana y de un hombre no natural; si se logra esta comprensión y se toma consciencia del pensamiento complejo, seguramente se dará lugar a soluciones frente a la problemática de Crisis Ambiental y se buscarán desarrollos sustentables, en especial nuevas maneras de pensar las organizaciones, por ejemplo, la concepción de la organización empresarial como sistema social vivo.

En lo pertinente a esta noción de la empresa, se puede caracterizar como: la empresa presenta unos ciclos de evolución natural, tiene un sentido de identidad propio; tiene formas o patrones de organizaciones; tiene materia o estructura material; y procesos, como el cognitivo en donde la empresa aprende como un todo.

2. Una nueva concepción: Sistema social vivo

Es muy probable que comprender las organizaciones humanas en términos de los sistemas vivos, es decir, en términos de redes complejas no lineales, conduzca a nuevas perspectivas en la naturaleza de la complejidad y nos ayude, por consiguiente, a abordar las complejidades del actual entorno empresarial (Capra, 2002, p.137)

Ahora bien, se deben entender las interrelaciones de los organizaciones abiertas al entorno, ya que “todo sistema abierto vivo es relativamente independiente en el ecosistema; produce su determinismo propio para responder a las contingencias exteriores, y sus libertades o contingencias propias para responder al determinismo exterior” (Morin & Hulot, 2008, p. 14), en lo correspondiente a un análisis de la organización empresarial, se debe entender que el ecosistema se convierte en el stakeholder de la organización como sistema social vivo.

2.1 Auto-organización

Esta nueva noción trae consigo nuevos conceptos, entre estos el de autoorganización, proceso propio de las organizaciones vivas, que expresa su autonomía, según Morin, Si concebimos un universo que no sea más un determinismo estricto, sino un universo en el cual lo que se crea, se crea solamente en el azar y el desorden, sino mediante procesos auto organizadores, es decir, donde cada sistema crea sus propios determinantes y sus propias finalidades (Morin, 1998).

Al realizar la transposición a una organización empresarial, se refleja, por ejemplo, en las redes informales que se crean al interior de la organización, comúnmente conocida como estructura informal y que forman parte de la estructura real de la misma.

2.2 Auto genética - Auto-poiesis

Entre estos nuevos conceptos se encuentra los procesos auto genéticos de los sistemas vivos, “la auto genética es la clave de la definición sistémica de la vida: las redes vivas se crean y se recrean a sí mismas sin cesar, mediante la transformación o la sustitución de sus componentes” (Capra, 2002, p. 33), este concepto después se transforma en auto-poiesis, introducido por los biólogos latinoamericanos Varela y Maturana, etimológicamente auto, por supuesto, significa «sí mismo» y se refiere a la autonomía de los sistemas auto organizadores. Poiesis, significa «creación». Así pues, autopoiesis significa «creación de sí mismo»

La característica definitoria de todo sistema auto-poiesico consiste en que “experimenta cambios estructurales continuos, al mismo tiempo que conserva su patrón organizativo en red” (Capra, 2002, p.62), una vez más, a través de la transposición de estos conceptos aplicados a las organizaciones empresariales, se refleja que, si bien la empresa está en un continuo proceso de evolución y aprendizaje, no debe perder de vista el rumbo casi siempre afirmado en su misión, visión y valores corporativos.

2.3 Organización caórdica

Por último, se debe considerar que la organización-empresa se encuentra en un ambiente de caos y de incertidumbre, pero ya no se deben ver estos aspectos como problemas antagónicos, sino como oportunidades y fortalezas para la empresa. Para determinar este caos al interior de la organización surge el término “entropía significa transformación y tendencia al caos” (Martinez, 2007, p.260). Ya que como dice Morín

El organismo vivo funciona a pesar de y con el desorden, el ruido y el error, los cuales no entrañan necesariamente un aumento en la entropía del sistema, ni conducen forzosamente a la degeneración, sino que incluso pueden actuar como regeneradores (Morin, 2000).

A modo de resumen, de la concepción de la organización empresarial como un sistema social vivo, es tarea de los líderes de estas organizaciones tomar conciencia de que ya no gerencia una maquina productora de dinero, sino que gerencia sistemas sociales vivos, que por consiguiente son autopoiesicos y en un entorno caórdico, que deben generar estructuras disipativas. Una estructura disipativa, tal como Ilya Prigogine la describe, “es un sistema abierto que permanece en un estado alejado del equilibrio, pero que, al mismo tiempo, conserva la estabilidad: se mantiene la misma estructura general, a pesar del flujo incesante y del cambio continuo de sus componentes” (citado en: Capra, 2002, p.37), y en especial, es competencia de los líderes infundir vida a las organizaciones, no solo desde un discurso romántico, sino con las bases que nos brinda el entender los sistemas sociales vivos.

3. Darle Vida a la Organización

Según Varela “la validación de un sistema como vivo, requiere cumplir tres criterios claves: borde semipermeable, red de reacciones e interdependencia”. (Citado en: Arias, 2009, p.233) desde la perspectiva de la empresa, el primero se evidencia en cuanto la organización se define en su sociedad de organizaciones y demás agentes que interactúan con ella; el segundo en la medida

que la empresa debe filtrar la información proveniente de su entorno así como conservar su identidad organizacional; y por último, la interdependencia es la constatación de esta relación, la cual es una red de reacciones regeneradas al interior de la empresa por las condiciones exteriores. Por ende el borde semipermeable y la red de reacciones son interdependientes.

En relación a lo anterior, Capra propone la concepción de

El patrón de organización de un sistema vivo como la configuración de las relaciones entre sus componentes, la cual determina sus características esenciales; la estructura del sistema como la encarnación física de su patrón de organización y el proceso vital como el proceso continuo de esa encarnación [...] las tres perspectivas de la naturaleza de los sistemas vivos antes mencionadas corresponden al estudio de la forma (o patrón de organización), de la materia (o estructura material) y del proceso. (Capra, 2002)

Así, se vislumbra la naturaleza dual de las organizaciones empresariales, es decir, mientras la forma es una red auto genética, la materia es una estructura disipativa. Esta concepción cobra importancia en la medida que se entiende que los seres humanos se encuentran inmersos en una sociedad de organizaciones, esta forma de asociación humana expresa el aspecto natural de la vida en comunidad, con base en esto se afirma que, en el contexto actual todo esfuerzo humano es mediado por alguna forma de organización ya sea formal o informal.

Adicionalmente, en cuanto a la sociedad de organizaciones, se privilegia la forma de organización empresarial como guía en el actuar de las demás formas de organización, en este sentido rigen su actuar bajo los criterios de eficiencia y eficacia propuestos por las teorías administrativas modernas, con un fuerte sesgo economicista e ingenieril. Lo anterior son huellas que muestran el camino que ha engendrado la crisis ambiental y que llevan a repensar el pensamiento administrativo-organizacional tradicional, lo cual se realiza desde el pensamiento ambiental complejo.

4. Conclusiones: el nacimiento de la “Empresa Viviente”

“Cuanto más comprendemos la naturaleza de la vida y más conscientes somos de cuán viva debería estar una organización, más dolorosamente nos damos cuenta de la naturaleza destructora de vida del sistema económico actual” (Capra, 2002, p.167).

Ahora bien, después de este corto recorrido teórico pero que conlleva años de revoluciones en las ciencias que derivan en postulaciones de diferentes paradigmas, se debe entender que las organizaciones empresariales deberían ser catalogadas como sistema social vivo, “una organización humana solo será un sistema vivo si está organizada como red, o si contiene redes más pequeñas en su interior” (Capra, 2002, p.144), es evidencia que, además de cumplir con lo que plantea Capra, una empresa viviente tiene otras características que serán abordadas más adelante.

Empero, aunque redundante, es pertinente aclarar que “la empresa viviente no puede ser: reduccionista, lineal, mecanicista, acontextual, etnocentrista, acientífica, antiecológica, economicista y utilitarista; por el contrario debe ser holística, compleja, caórdica, contextualizada,

ecocentrista y responsable, en resumen ambiental” (Arias, 2009, pp.292-293). Y de este modo solucionar los problemas que ocasionó su antepasado, la empresa-máquina e inerte.

También se debe tener en cuenta la naturaleza dual de las organizaciones, es decir que, “Los sistemas vivos son sistemas cerrados desde el punto de vista organizativo – se trata de redes autopoiesicas –; pero abiertos desde el punto de vista material y energético” (Capra, 2002, p.37). Al interior de la organización existen redes autopoiesicas, lo que implica la autonomía de los miembros de la organización para crear redes informales, pero se considera un sistema abierto en la medida que desde el entorno influyen tanto los materiales para su funcionamiento, como la sociedad, junto con la economía que condicionan ciertos aspectos de la organización y, por último, está el aspecto ecológico.

En este sentido, se trae a colación una de las responsabilidades de los gerentes, aportar vitalidad a las organizaciones a medida que, “las redes informales, las resistencias a la colaboración, las autonomías, los desórdenes son ingredientes necesarios a la vitalidad de las empresas” (Morin, 1998, p.131). Esto, implícitamente, es el aspecto caórdico de las organizaciones, aspecto necesario para su aprendizaje constante y por ende su evolución natural.

De igual manera se debe aclarar que, “toda organización, como todo fenómeno físico, organizacional y, por cierto, viviente tiende a degradarse y a degenerar”. (Morin, 1998, p.126), este fenómeno de desintegración y de decadencia es natural dentro de la lógica de la vida; lo normal no es que las cosas duren, por el contrario eso sería inquietante.

La única manera de luchar contra el fenómeno de la degradación es la constante regeneración, esta es una aptitud que debe tener la organización como un todo, la aptitud y actitud de regenerarse y reorganizarse para hacer frente a todos los procesos de desintegración, esta medida si bien es labor gerencial, debería ser un proceso de cada una de las áreas y, en especial, de los miembros de la organización.

Aportar vitalidad a organizaciones humanas confiriendo poder a sus comunidades de práctica no sólo aumenta su flexibilidad, su creatividad y su potencial de aprendizaje, sino que incrementa la dignidad y la humanidad de sus miembros en la medida en que les permite conectar con sus propias cualidades. (Capra, 2002)

Esta forma de aportar vitalidad es muy importante para tener una organización que responda de manera oportuna al contexto, generando valor agregado para formar una identidad que le ayudará a sobresalir en un entorno altamente competitivo.

Para Arie de Geus, “son cuatro las características de una empresa viviente: aprender, persona, ecología y evolución” (citado en: Arias, 2009, p.240). El aprender hace referencia a la constante e importante proceso de adaptación de las organizaciones respecto a su entorno, la persona es el componente que le brinda identidad a la organización, pero también es la parte ética y responsable de las organizaciones respecto a sus stakeholders, incluso se propone el concepto de implementar un proceso de conciencia organizacional, que implicaría la auto-reflexión de las empresas con respecto a su entorno y a su comunidad. La ecología con las interrelaciones tanto internas como

externas de la empresa, por último la evolución es el proceso de transformación que vive la organización empresarial a través del tiempo.

En cuanto a la característica de persona, existen:

Rasgos de personalidad de la empresa viviente: conservadurismo financiero, sensibilidad por el mundo que las rodea, conciencia de su identidad y tolerancia ante las nuevas ideas [...] las empresas vivas y dispuestas a aprender tienen más probabilidades de sobrevivir y evolucionar en un mundo que no controlan (De Geus, 2004)

Por último, se debe considerar las organizaciones empresariales como sistemas sociales vivos, pero además pensar las empresa como empresa viviente, lo cual conlleva varios aspectos que seguramente re-direccionarán el modo de gerenciar estas organizaciones; la primera es empezar a hablar de empresas sustentables y por ende un desarrollo sustentable, en un ámbito en el cual no simplemente importan las ganancias monetarias, sino también, todos y cada uno de los grupos afectados en el desarrollo de sus acciones, actividades y convivencia; significa también entender que el ser humano es naturaleza, y por último, comprender que se gestionan organizaciones caórdicas, autopoiesicas, en resumen complejas.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, A. A. (2009). Responsabilidad Organizacional Ambiental: Nuevos Gliglicos Para la Administración. Manizales: Universidad Nacional de Colombia.

Boff, L. (2002). Grito de la Tierra, grito de los pobres: Hacia una conciencia planetaria. Mexico DF: Dabar.

Briones, G. (1996). Epistemología de las Ciencias Sociales. Bogotá: AFRO.

Capra, F. (1998). La Trama de la Vida. Barcelona: Anagrama.

Capra, F. (2002). Las Conexiones Ocultas. Barcelona: Anagrama.

De Geus, A. (2004). Harvard Business Review: Estrategias de Crecimiento. Buenos Aires: Deusto.

Fried, D. (2002). Nuevos Paradigmas, Cultura y Subjetividad. Buenos Aires: Paidós.

Koyré, A. (1994). Pensar la Ciencia. Barcelona: Paidós.

Martinez, C. E. (2007). Administracion de organizaciones: Competitividad y Complejidad en el Contexto de la Globalizacion. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.

Maturana, H., & Varela, F. (2003). De Maquinas y Seres Vivos: Autopoiesesis, la organizacion de lo vivo. Buenos Aires: Lumen.

- Merril, H. (1978). *Clasicos en administracion*. Mexico: Limusa.
- Morin, E. (1998). *Introduccion al Pensamiento Complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Morin, E. (2000). *El Paradigma Perdido*. Barcelona: Kairos.
- Morin, E., & Hulot, N. (2008). *el año I de la era ecologica*. Barcelona: Paidós.
- Noguera, P. (2007). *De los paradigmas a los Enigmas: Aportes del Pensamiento Ambiental Complejo a la Administración*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.
- Ramírez Martínez, L. (2013). Complejidad y el pensamiento administrativo-organizacional: la empresa viviente. *Revista Ensayos* (6), 29-42.
- Ronco , E., & Lladó, E. (2000). *Aprender a gestionar el cambio*. Buenos Aires: Paidós.
- Sametband, M. (1999). *entre el orden y el caos: la complejidad*. Mexico DF: Fondo de Cultura Economica.

Crecimiento del empleo y participación de la mujer en las Mypes para el 2016 en Santiago de Cali Buga - Cartago - Palmira y Santander de Quilichao¹

Saulo Bravo García²

Alexander Rojas³

Carlos Alberto Mina Varela⁴

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo conocer el crecimiento del empleo y la participación de la mujer en las micros y pequeñas empresas (Mypes) para el Año 2016 en Santiago de Cali – Buga – Cartago - Palmira y Santander de Quilichao. Es de resaltar que éstas en Colombia, representan el 95.8% en el crecimiento económico y generan el 90.0% del empleo. Estas cifras corroboran la importancia de realizar un análisis sobre ellas, pues contribuyen representativamente al incremento de la economía de las regiones. (Reporte Mi pymes, 2009).

Se aplicó el método de investigación descriptiva, para lo cual se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de información, en donde se estudió la composición de las Mypes y su competitividad en Santiago de Cali, Palmira, Buga, Cartago y Santander de Quilichao en el año 2016. Por lo tanto, luego de efectuar el proceso de digitación, codificación y depuración de los datos, se logró consolidar una muestra de alrededor de 760 encuestas.

Se encontró información relevante como el crecimiento de las microempresas y la generación del empleo en estas ciudades, así como el incremento en porcentaje de inclusión de las mujeres sobre todo, en el sector de las microempresas, ya sea como empleadas o como propietarias de pequeños negocios, por su determinación para el trabajo y su orden en el desempeño de las tareas.

Palabras clave: Mypes, Mujer, Crecimiento Económico, Inclusión, Empleo.

¹ Se certifica que la ponencia es inédita y no ha sido ni presentada ni publicada en otros medios. Se desarrolló en trabajo colaborativo con la Mesa Sur, ACIET En colaboración con el grupo de investigación COMUNNITAS SINERGIA

² PhD. Profesor Investigador. Universidad Santiago de Cali. sbravo@usc.edu.co

³ Magister. Profesor Investigador. Universidad Santiago de Cali. alexander.rojas00@usc.edu.co

⁴ Magister, Profesor Investigador. Universidad Santiago de Cali. Carlos.mina02@usc.edu.co
Pertenece al grupo de investigación GICONFEC USC

ABSTRACT

The present study aims to know the growth of employment and the participation of women in micro and small enterprises (Mypes) for the Year 2016 in Santiago de Cali - Buga - Cartago - Palmira and Santander de Quilichao.

It is noteworthy that in Colombia, they represent 95.8% of economic growth and generate 90.0% of employment, these figures corroborate the importance of analyzing them, as they contribute representatively to the economic growth of the regions. (My SME Report, 2009).

The descriptive research method was used, for which the survey was used as an instrument for the collection of information, in which the composition of the Mipes and their competitiveness in Santiago de Cali, Palmira, Buga, Cartago and Santander de Quilichao were studied in the year 2016. Therefore, after performing the process of digitizing, coding and debugging the data, it was possible to consolidate a sample of around 760 surveys.

Finding relevant information such as the growth of microenterprises and the generation of employment in these cities, as well as the growth in percentage of inclusion of women especially in microenterprises, either as employees or small business owners, for their decision to the work and its order in the performance of the tasks.

Keywords: Mypes, Woman, Economic Growth, Inclusion, Job.

INTRODUCCIÓN

El estudio de las Microempresas en América latina cada día tiene mayores estudiosos, debido al gran porcentaje de mano de obra que le aportan a cada país en el crecimiento económico. En un informe de Faedpyme (2016) se dice que representan en promedio el 90% de las empresas constituidas por país según el estudio realizado, lo cual indica la fortaleza de las microempresas como motores desarrolladores de empleo e ingresos para los hogares a nivel de América Latina. En este estudio (Torres, 2006) señala que las microempresas son un fenómeno social de sobrevivencia para personas que han quedado sin trabajo o vienen de la zona rural, en su mayoría mujeres y jóvenes. Lo mismo que sucede en el caso colombiano, y en esta investigación se corrobora con los municipios trabajados de Cali, Cartago, Buga, Palmira y Santander de Quilichao. Las microempresas ayudan a impulsar las economías locales y generan dinámicas de empleo con requisitos mínimos y flexibles que permiten dinamizar la producción y el consumo de su zona.

En el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2014- 2018 el gobierno de Colombia, propende por reducir la pobreza conectando la población vulnerable con circuitos de crecimiento económico, mejorando el acceso a bienes y servicios para así contribuir a mejorar su calidad de vida. Aunque todavía la brecha de desigualdad entre hombres y mujeres, en cuanto al tema laboral, sigue siendo amplia. Corroborando a Torres en las microempresas, la participación de la mujer es del 51.0 % esta situación se presenta debido a que ellas son cabeza de familia y se ven en la obligación de cumplir con las necesidades para el cuidado del hogar.

Según la Cámara de Comercio de Cali en sus informes económicos establece que en el Valle del Cauca se registraron 12.878 nuevas empresas entre los meses de enero y mayo de 2017, 7,1% más que en igual periodo de 2016. Esto refleja el crecimiento de las microempresas y de la inclusión de la mujer como emprendedora empresarial.

En la presente investigación se analizará la generación de empleos y la inclusión de la mujer en las microempresas y pequeñas empresas que tienen las Mypes en Santiago de Cali, Palmira, Buga, Cartago y Santander de Quilichao, por medio de variables como el grado de formalidad e informalidad, número de empleos generados, participación de la mujer en las Mypes entre otros. Se deben fortalecer las micro y pequeñas empresas como motores desarrolladoras de fuentes generadoras de ingresos y empleos que ayudan al mejoramiento de la calidad de vida de una región.

Por lo anterior, el desarrollo de la investigación se basó en fases, las cuales contaron inicialmente con: la revisión bibliográfica requerida para el entendimiento apropiado de la temática aplicada, enfocada en la caracterización en las Mypes y los estudios previos que se hayan realizado sobre este tipo de empresas. Seguidamente, se determina la metodología. Los resultados obtenidos, finalizando con la discusión y conclusiones.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la generación de empleo y la participación de las mujeres que ofrecen las Mypes encuestadas para el 2017 en Santiago de Cali – Buga – Cartago - Palmira y Santander de Quilichao.

Objetivos Específicos:

Determinar la importancia en la variación porcentual en la generación de empleo por parte de las microempresas y pequeñas empresas (Mypes) encuestadas para el año 2016 en Santiago de Cali – Buga – Cartago - Palmira y Santander de Quilichao que ayuden al crecimiento económico de la región.

Analizar la asociación entre ciudades y el crecimiento de la participación de la mujer en el sistema laboral en las microempresas y pequeñas empresas en Santiago de Cali – Buga – Cartago - Palmira y Santander de Quilichao.

MARCO TEÓRICO

La participación de las Mipes en las cadenas globales de valor, son cada día más fuertes en los diferentes países, debido a la importancia que vienen generando en el desarrollo económico de cada región donde son generadoras de empleo. Según la Cepal en su informe publicado en Octubre de 2015 determina: “El empleo que se genera en la región no es asalariado y se presenta mucho empleo Informal”. Esto se enmarca en el contexto de la investigación donde se observó que muchas personas iniciaron su negocio debido a la falta de oportunidad laboral en la Región y otra variable fue los bajos ingresos salariales. Según un informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en

el 2016, el 70% de los empleos generados fueron jalonados por los microempresarios, estas cifras demuestran que en Colombia y en varios países de América Latina las microempresas y pequeñas empresas están aportando un importante porcentaje en los crecimientos económicos regionales, estas generaciones de empleo también muestran la desigualdad de género a nivel mundial, y en nuestro estudio no es la excepción. Como lo dice Carnicer, Rubio, Samper & Oliva, (2009) La discriminación por parte de los empleadores/as, sigue existiendo. No obstante, tiende a justificarse a través de argumentos pretendidamente objetivos, como la mayor debilidad física de las mujeres o incluso la maternidad, que sigue viéndose como un problema y por lo tanto como una limitación a la hora de contratar mujeres. quien cita a Simón (2006) “En España la segregación de las mujeres en establecimientos de bajos salarios es aún mayor que en otros países europeos”.

Son variables que también se notó en esta investigación donde el mayor porcentaje de las microempresas están lideradas por mujeres y un porcentaje considerable trabajan o lideran procesos en las pequeñas empresas, por ende se nota más el crecimiento o la aceptación de la mujer en este estudio, rompiendo con paradigmas del machismo ancestral y tradicional que en algunas regiones del país siguen existiendo, otros autores coinciden con la investigación en donde plantean: “La tasa de participación femenina ha venido registrando una tendencia creciente en los últimos años, si bien continúa siendo más baja que la de los varones.

Esta situación se asocia, por un lado, con las limitaciones que le imponen las responsabilidades reproductivas y familiares y, por otro, con las condiciones de mercado menos favorables al empleo femenino remunerado” Maurizio (2010).

METODOLOGÍA

Se ha determinado el estudio cualitativo-exploratorio por su característica de investigar los fenómenos en profundidad, extraer resultados, su riqueza interpretativa que contextualiza el fenómeno de investigación; según (Méndez, 2015) este estudio ayuda al investigador a obtener un conocimiento previo sobre el problema planteado, dado el conocimiento científico desarrollado previamente por otros trabajos e investigaciones; según (Hernandez Sampieri, 2010) “se atienden problemas poco estudiados, se indaga desde una perspectiva innovadora, se ayuda a identificar conceptos promisorios y se prepara el terreno para nuevos estudios”.

Y el tipo descriptivo porque con él (Hernandez Sampieri, 2010) “se considera el fenómeno estudiado y sus componentes, se miden conceptos y se definen variable” e igualmente lo define (Méndez, 2015) diciendo que identifican características del universo investigado; acudiendo a técnicas específicas en la recolección de la información que fue desarrollado mediante un diseño no experimental de corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta estructurada como instrumento de recolección de la información. Desde la perspectiva deductiva, se tiene como propósito aprender acerca de la distribución o de un conjunto de características en una población. (Taylor y Bogdan, 1986; Denzing y Lincoln, 1994).

Se utilizó el método exploratorio, en donde se estudió la composición de las Mipes y su competitividad en Santiago de Cali, Palmira, Buga, Cartago y Santander de Quilichao. Por lo tanto,

luego de efectuar el proceso de digitación, codificación y depuración de los datos, se logró consolidar una muestra de alrededor de 760 encuestas realizadas a diferentes microempresas y pequeñas empresas. Los datos provienen de una muestra aleatoria simple. Se tomó como base para el desarrollo de la propuesta de investigación en el empleo la encuesta que desarrollo FAEDPYME (2012), para esta investigación en el caso de las variables cuantitativas para lograr el análisis de la diferencia de medias según un criterio de clasificación se ha utilizado el contraste de “análisis de la varianza (ANOVA)”. En el crecimiento del empleo y en cuanto al análisis de la participación de la mujer en las Mipes se utilizó el Chi Cuadrado, para establecer si existe asociación entre las ciudades y la inclusión del género femenino en la generación de empleo y de acuerdo a la ciudad, si es mayor o menor este porcentaje de inclusión en las micro empresas y pequeñas empresas.

RESULTADOS

Generación de Empleo.

La tabla # 1 muestra la cantidad de empleos (o trabajadores) en las pequeñas empresas al inicio de las mismas, en la actualidad y su crecimiento, aquí se debe indicar cómo las muestras recolectadas no incluyeron empresas catalogadas como pequeñas en las ciudades de Buga, Cartago y Santander de Quilichao. En éste caso, los datos evidencian que al inicio, las empresas tenían en promedio 12,7 empleados y en la actualidad poseen 20,1. Por lo que el crecimiento laboral ha sido de 7,4 empleos en promedio. Asimismo se puede observar en la Tabla # 2.

Las empresas de la ciudad de Cali presentan un mayor promedio de crecimiento de empleo con el 9,3. Mientras que Palmira tiene un 2,8. De esta forma, las empresas de la ciudad de Cali se posicionan como las dinámicas al momento de crecer y generar empleos.

Adicionalmente, en el gráfico #1 se expone la distribución de las empresas según la situación de creación desde el inicio a la actualidad. Así, el gráfico muestra que dentro de las microempresas el 26% crearon empleo, el 68% permaneció igual y el 5% lo eliminaron. Mientras que dentro de las pequeñas empresas el 73% crearon empleo, un 16% permaneció igual y el 11% lo eliminaron. Por lo tanto, se observa que las empresas pequeñas presentan un mayor crecimiento y dinamismo con respecto a las microempresas.

	Empleos al Inicio	Empleos en la Actualidad	Crecimiento empleo	Sig. [†]
Cali	3,86	4,85	0,98	***
Palmira	3,20	3,74	0,54	
Buga	2,18	2,18	0,01	
Cartago	2,07	2,41	0,34	
Santander de Q.	2,73	2,64	0,088	
Total	2,7	3,1	0,39	

[†] Prueba ANOVA de un factor, diferencias estadísticamente significativas entre ciudades para el crecimiento del empleo. *** significativa al 1%, **significativa al 5%

Tabla 1. Empleos promedio por ciudad para las Micro-empresas. Fuente: Los Investigadores

Empleos	Empleos al Inicio	Crecimiento en la Actualidad	Sig.+ empleo	
Cali	12,5	21,8	9,3	**
Palmira	13,6	16,4	2,8	
Buga	-	-	-	
Cartago	-	-	-	
Santander de Q.	-	-	-	
Total	12,7	20,1	7,4	

+Prueba ANOVA de un factor, diferencias estadísticamente significativas entre ciudades. *** significativa al 1%, **significativa al 5%

Tabla 2. Empleos Promedio por ciudad para las pequeñas empresas. Fuente: Los Investigadores

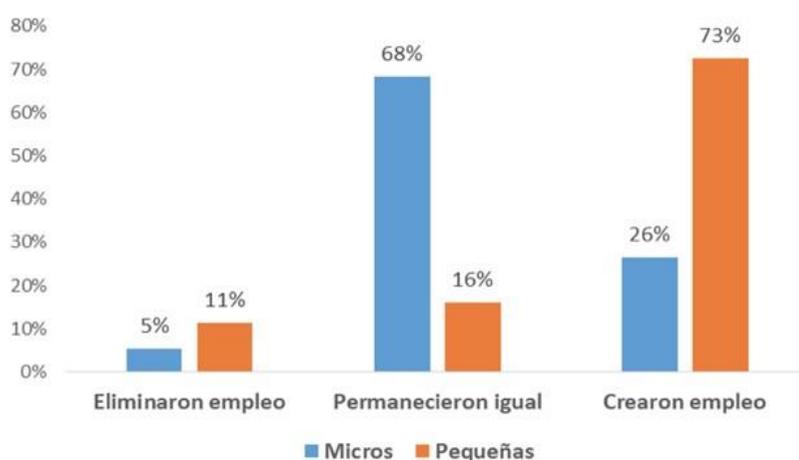


Gráfico 1. Distribución de las MYPES según la creación de empleo. Fuente: Elaboración propia

Participación de la mujer en el total de empleos en las Mypes

Como se presenta en la tabla #3, el porcentaje de participación de las mujeres entre el total de empleados de las empresas es de 49%. En las empresas de la ciudad de Cali, dicha participación alcanza el 41% y en Palmira es del 42%, en Buga es del 50%, en Cartago es de 60% y en Santander de Quilichao es de 55%. Mientras que según el tamaño la participación femenina es del 51% en la micro y del 33% en la pequeña empresa, por lo que se destaca que las mujeres tienen más inserción en la micro-empresa. Las pruebas estadísticas arrojan que las diferencias entre medias son estadísticamente significativas tanto entre tamaños como entre ciudades.

	%	Sig. ⁺
Micros	51	
Pequeñas	33	***
Cali	41	
Palmira	42	
Buga	50	***
Cartago	60	
Santander de Q.	55	
Total	49	

⁺Prueba Chi-cuadrado de Pearson, diferencias estadísticamente significativas entre tamaños y entre ciudades. ***significativa al 1%, **significativa al 5%.

Tabla 3. % Participación de las mujeres en las MYPES

CONCLUSIONES

La dinámica del crecimiento de las microempresas y pequeñas empresas en la región, seguirá creciendo y generando empleos, que redundan en el mejoramiento de la calidad de vida de los sectores más vulnerables de cualquier sociedad, en donde la ciudad de Cali y Palmira evidencian una mayor tendencia y aporte al crecimiento económico de la región.

En el estudio se observó que las mujeres lideran procesos propios o las prefieren en las microempresas debido a su creatividad, cumplimiento, sentido de pertenencia y responsabilidad laboral. Esto se evidenció en el municipio de Cartago, donde la participación de la mujer es del 60% en donde los bordados son un renglón fuerte en la economía del municipio. Todas las microempresas son orientadas por mujeres y sus preferencias al momento de contratar es mano de obra femenina, aunque todavía se ven diferencias cuando los peldaños empiezan a crecer y al pasar a una pequeña empresa, disminuye esta preferencia. Por ende se podría investigar las variables del por qué en las pequeñas empresas desciende el porcentaje de mano de obra femenina.

BIBLIOGRAFÍA

Carnicer, p. d. l., Rubio, a. g., Samper, p. u., & Oliva, s. v. (2009). El empresariado como fuente de la segregación por sexo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(1), 149-167.

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39032/S1501001_es.pdf;jsessionid=7BB127C11894B7D94E26C2A62A41BE79?sequence=1

Gem. (2016). *Actividad Empresarial Colombiana*. Colombia: Copyright Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad EAN, Corporación Universitaria del Caribe – CECAR, Universidad Cooperativa de Colombia, 2017. Todos los derechos reservados. Recuperado el 21 de Julio de 2017

Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología de la investigación. Mexico: Mc Graw Hill.

Pnd. (00 de 00 de 2015). colaboracion.dnp.gov.co. Recuperado el 21 de 07 de 2017, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%202014-2018%20Tomo%201%20internet.pdf>

Maurizio, R. (2010). Enfoque de género en las instituciones laborales y las políticas del mercado de trabajo en América Latina. CEPAL.

Méndez, C. (2015). Metodología - Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con énfasis en ciencias empresariales. Mexico: Limusa s.a de C.V

Simón, H. (2006): "Diferencias salariales entre hombres y mujeres en España: una comparación internacional con datos emparejados empresa-trabajador" Investigaciones Económicas, 30,1, pp. 55-87.

Taylor, S.J., Bogdan, R. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós. Barcelona.

Torres, M. (2006). Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe. Una propuesta de trabajo. Organización de los Estados Americanos.

El concepto de organización y la metáfora de las organizaciones como personas¹

José Gabriel Carvajal Orozco²

Julián Andrés Valencia García³

Jhon Alexander Isaza Echeverry⁴

RESUMEN

El propósito del presente documento es discutir acerca del uso de las metáforas para el tratamiento de las organizaciones sociales humanas en particular sobre la metáfora de las organizaciones como personas. Se inicia con las generalidades de problema, donde se destaca la importancia de encontrar claridad frente al concepto de organización en el contexto de una sociedad de organizaciones. Se muestra cómo el problema es de corte filosófico y se describen algunos casos en los que el uso del concepto resulta controversial. En segundo lugar, se discute sobre el uso de metáforas para referirse a organizaciones y cómo, desde Ryle, este conduce a error categorial. En un tercer momento, se documenta y analiza el caso concreto de metáfora de las organizaciones como personas. Finalmente, se concluye que el uso de metáforas para referirse a organizaciones y especialmente la metáfora de las organizaciones como personas resultan insuficientes para dar cuenta de ellas y no resuelven el problema de su ontología.

INTRODUCCIÓN

El concepto de *organización* tiene uso frecuente y diverso en el contexto de las ciencias naturales y las ciencias humanas. Las organizaciones sociales humanas han sido objeto de reflexión con prolija producción desde mediados del siglo XX. En un número importante de casos, esta ha apelado al lenguaje metafórico o figurativo. Se les ha estudiado como si fueran conjuntos de personas, máquinas, seres vivos e inclusive, personas entre otras aproximaciones. El propósito de esta ponencia es mostrar los resultados parciales del análisis del uso de metáforas para el

¹ Ponencia resultado del proyecto “toma de decisiones en las organizaciones” financiado en la convocatoria nacional de proyectos para el fortalecimiento de la investigación, creación e innovación de la Universidad Nacional de Colombia en el periodo 2016-2018.

² Mg. En Ciencias de la Organización Universidad del Valle (2006). Profesor Asociado. Coordinador del Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración (Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales). E-mail: jgcarvajalo@unal.edu.co.

³ Mg. En Ciencias Sociales Universidad de Caldas (2016). Investigador del Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración (Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales). E-mail: jvalenciag@unal.edu.co.

⁴ Profesional en Filosofía, Profesor Asociado. Investigador del Grupo de Investigación: Razones y Acciones. E-mail. jaisaza@uniquindio.edu.co

tratamiento de las organizaciones sociales humanas, y en particular sobre la metáfora de las organizaciones como personas.

El documento inicia con la reconstrucción de algunos aspectos relacionados con el concepto de *organización social humana* que son de su interés. Se destaca la importancia de encontrar claridad en el contexto de una sociedad de organizaciones, donde su dinámica resulta con impactos negativos sobre el hombre, la sociedad y el ambiente natural. Se argumenta cómo el problema es de corte filosófico en la medida que busca respuestas conceptuales y se muestran ejemplos empíricos como el de la familia y la empresa individual, en los que el uso del concepto *organización* resulta con posiciones encontradas.

En segundo lugar, se discute sobre la metáfora como lenguaje figurativo para referirse a organizaciones, que parece oponerse al lenguaje científico y se revisan las posturas a favor y en contra del valor cognitivo de la metáfora. A partir de esto, se introduce desde Ryle, el concepto de error categorial y se muestra cómo el lenguaje figurativo usado respecto a organizaciones cae en este tipo de error.

En un tercer momento, se presentan los resultados parciales del análisis de la metáfora de las organizaciones como personas. Se describen casos de uso del lenguaje en los que se identifica tal metáfora. Luego, se explica cómo esto constituye un error categorial pues ellas no reúnen las condiciones para ser personas. Ellas aparecen como titulares de obligaciones y derechos, pero para las reclamaciones sobre ellos se demandan acciones de interlocución, esto es, acciones intencionales. En esto se identifica una de las principales razones para tratarlas como personas, donde se llega a situaciones, como en algunas discusiones sobre *ética empresarial*, en las que se le asigna el carácter de persona moral. Pero en esta dinámica lo que sucede es que se recurre a mecanismos o roles de representación, que son asumidos por personas.

1. Generalidades

El crecimiento de las organizaciones sociales en número y diversidad, influyó para que hoy el hombre sea considerado un “ser organizacional” (Crozier & Friedberg, 1990), que integra una o varias organizaciones y encuentra que su acción está mediada por ellas (Mayntz, 1996, p. 35).

Influenciada por los autores pioneros, la acción de las organizaciones se ha guiado por una racionalidad que toma como imperativos los objetivos de supervivencia, crecimiento y rentabilidad, entendida esta última como el *máximo* logro en unidades de objetivo. En las últimas décadas, esto⁵ se ha traducido en “comportamientos” de las organizaciones que son cuestionados por su impacto negativo frente a lo humano, lo social y lo ambiental. Frente al hombre, muchas organizaciones sostienen con los empleados relaciones dentro del marco de la ley, pero hasta donde sea posible ocultan violaciones o evaden los controles oficiales. Respecto a la sociedad se encuentra cómo el

⁵ Actualmente esta posición se encuentra en los paradigmáticos manuales de planeación estratégica, entre ellos, Sallenave (1990) y Davis, Fred (1988).

empobrecimiento de la población más débil llega a desestabilizar regiones y países, frente al medio ambiente natural se han llegado a poner en peligro las condiciones para la vida en el planeta.

Esta situación demanda reflexión y desarrollos en el plano del conocimiento sobre organizaciones que estén mediadas por la reflexión ética. Así, las discusiones sobre la evaluación de la acción organizacional son cada vez más frecuentes en el contexto de la sociedad, en el interior de las organizaciones mismas y en los contextos académicos; no solo en las escuelas de administración y de negocios, sino también en las de filosofía. La sociedad de nuestro tiempo es una sociedad de organizaciones (Mayntz, 1996; Perrow, 1990), y el concepto de *organización* no solo ha sido objeto de análisis de filósofos como John Searle (1997) y Derek Parfit (2004), sino que también, y en mayor medida, se convirtió en un concepto que abre un campo en el que existen problemas propios de reflexión filosófica.

La pregunta: ¿Qué es una organización? Resulta en un problema filosófico que concierne a la definición y el análisis del concepto de organización. Esto no es asunto que pueda ser resuelto por una explicación empírica de cómo las organizaciones son formadas o cómo ellas trabajan u operan. Por el contrario, este se mueve a partir de la pregunta no empírica que busca definir el concepto de organización y delimitar sus implicaciones.

Sin documentar qué es una organización es difícil contar con claridad sobre qué se tiene que investigar. Por ejemplo, la investigación empírica acerca de especies biológicas, presupone una mínima comprensión del concepto de ellas. Entonces, la respuesta a esa pregunta filosófica es un requisito para lograr alguna epistemología de la teoría sobre organizaciones. Así, los investigadores que pretenden ocuparse de ellas, deberán partir de una comprensión mínima del concepto de organización que les permita diferenciar su objeto y focalizar adecuadamente sus esfuerzos.

Ahora bien, respecto a organizaciones se identifican algunos casos de controversia: uno lo constituye la familia. Desde un punto de vista, la familia es una organización (Caplow, 1964), y desde otro punto de vista no lo es (Etzioni, 1965). En caso de aceptarse el primero la implicación epistemológica es clara: la familia es campo de estudio de los investigadores sobre organizaciones, por el lado contrario, las teorías sobre organizaciones (en adelante TO) no encontrarían referente empírico en las familias.

Un segundo caso de controversia es la empresa individual. Ella hace referencia a la situación en la que existe un solo propietario que atiende o responde por todas las actividades de la empresa, sin tener dependientes a su cargo y sin tener persona alguna bajo su mando. Este caso podría formar parte del “universo” de estudio de las personas que tratan las organizaciones como fenómenos económicos. Pero para quienes consideran las organizaciones como fenómenos grupales la empresa individual no formaría parte de su objeto de estudio. Si tomamos el caso de un grupo de personas que se organizan para profesar un credo, tendríamos un objeto de estudio para quienes consideran las organizaciones como fenómenos grupales, pero tal vez no para las personas que tratan las organizaciones como fenómenos económicos. Aquí encontramos cómo la economía de empresas y la sociología ofrecen descripciones y explicaciones de la realidad organizacional.

Existen pues controversias y dificultades que se podrán resolver si se logra claridad frente al concepto de organización. En este camino, se recurre al uso de metáforas para su estudio; asunto que también resulta problemático.

2. El uso de metáforas para referirse a organizaciones

Como se ha advertido, en la búsqueda de conocimiento sobre organizaciones, en la comunidad de administración se ha incursionado en el uso de metáforas, se invita a que las observemos como si fueran: un conjunto de personas, o una máquina, o un organismo vivo, o un cerebro⁶ o en el lenguaje corriente y en la discusión sobre la moralidad en ellas, como personas.

En estos esfuerzos se trata de transferir y adaptar conceptos de la física, la biología o la antropología, para facilitar la comprensión figurativa de la realidad de las organizaciones. La metáfora constituye una manera de ver tanto el tema principal (en nuestro caso la organización) como el subsidiario (conjunto, máquina, organismo, o persona) (Betancur, 2006, p. 37). Es esto un asunto epistemológico que conviene revisar.

Parte de la discusión sobre la metáfora se da en el contexto de la demarcación entre ciencia y arte, ocupándose de la diferenciación entre el lenguaje científico y el literario. El primero posee rasgos que el segundo no: está constituido por oraciones que describen hechos, sus palabras tienen significado unívoco, representan objetos empíricos y puede decidirse sobre su valor de verdad. El lenguaje literario es figurado (contrario a sentido propio), polisémico y “no describe los hechos de manera transparente” (Betancur, 2006, 9). Tradicionalmente la metáfora se reconoce como lenguaje literario, figurativo y con dificultades para asumir valor cognoscitivo.

En la discusión sobre la metáfora aparecen dos interpretaciones: la idea de sustitución y la de semejanza. Desde la retórica clásica se postula la metáfora como mera sustitución de términos. De esta postura se deriva que el contenido cognitivo de la metáfora es nulo y su valor es solo estético. Desde otra perspectiva, Ricoeur [(1975) citado por Betancur (2006)] propone que la metáfora “no se da propiamente en el nombre sino en el enunciado; es la relación de la palabra metafórica con otras que no lo son, dentro de un enunciado, dónde se produce la metáfora” (Betancur, 2006, p. 19). Esta relación crea tensión entre “la palabra usada metafóricamente, con otras usadas en sentido literal” (Betancur, 2006, p. 19). Esta dinámica de tensión desplaza a la idea de simple sustitución. El enunciado metafórico produce valor cognoscitivo en el contexto de un discurso (Betancur, 2006, p. 30) ;pero se advierte que estos enunciados “no pueden ser evaluados con los⁷ mismos criterios y los mismos patrones con los que se validan los enunciados de la ciencia” (Betancur, 2006, pp. 12–13). Betancur sintetiza esta idea cuando afirma que “la metáfora da significado nuevo, tiene valor cognitivo al expresar algo que, mediante el lenguaje en uso, no se podría expresar” (Betancur, 2006, p. 48).

El uso recurrente de metáforas para el estudio de las organizaciones es una muestra de la debilidad y la poca claridad del concepto de “organización”, situación que lleva a recurrir al conocimiento

⁶ En este plano resulta recurrente citar al trabajo *Imágenes de la organización* de Gareth Morgan.

⁷ Betancur (2006, pp. 37–38) ejemplifica este valor en la metáfora organicista frente al lenguaje: “la lengua es un organismo vivo” y en la metáfora de “los juegos del lenguaje” de Wittgenstein.

sobre otros objetos que está más claro. Esto parece decirnos: *como no ha sido posible construir una TO, la comunidad deberá conformarse con buscar en los productos de otras disciplinas lo que le sea útil a su propósito*. Las implicaciones de esta afirmación son importantes.

Las metáforas son útiles en ausencia de teoría o como recurso didáctico. Se recurre a ellas ante la dificultad o la imposibilidad de describir y explicar el objeto de interés. Y aunque se le reconozca valor cognitivo, el interés teórico no está en hacer metáforas de lo que se estudia. Así las cosas, frente a la utilización de metáforas surgen algunas preguntas en el análisis:

1. ¿Hasta qué punto el trabajo sustentado en metáforas manifiesta la imposibilidad de teorizar sobre el objeto de estudio?
2. En el caso de las organizaciones, para que se den desarrollos teóricos ¿es necesario esperar desarrollos valiosos en otras disciplinas para luego trasladar de manera figurativa tales desarrollos al contexto de las organizaciones?

Por ejemplo, la metáfora organicista que trata a las organizaciones como seres vivos es útil y representa posibles acercamientos al ámbito de lo complejo, pero no deja de ser una metáfora, que puede reconocerse como una valiosa aproximación. Pero las organizaciones sociales-humanas, son realidad socialmente construidas y debería prepararse a los integrantes de la comunidad académica en la comprensión que esto no es una metáfora, sino su real ontología, que permite en su despliegue generar enunciados de carácter normativo, no sobre cómo deberían ser las organizaciones, sino sobre las condiciones que hacen posible su existencia.

Desde otra perspectiva, el lenguaje metafórico conduce desde la lógica a lo que Gilbert Ryle (1967) llama un *error categorial*, en el que se presentan hechos “como si perteneciesen a un tipo de categoría lógica (o un conjunto de tipos o categorías) cuando en realidad pertenecen a otra” (Ryle, 1967).

Los errores categoriales son cometidos por personas que no tienen claro en qué consiste el concepto sobre el cual se preguntan o sobre el cual elaboran enunciados. Los caminos equivocados que toma la cuestión, parten de la incapacidad de usar con claridad dichos conceptos. Al no tener claro en qué consisten las organizaciones, nos vemos inclinados a asociarlas con lo que *didácticamente* nos sea más útil, y esto es, un lenguaje metafórico. Ryle (1967). El uso de metáforas es entonces problemático para la construcción de conocimiento sobre organizaciones.

A continuación, se analiza una metáfora que constituye error categorial y que resulta ser utilizada para tratar asuntos sobre : Las organizaciones como personas.

3. El tratamiento de las organizaciones como personas

Resulta cotidiano el tratar a las organizaciones como personas. Esto se muestra en el uso de enunciados en los cuales se les trata como tales. Entre otros asuntos estas proposiciones se refieren:

- A intenciones: “La organización A tiene como finalidad F” ;⁸
- A acciones: “La organización A hace P” ;⁹
- A necesidades: “La organización A necesita N” ;¹⁰
- Enunciados sobre hechos que podríamos llamar contractuales, a partir de los cuales la organización adquiere derechos y obligaciones: “La organización A debe responder por R” .
¹¹“La organización A tiene derecho a D” .¹²

Diremos pues que en estos casos las organizaciones son tratadas como personas. Pero ¿son ellas realmente personas? ¿Por qué caemos en tratar a las organizaciones como si fueran personas? En esto es necesario esclarecer el significado de persona y las condiciones para serlo. Tradicionalmente la discusión sobre ser persona ha estado en función de los seres vivos. Para intentar esclarecer la cuestión y mostrar el error en esta metáfora, veamos entonces los criterios que permiten definir cuando se es o no persona.

Peter Singer, presenta como criterios para ser persona, el ser racional y autoconsciente; recuerda a Locke con su explicación de ser consciente: “[...] un ser consciente de sí tiene conciencia de sí mismo en cuanto entidad aparte, con un pasado y un futuro” (Singer, 1991, p. 103). Ahora, esa racionalidad y esa conciencia derivan en la posibilidad de tener deseos y en autonomía de la persona en el sentido de su capacidad de poder elegir entre alternativas y actuar en consecuencia con lo elegido (Singer, 1991, p. 109). Desde esta exposición el ser racional, ser autoconsciente y sus implicaciones respecto a la capacidad de tener deseos y de elegir, son para Singer los criterios que permiten asignar a un ser la categoría de persona.

Quizás la salida más rápida a la discusión sobre si las organizaciones son personas o no, podría darse en el argumento según el cual esta discusión está solo circunscrita a seres vivos, y las organizaciones sociales no encajan en esta categoría o como se dirá, en una ontología materialista, o en una estrategia reduccionista del fenómeno de la vida a materia, que aparece como central en la biología. Más bien, como realidad socialmente creada, las organizaciones son producto de la intencionalidad humana, pero en sí mismas no tienen intencionalidad, ellas no son conscientes ni racionales. Tenemos entonces un ejemplo de error categorial en el tratamiento de organizaciones.

Ahora, como realidades socialmente creadas, las organizaciones están subordinadas a una realidad social de mayor espectro. Hay que entender que ellas se crean en el interior de una sociedad, y que desde su primer momento de existencia encuentran restricciones en las normas acordadas por esa sociedad, y ellas aparecen como titulares de obligaciones y derechos. Pero para las reclamaciones sobre ellos, bien frente a personas individualmente consideradas, a otras organizaciones o ante la sociedad en general, se demanda de ellas acciones de interlocución, esto

⁸ Acumular riqueza, prestar servicios de bienestar social sin ánimo de lucro.

⁹ Compite, vende, contamina.

¹⁰ Necesita empleados, equipos, materias primas.

¹¹ Responsabilidades por deudas, seguridad social de los empleados, pago de impuestos.

¹² Derechos sobre los dineros que sus clientes les adeudan, reintegro de impuestos pagados de más, los compromisos adquiridos por sus proveedores.

es, acciones intencionales. En esto se identifica la principal necesidad o justificación para llegar a tratarlas como personas. Entonces, se debe recurrir a mecanismos o roles de representación, que son asumidos por personas.

Al aceptar la organización como titular de obligaciones y derechos se abre un espacio variopinto para ubicar la discusión en el plano moral, tomando distancia del plano legal. Así, la ética en los negocios, la ética empresarial o la ética de las organizaciones como campo de reflexión contemporáneo de gran auge, resulta el escenario de mayor espectro respecto al tratamiento de las organizaciones como personas. Pero como se ha dicho, ellas en sí mismas no son una persona. Así, este recurso figurativo resulta problemático desde la perspectiva conceptual y salva sus dificultades por vía institucional. Por acuerdo social se le asigna al fenómeno organizativo el estatus de persona y desde esta asignación se justifica institucionalmente que se le trate de esta manera. El problema central está en el hecho de que en desarrollo de la ética de las organizaciones, en la reflexión se le asigne las organizaciones el carácter de sujeto moral.

3.1 La organización como sujeto moral

Hablar de “ética de las organizaciones” (EO) o de “ética empresarial” tiene una implicación que se debe considerar, puesto que le otorga a las organizaciones y las empresas, al menos en un primer momento, el carácter de personal moral, ¿puede ser esto aceptable? Josep María Lozano, doctor en filosofía y autor del libro “Ética y empresa” (1999) reconstruye dos preguntas que han resultado centrales en el contexto de la EO: la pregunta por hasta dónde es posible “aplicar a la empresa lo mismo que se dice éticamente de las personas”; y la pregunta ¿hasta qué punto se pueden tener hacia la empresa expectativas diferentes a las otorgadas por el sistema económico? Para él la focalización hacia estas dos inquietudes ocurrió porque todavía no se disponía de una comprensión de la ética de organizaciones, entonces sólo quedaba operar con los recursos que provienen de la reflexión ética sobre las personas o sobre el sistema económico (Lozano, 1999, pp. 75–76). Para este autor español, “[...] Paradójicamente, el debate no trata propiamente de sujetos y de su constitución o reconocimiento, sino de toma de decisiones y de responsabilidades, en la medida en que se pueden atribuir a un sujeto y no —propiamente— en la medida en que pueden ser constitutivas de sujeto” (Lozano, 1999, p. 78).

El debate no ha producido resultados definitivos, y ha llegado a una progresiva toma de consciencia de la existencia de un desplazamiento que prolongaba el debate: hablando de las organizaciones usando la metáfora de “persona”, se ha limitado a una de las dimensiones de la persona, la toma de decisiones, la intención en las acciones y así, a la atribución de responsabilidad (Lozano, 1999, pp. 76–77).

Thomson (1986) hace notar que “[...] en el fondo lo que se plantea es una necesidad de una adecuada teoría organizacional”. Lozano concluye que la discusión de la organización como persona moral “[...] puede acabar enmascarando la discusión sobre la empresa, su teorización, su razón de ser y sus objetivos, y la enmascara porque se basa en un desplazamiento metafórico de la persona a la empresa, sin atender la especificidad de cada nivel, ni por tanto, poder tratar convenientemente sus puntos de intersección” (Lozano, 1999, p. 78).

Para Lozano, lo que está latente en el debate, como se ha desarrollado, es “[...] la necesidad de entender de una manera adecuada qué significa hoy que la acción humana es también una acción mediada organizativamente, y la necesidad consiguiente de construir un paradigma para entender éticamente la organización” (Lozano, 1999, p. 78). En cercanía con Thomson, se puede aceptar la idea de Sacconi, cuando plantea que, lo que se puede afirmar desde la ética sobre las organizaciones, depende de cómo las describamos (Sacconi, 1991, p. 126). Lo que hay en esto es que para hablar de una EO es necesario desarrollar alguna ontología de las organizaciones.

Las empresas actúan:

[...] y su acción sólo es inteligible teniendo en cuenta que es una acción humana y llevada a cabo por humanos. Se propone que se evalúe la acción de la empresa, sus finalidades, los bienes y los fines que están en juego específicamente en cada organización. [...] Con el debate sobre la empresa como sujeto moral se ganó el reconocimiento de que es posible distinguirla (sin separar totalmente) de lo que hacen las personas en ella” (Lozano, 1999, pp. 79–80).

En el caso de la EO se advierte sobre *error categorial* al que podría conducirnos el uso sin medida de metáforas ante la necesidad de explicar, de ejemplificar, el proceder y los modos organizacionales. Ya vemos pues que esto sólo nos conduce a un desvío del verdadero problema. De las empresas se predica acción, pero ella solo es inteligible al considerarla como acción llevada a cabo por humanos. “[...] Con el debate sobre la empresa como sujeto moral se ganó el reconocimiento de que es posible distinguirla (sin separar totalmente) de lo que hacen las personas en ella” (Lozano, 1999, pp. 79–80).

4. Reflexión final

Hoy se reconocen esfuerzos por describir y explicar los fenómenos organizacionales, su origen, evolución, interacción y comunicación entre las personas integrantes, las estructuras resultantes de esa relación (Kast & Rosenzweig, 1988), la forma de conducirlos y su interacción con el medio externo. Se acepta que el conocimiento existente ha tenido y tiene utilidad, pero problemas relacionados con una demarcación epistémica, las expectativas de conocimiento en el campo, los procedimientos para conocer las organizaciones o su concepción, no alcanzan una claridad suficiente. Esta situación representa una necesidad y un reto de desarrollo conceptual.

En el estudio de organizaciones, el uso de metáforas resulta recurrente, el verlas como conjuntos, máquinas, organismos y personas, aporta a la comprensión de algunos de sus aspectos nucleares, pero resultan insuficientes para dar cuenta de ellas, no resuelven sobre el problema de su ontología.

Entonces, se hace necesario profundizar en el concepto de “organización”, en la medida en que sus implicaciones normativas aportarían consideraciones y elementos al conocimiento sobre organizaciones, en la discusión sobre su delimitación, su autonomía y relaciones epistémicas, los problemas metodológicos de su estudio y las posibilidades de discusión teórica. Con estos ¹³elementos se avanzaría en establecer qué fenómenos son organizaciones y cuáles no, para focalizar los esfuerzos en investigación y docencia. Se podría discutir sobre las condiciones de

¹³ En un contexto relacionado con el del presente documento, estos aspectos fueron ya expuestos en Carvajal (2005)

posibilidad de una teoría sobre las organizaciones y sus relaciones inter-teóricas, y las implicaciones de corte metodológico para el trabajo de la comunidad académica.

En la sociedad actual, esta definición conceptual es importante porque se tiende a tratar las organizaciones como personas con derechos y obligaciones. Aquí, se entiende cómo el concepto debe ser definido, ello representa importantes implicaciones para la ética en las organizaciones, pero también para el concepto de racionalidad y cómo es aplicada en ellas. En esta perspectiva la discusión se afianza en el plano filosófico cuando en su interior contiene problemas como el de la *identidad* de la entidad, el carácter de persona que se le asigna y la racionalidad interna.

Si se atienden los argumentos presentados respecto a que la sociedad de nuestro tiempo es una sociedad de organizaciones, y que hoy el hombre es considerado un ser de organización, es posible reconocer también la importancia social de la discusión sobre el problema propuesto.

BIBLIOGRAFÍA

Betancur, M. C. (2006). *Metafora y ver como: la creacion de sentido de la metafora*. Manizales: Universidad de Caldas.

Caplow, T. (1964). *Principles of organization*. New York: Harcourt, Brace & World.

Crozier, M., & Friedberg, E. (1990). *El actor y el sistema: las restricciones de la acción colectiva*. México: Alianza Política.

David, F. (1988). *La gerencia estratégica*. Legis.

Etzioni, A. (1965). *Organizaciones modernas*. México: Uteha.

Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1988). *Administración en las organizaciones. Enfoque de sistemas y de contingencias*. México: McGraw Hill.

Lozano, J. M. (1999). *Ética y empresa*. Madrid: Trotta.

Mayntz, R. (1996). *Sociología de las organizaciones*. Madrid: Alianza Editorial.

Parfit, D. (2004). *Razones y personas*. Madrid: Machado Libros.

Perrow, C. (1990). *Sociología de las organizaciones*. Madrid: McGraw Hill.

Ricœur, P. (1975). *La métaphore vive*. París: Éditions du Seuil.

Ryle, G. (1967). *El concepto de lo mental*. Buenos Aires: Paidós.

Sacconi, L. (1991). *Etica degli affari, individui, imprese e istituzioni nella prospettiva di un'etica razionale*. , Milan. Milano: Il Saggiatore.

Sallenave, J. P. (1990). Gerencia y planeación estratégica. Bogotá: Editorial Norma.

Searle, J. (1997). La construcción de la realidad social. Barcelona: Paidós.

Singer, P. (1991). Ética Práctica. Barcelona: Editorial Ariel.

Thompson, V. A. (1986). Modern organization. New York: A. A. Knopf.

Estudio de las condiciones laborales de profesionales graduados antes de 1990 y después del 2000. Administración frente a Contaduría, Derecho y Medicina ¹

Santiago Panameño Torres²

RESUMEN

El presente artículo intenta determinar y explicar los principales cambios que han presentado las condiciones laborales de una muestra, dividida en dos grandes grupos de profesionales: graduados después de 1990 y graduados después del 2000 donde se evalúan las condiciones de profesionales de administración como de otras carreras, medicina, derecho y contaduría para establecer las variaciones que estas han presentado y no solo ofrecer un panorama actual al que podrían enfrentarse los futuros egresados de estas carreras, si no también dar una breve orientación en términos de las posibles exigencias laborales que sin duda pueden hacer la diferencia entre un profesional y otro.

Palabras clave: condiciones laborales, graduados después de 1990 y graduados después del 2000, estudio.

ABSTRACT

This paper tries to determine and explain the major changes that have presented the sample's labor conditions, which is divided into two professionals groups: professionals graduates before 1990 and professionals graduates after 2,000 where the conditions of professionals like business administration, medicine, law and accounting are evaluated to establish the variations that they have Presented and not only offer the actual panorama which they could face future graduates of these races , but also give a brief orientation about possible labor demands, which certainly make the difference between a professional and another.

Keywords: labors conditions, professionals graduated before 1990 and professionals graduate after 2000

¹ Este trabajo hace parte del proyecto de investigación del Grupo de Estudios Neoinstitucionales, abordado por los autores presentes, en el cual se busca identificar los principales cambios que se han presentado en las condiciones laborales de profesionales de la carrera de administración y contrastarlas con otras carreras.

² Estudiante de administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Palmira. Técnico en contabilidad y finanzas del SENA. Investigador en proceso de formación del Grupo de Estudios Neoinstitucionales -GEN-, de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira.

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez las organizaciones son más exigentes y la oferta laboral podría considerarse reducida para algunos sectores de la economía. En los últimos 20 años se han presentado cambios significativos en las condiciones laborales, que en algunos casos van en detrimento del empleado. Los cambios en la modalidad de contratación que la ley ampara o la poca estabilidad que se presenta hoy en los empleos dan una muestra inequívoca de esto. Según el estudio de ACRIP, los menores de 30 años son los que más cambian de empleo en Colombia. El año pasado el 46% de las personas en este rango de edad cambiaron de empleo. En la mayoría de los casos un empleado renuncia porque busca mayor estabilidad laboral, encuentra un mejor sueldo, no se identificó dentro de las organizaciones con la cultura o el liderazgo, no le cumplieron con una promesa ofrecida al momento de contratación demasiada carga laboral o diferencias con el jefe.

Juan Antonio Pizarro, director ejecutivo de ACRIP, señala que los jóvenes siempre están buscando mejores oportunidades. Aspectos tan importantes en el mundo laboral como el trabajo en equipo, que Peiró y Munduate explican dada producción importantes modificaciones en la organización del trabajo y en su propia conceptualización. Surgiendo nuevas formas de conceptualizar y organizar el trabajo que se han derivado de la magnitud y la velocidad con que los cambios económicos, tecnológicos, sociales, políticos y culturales han venido sucediendo en el último cuarto del siglo XX. De esta forma, la mayor parte de las organizaciones actuales han transformado tanto sus estructuras y sus sistemas organizativos como sus métodos y sus procesos de trabajo para responder a los nuevos retos de competitividad e integración en el mercado (Cunha y Cunha, 2001; Peiró, 2002; Peiró y Munduate, 2001). Una de las consecuencias más destacables de estas transformaciones ha sido el impulso de los equipos de trabajo como estructura básica de realización y gestión del trabajo (Peiró y Munduate, 1999). También la transformación de que ha tenido la forma de consecución de empleo o el aumento que se ha presentado en las funciones que debe realizar cada empleado, ajenas a su profesión son algunos de los cambios más representativos, los cuales serán tratados en este documento.

2. OBJETIVOS

En consonancia con lo anterior, el objetivo básico de este trabajo es identificar las principales diferencias en cuanto a las condiciones laborales que se presentaban hace 20 años y las que se presentan en la actualidad para una muestra específica de 40 profesionales entrevistados. Esto se llevará a cabo a la vez que se pretende ofrecer un diagnóstico derivado de la comparación entre las condiciones que presentan profesionales de la carrera de Administración de Empresas frente a profesionales de las carreras de Contaduría Pública, Derecho y Medicina.

Para citar una serie de objetivos específicos, se proponen los siguientes:

- Identificar el o los cambios en la modalidad contractual presentada en los dos grandes grupos de la muestra.
- Determinar la forma de consecución dominante de empleo de los profesionales pertenecientes a cada profesión
- Identificar las principales diferencias en términos de salario para las profesiones analizadas.

- Señalar el cambio que se evidencia en cuanto a las funciones ajenas a las profesiones que desempeñaban, y que ahora desempeñas diferentes profesionales de una misma área.

3. METODOLOGÍA

Se procesaron y analizaron con ayuda de un software estadístico (IBM SPSS), a través de una cuidadosa generación y codificación de variables; los resultados de un total de las 40 entrevistas aplicadas a profesionales egresados de las 4 carreras de pregrado mencionadas, Administración de Empresas, Contaduría Pública, Derecho y Medicina. Por cada profesión se procesaron 10 entrevistas, correspondientes a 5 profesionales graduados antes de 1990, y 5 que obtuvieron su título después del 2000. Las condiciones evaluadas corresponden a 2 categorías principales: 1) características del trabajo y 2) competencias profesionales requeridas. Estas a su vez contienen 8 subcategorías (que luego servirán como variables): jornada de trabajo, remuneración, funciones laborales, condiciones de las vacaciones y descansos, tiempo de permanencia en el trabajo, forma de consecución del trabajo, habilidades técnicas y habilidades relacionales.

Con el fin de comprender e identificar tanto las tendencias actuales como las principales variaciones que han presentado las condiciones laborales para estos profesionales graduados antes de 1990 y después del 2000, es necesario hacer un análisis partiendo de cruces de información, teniendo en cuenta las principales categorías de las condiciones laborales antes mencionada. Por ello, a continuación se presentan las siguientes estadísticas basadas en el cruce de dos variables, y en algunos casos tres, que se consideraron relevantes para una comprensión completa de las tendencias, cambios y panorama que presenta las condiciones laborales de los profesionales entrevistados.

Con la utilización de la herramienta y gracias al meticuloso manejo de los datos fue posible generar una gran cantidad de información de interés correspondiente al cruce de variables antes mencionadas. Después de analizar y contrastar estos resultados con estudios alternos, se seleccionaron algunos que indicaban tendencias o señalaban cambios significativos. A continuación se presentan los resultados ordenados en los grupos que se describen a continuación.

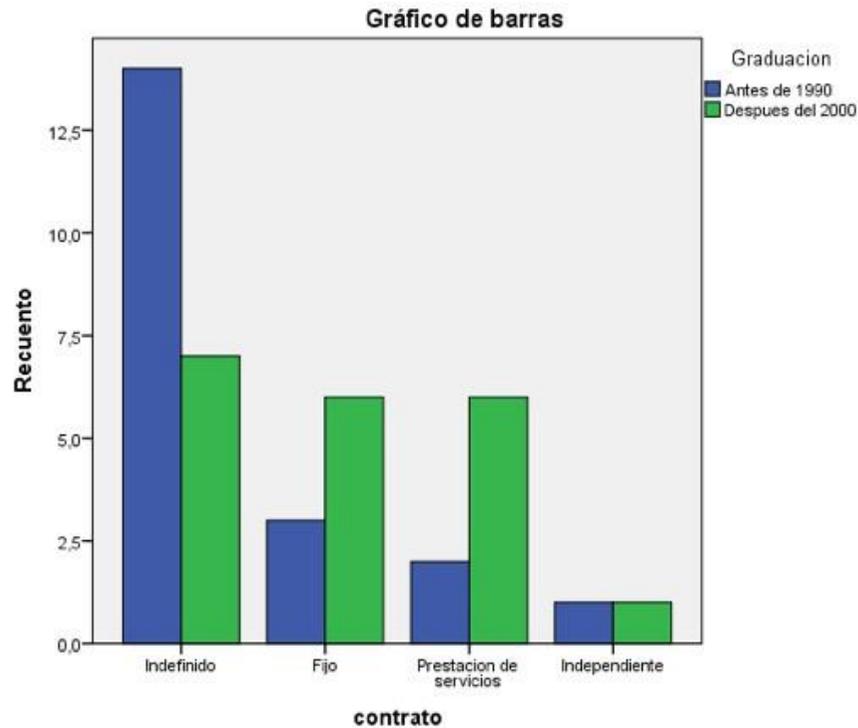
4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 Cambios que se han dado en las condiciones laborales que el mercado laboral actual ofrece a 4 grupos de profesionales

4.1.1 Cambios en la modalidad de contratación

Antes de 1990 el contrato a término indefinido era predominante (más del 70 %), no existían los contratos a término fijo, pero sí contratos temporales y prestación de servicios que no eran formales. Después de 2000 siguen habiendo contratos a término indefinido, y es un tipo de contrato representativo pero no dominante. Los contratos son más inestables o temporales que antes de 1990.

Esto puede explicarse ya que los cambios en la legislación contractual han producido modificaciones en las formas de contratación de los empleados. Estos datos reflejan el efecto de la flexibilidad laboral. También datos de otros estudios ratifican la tendencia a reducirse los contratos a término indefinido. De acuerdo a esos estudios, los contratos a término indefinido no han desaparecido, se han reducido, pero siguen siendo los más altos en comparación a otras modalidades de contrato (Cfr. Guateque, 2001).



4.1.2 Cambios en las habilidades relacionales

Se detectó que habilidades como tolerancia, proactividad, comunicación, trabajo en equipo y la empatía, han aumentado para los profesionales graduados después del 2000, mientras que se ha reducido habilidades como el liderazgo. La importancia del trabajo en equipo en el apartado laboral cada vez es mayor, es frecuente encontrarse con términos como equipos de alto desempeño, o equipos de trabajo auto-dirigidos. Lo cual implica el desarrollo de ciertas habilidades relacionales que antes no eran tan necesarias, como la proactividad o la empatía. Esto explica el aumento en dichas facultades y la reducción de otras como por ejemplo el liderazgo. El aumento en las habilidades relacionales como la tolerancia, la empatía o la comunicación de los profesionales, pareciera responder al desarrollo e implementación del trabajo en equipo, que a la vez puede determinarse como otra habilidad. Unos años atrás no era tan importante esta habilidad como lo es ahora, ya que se perseguían metas individuales y las mismas estructuras organizacionales impedían el desarrollo de equipos o grupos de trabajo. El trabajo en equipo es una realidad y las habilidades necesarias para desempeñarlo cada vez cobran más importancia en el mundo organizacional, es por eso entonces, que los profesionales no solo deben preocuparse por la capacitación y desarrollo de conocimiento y habilidades técnicas, sino también por las relacionales.

4.1.3 Cambios en las funciones

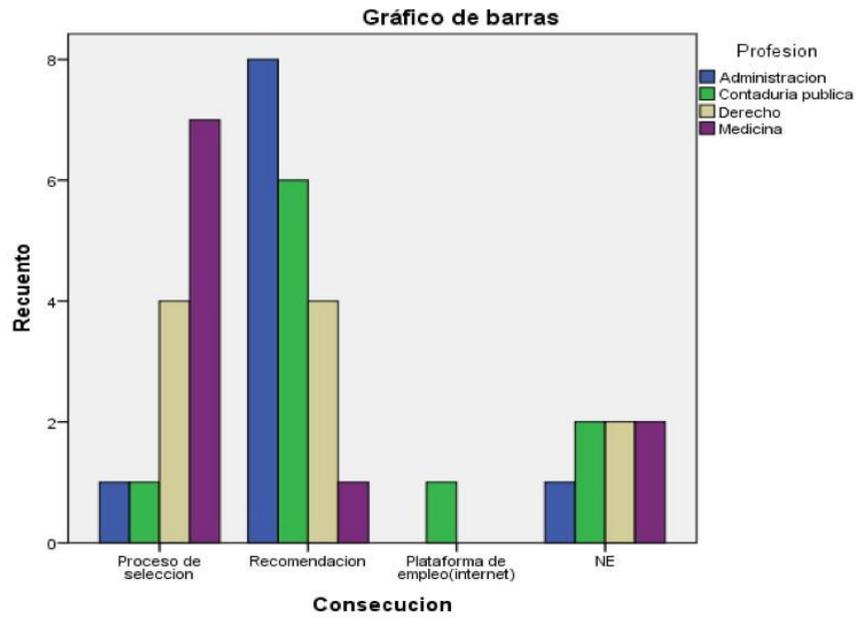
Los profesionales graduados antes de 1990 y los graduados después del 2000 realizan funciones mayoritariamente relacionadas a su profesión, pero es apreciable un aumento considerable en las funciones ajenas a la profesión, ya que estas pasaron de un 15% a un 30% para el segundo grupo. Una explicación posible para este aumento puede asociarse a que la oferta laboral cada vez es más escasa para algunos campos profesionales, lo que hace que la competencia sea mayor y que los contratados deban realizar más funciones ajenas a la profesión, lo que ha contribuido la legislación contractual con párrafos como este "A poner al servicio del empleador toda su capacidad normal de trabajo, en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias del oficio mencionado y las labores anexas y complementarias del mismo".

4.2 Condiciones laborales en administración frente a Contaduría, Medicina y Derecho

4.2.1 Consecución de empleo por profesión.

El 90% de profesionales egresados de Administración consiguieron su empleo a través de recomendación. El 70% de los profesionales encuestados en el área de Medicina obtuvo su empleo por medio de un proceso de selección. En la carrera de Contaduría el mayor porcentaje, 60%, es para los que obtuvieron su empleo por recomendación. En la carrera de derecho el porcentaje está dividido, ya que un 40% de estos obtuvo su empleo a través de recomendación y otro 40% de los mismos por medio de un proceso de selección. Por último se puede destacar que sólo un 2.5% obtuvo su empleo por medio de una plataforma de internet.

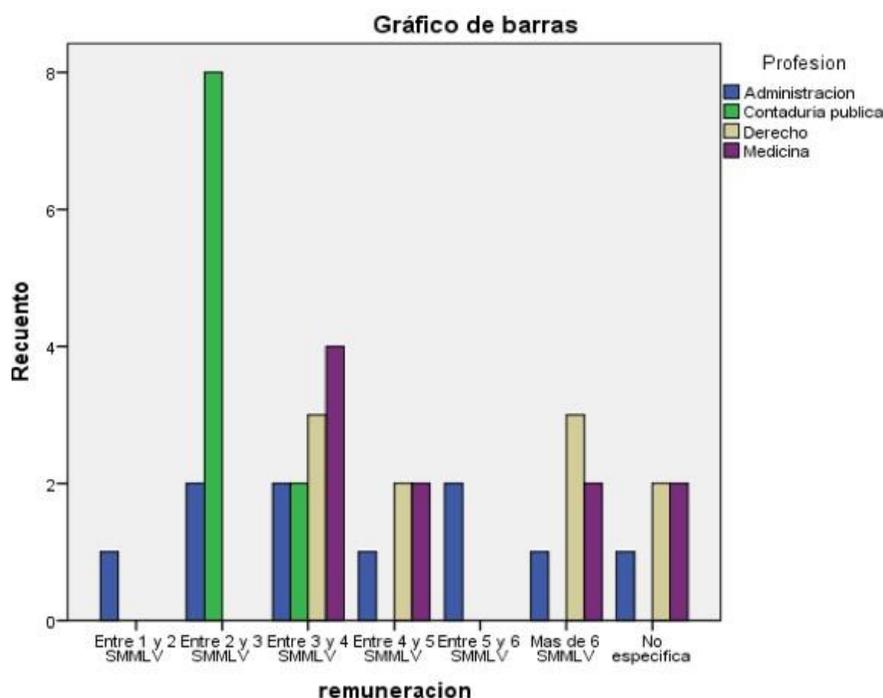
La tendencia general indica que la red social (amigos, familiares y conocidos) es por mayoría la manera más eficaz de conseguir empleo, así lo muestra el estudio del DANE (2012-2013) Gran encuesta integradora de hogares (GEIH), donde señala que el 69.3% de las personas encuestadas consiguió empleo a través de ayuda de familiares o amigos. Para el caso de este estudio del DANE, se puede resaltar que, aun cuando los profesionales cuenten con los requisitos necesarios, tanto académicos como de experiencia, para la consecución de un empleo, prevalece la recomendación, así como lo indican estudios publicados por importantes medios informativos como El Espectador (año-mes) o Portafolio (año-mes), donde indican que en Colombia el proceso de consecución del empleo es mayoritariamente informal y que los puestos se obtienen a través de recomendación.



4.2.2 Remuneración por profesiones

Alrededor del 40% de los profesionales de administración entrevistados, gana entre 2 y 4 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV), otro 20% entre 5 y 6. La media de los profesionales de Contaduría en cuanto a salario se ubica entre 2 y 3 SMMLV. Para el caso de los profesionales de Medicina y Derecho, indican mejores remuneraciones, ya que el salario de la mayoría de estos profesionales oscila entre 3 y 5 SMMLV.

Según Barón (2012), las profesiones de tipo administrativo como Contaduría, Economía o Administración de Empresas, presentan condiciones salariales similares, ya que estas se ubican en promedio entre 2 y 5 salarios mínimos. Como lo ratifica dicho autor, los profesionales graduados en ciencias de la salud presentan mejores condiciones salariales. Los resultados sugieren que la remuneración por área del conocimiento para los recién graduados, también presenta diferencias significativas. Con respecto al área de economía, administración y contaduría, las ciencias de la educación, la agronomía, y afines, son las que muestran un menor salario. Los graduados de estas áreas son remunerados en 28%, 18,5% y 11,8% menos respectivamente que en economía. En contraste, aquellos recién graduados de ciencias de la salud, ingenierías y matemáticas muestran remuneraciones que son 12,9%, 10,5% y 10,4% más altas que las recibidas por aquellos graduados del área de economía y afines.



4.2. Tipos de contratación según profesión

La Contaduría Pública, es una de las carreras que podríamos decir que representa una mayor estabilidad laboral, pues como se observa en la gráfica es la carrera con mayor número de contratos a término indefinido, seguida de la Administración de Empresas y Medicina. Mientras Derecho pareciera ser la carrera con menos estabilidad, lo cual puede responder a que los profesionales que optan por esta carrera, generalmente se dedican a asesorías u otro tipo de labores que responden a prestación de servicios profesionales.

En las profesiones analizadas se puede notar una tendencia hacia el tipo de contratación indefinida, lo que puede traducirse en mejores condiciones laborales y de estabilidad para los profesionales pertenecientes a estas.

Pues como lo indica el estudio del Observatorio Laboral para la Educación, uno de los aspectos destacables es que las condiciones laborales para los recién graduados de la educación superior se mantienen con respecto al año 2012: el 49% lo hizo con contrato a término indefinido y 25% con contrato a término fijo. Este panorama se traduce en mejores condiciones de empleo y garantías de seguridad social.

Los profesionales contratados, en un gran porcentaje disfrutaban de contrato a término indefinido, pero por otro lado, se evidencia que los contratos a término fijo, también tienen un porcentaje representativo y que al parecer va en aumento, lo cual indica que de mantenerse esta tendencia, habrá incertidumbre (si es que ya no la hay), en cuanto a la estabilidad laboral de los profesionales.



CONCLUSIONES PRELIMINARES

Después de analizar las condiciones laborales que más han presentado cambios más significativos según el análisis estadístico, se puede concluir, de manera preliminar, la existencia de algunas tendencias, que, en algunos casos son más claras que en otros.

Se observa una tendencia al aumento de las funciones ajenas a la profesión que debe desarrollar cada empleado, lo cual indica que un futuro profesional debe estar preparado, no solo para desempeñar profesiones propias de su disciplina, sino también otras, que incluso en algunas ocasiones no se relacionan directamente como es el caso de los abogados, que deben desempeñar labores administrativas.

También se puede destacar que, al menos en profesiones de rol administrativo como administración o contaduría, e incluso en el derecho la forma más efectiva de conseguir empleo es a través de la recomendación, lo que implícitamente centra una mayor importancia en el capital social que debe construir el profesional en formación (ojalá apoyado por el ente formativo), para gozar de una mayor posibilidad de conseguir un empleo.

Las condiciones laborales han cambiado de manera significativa en los últimos 20 años, y no por una sino, por múltiples causas. Es necesario cambiar ciertos aspectos a nivel formativo para lo que está exigiendo el mundo laboral contemporáneo, es también necesario fomentar ciertas habilidades que antes no eran ni siquiera perceptibles.

BIBLIOGRAFÍA

Baron, J. Primeras experiencias laborales de los profesionales colombianos: probabilidad de empleo formal y salarios Lecturas de Economía -No. 76. Medellín, enero-junio 2012.

DANE Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), la palanca sigue siendo el método más efectivo.

Gamero, V. El clima afectivo en los equipos de trabajo antecedentes y consecuencias.

Guataqui, J.C. La incidencia del contrato de trabajo en el mercado laboral colombiano. Revista economía del rosario. Número 4. 200.

Observatorio Laboral para la Educación. Resultados de las condiciones laborales de los graduados de educación superior 2001-20012 y los certificados de educación para el trabajo y desarrollo humano 2010-2012 (documento técnico).

Industria cultural y RSO: condiciones laborales de una organización de fomento a la danza

Linda Paola Ospina Díaz¹
Carlos Tello Castrillón²

RESUMEN

Este escrito evidencia la problemática de los artistas que lideran los diferentes procesos culturales y se enfoca principalmente en temas laborales. Esta presentación hace parte de los hallazgos de la investigación *“Responsabilidad social organizacional en las organizaciones culturales de la ciudad de Santiago de Cali”*, específicamente el caso de la organización cultural “Juventud 2000”, enfocada al sector de la danza.

En la metodología empleada se incluyeron varias fuentes. Las secundarias fueron referidas a una revisión bibliográfica de artículos de investigación, informes, documentos del Ministerio de Cultura y de la Secretaria de Cultura. Adicional, se trabajó una fuente primaria con la entrevista al director de la organización Juventud 2000, para identificar la relación entre las categorías de RSO implícitas en la norma ISO 26000 y la industria cultural específicamente en el sector de la Danza.

Este documento está dividido en cuatro apartados. En primer lugar, se realiza una aclaración conceptual sobre temas como la cultura, industria cultural, organización cultural, emprendimiento cultural y RSO. En segundo lugar, se evidencia la relación existente entre las categorías de la norma ISO 26000 y las organizaciones culturales. En tercer lugar, se presentan las características de la organización seleccionada, finalmente se presentan las conclusiones del estudio.

Palabras claves: responsabilidad social organizacional, organizaciones culturales, manifestaciones culturales, condiciones de trabajo.

ABSTRACT

This writing shows the problematic of the artists who lead the different cultural processes and focuses mainly on the labor issues. This statement is part of the findings of the research "Organizational social responsibility in the cultural organizations of the city of Santiago de Cali", specifically the case of the cultural organization "Juventud 2000", focused on the dance sector. The methodology used included several sources. As secondary sources, a bibliographical review of

¹ Profesional en Gestión Cultural y Comunicativa. Estudiante de Maestría en Administración Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira. Integrante del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN. Correo: lpospinad@unal.edu.co

² Ph.D. (c) en Ingeniería, MBA. Profesor Asociado de dedicación exclusiva, Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira. Líder del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN. Correo: catelloca@unal.edu.co

research articles, reports, documents of the Ministry of Culture and the Secretary of Culture was used. In addition, a primary source was interviewed by the director of the Juventud 2000 organization to identify the relationship between the RSO categories implicit in the ISO 26000 standard and the cultural industry specifically in the dance sector.

This document is divided into four sections. In the first place, a conceptual clarification is made on topics such as culture, cultural industry, cultural organization, cultural entrepreneurship and RSO. Secondly, the relationship between the categories of ISO 26000 and cultural organizations is evident. Thirdly, the characteristics of the selected organization are presented, and finally the conclusions of the study are presented.

Keywords: organizational social responsibility, cultural organizations, cultural manifestations, working conditions

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente documento es evidenciar la ausencia de políticas laborales en las organizaciones de los diferentes sectores culturales, a nivel local, por medio de la organización cultural Juventud 2000.

Juventud 2000 es una organización liderada por el gestor cultural Edwar Mina. El proyecto inició en el año 2000 sin apoyo estatal y como respuesta a la latente necesidad de procesos culturales en su localidad. Las características sociales de los habitantes del barrio Charco Azul de la ciudad de Cali, presentan fenómenos como el desplazamiento forzado, diferentes tipos de violencia, conflicto armado y conflictos territoriales. Este líder cultural encontró a través de la danza un dinamizador de procesos de reconstrucción del tejido social y de generación de paz. Adicional a ello, logró impactar social y económicamente a la comunidad debido a las contrataciones que se gestionaban desde la dirección de Juventud 2000, con el fin de presentarse en eventos culturales de la ciudad.

El presente texto está dividido en cuatro apartados. Se inicia con una aclaración conceptual acerca de términos como cultura, industria cultural, emprendimiento cultural, organización cultural y Responsabilidad Social Organizacional, en adelante RSO. En segunda instancia, se relacionan las categorías definidas por la norma ISO 26000 en el cumplimiento de la RSO y las organizaciones culturales. En tercer lugar, el autor hace referencia a las características de la Organización cultural Juventud 2000; dentro de las cuales se evidencia un alto impacto social en su zona de influencia, ubicada en el barrio Charco Azul, en el distrito de Agua Blanca, zona caracterizada por el desplazamiento forzado de sus habitantes y las condiciones de violencia. Como se evidenciará más adelante, esta organización ha logrado mitigar las problemáticas sociales de su entorno a través de programas artísticos enfocados en la danza.

Finalmente se presentan las conclusiones del estudio. Estas giran alrededor de la incidencia de la RSO en las organizaciones culturales. Se concluye la ausencia de directrices de cumplimiento de las categorías de RSO, principalmente en temas de condiciones laborales y el desconocimiento normativo. Con lo anterior se busca motivar o sensibilizar a los entes estatales para el diseño de políticas acordes a las necesidades de los artistas, gestores culturales y creadores culturales

locales. Con esto se buscará generar impactos de mayor alcance en cada una de las comunidades y en la sociedad en general.

1. Acotaciones de cultura

El concepto de cultura es amplio y presenta múltiples acotaciones. En el presente texto se aborda el concepto orientado por Lévi-Strauss citado por Geertz, quien lo citó como “todo fragmento de humanidad o conjunto etnográfico que desde el punto de vista de la investigación presenta relaciones a otros conjuntos de variaciones significativas” (Geertz, 1987). A su vez, la UNESCO en su página web define cultura como: “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales, al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias para comprender la relación del arte como manifestación del hombre” (UNESCO, sf). Se puede entender cultura como aquello que permite la trascendencia de creencias, costumbres, hábitos y facilita que el arte sea un vehículo para dinamizar los diferentes procesos de las comunidades.

Teniendo claro el concepto de cultura, es pertinente aclarar las denominadas industrias culturales. Estas son definidas por la UNESCO según Rey, como un sector que “conjuga la creación, la producción y la comercialización de bienes y servicios, en los cuales la particularidad reside en la inteligibilidad de sus contenidos de carácter cultural” (Rey, 2009, p.67). Las mencionadas industrias culturales han tomado fuerza en las comunidades, debido a los diferentes procesos de globalización. Normalmente son artísticos y dan a conocer las características de las diferentes comunidades locales.

Este fenómeno ha generado la creación de organizaciones culturales a nivel local, regional, nacional e internacional. Para el desarrollo del actual texto, solo se mencionarán las organizaciones culturales de carácter local, específicamente de la ciudad de Santiago Cali. Se podría entender a las organizaciones culturales como conjuntos de personas en busca de potencializar los diferentes procesos culturales: creación, distribución, divulgación y circulación, en espacios locales, regionales, nacionales o internacionales. Todo lo anterior en la búsqueda del crecimiento de la economía de la cultura. Las organizaciones culturales realizan sus actividades y programas a través de los llamados emprendimientos culturales, que se caracterizan por dar valor a las creaciones artísticas.

Para que todo lo anterior pueda darse, es importante, como dijo Pau Rausell, consolidar políticas públicas para la satisfacción de los derechos que tienen los autores culturales (Rausell-Köster 2013). Según este mismo referente, se debe entender como autores culturales a los creadores, gestores, artistas y consumidores del bien o servicio cultural. Pau Rausell mencionó la importancia de promover el emprendimiento cultural. este debe ser desde las organizaciones culturales.

Además, debe estimular a las personas o grupos artístico-culturales para que se constituyan como organizaciones legales. De esta manera reconocer el aporte de la institucionalidad a la economía de la cultura, reconociendo las falencias y diseñando políticas acordes al mercado cultural. Se debe entender a la industria cultural como un negocio. Esto debido a que muchos de sus autores se lucran con esta actividad.

La RSO presenta dos corrientes una ligada a la ética y la segunda a la ciudadanía empresarial. La RSO debe ser ancla de estas políticas aun cuando este término presenta una ausencia metodológica (Tello Castrillón, Carlos; Rodríguez C, 2014 pág. 41), según los mencionados autores, esto se presenta debido a las diferencias de los estudios. De ellos surgen varias corrientes: en primer lugar, se encuentra la de quienes consideran que la RSO está ligada a la ética en los negocios. En segundo lugar, se encuentra quienes hablan de la ciudadanía empresarial. Entre estas corrientes, la mayor crítica es la ausencia del porqué de la RSO y de su voluntariedad. Entre las definiciones más populares y difundidas de RSO se encuentra la definición de la Comisión Europea y de la WBSCD (Tello Castrillón, Carlos; Rodríguez C, 2014 pág. 41).

Para el desarrollo de este estudio se empleó la definición de la WBSCD. La RSO es el “compromiso de los negocios con la contribución al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida” (WBSCD, 2002, p. 6). La RSO no puede quedarse en cuestiones de voluntariedad, sino, que debe contar con un marco normativo que regule su funcionamiento y permita el mejoramiento de la calidad de las condiciones sociales de las personas.

2. Categorías de la ISO 26000 y su relación con las organizaciones culturales.

Existen diferentes iniciativas que hablan acerca de RSO. Se pueden destacar entre estas, las de RSO los objetivos del milenio, el pacto de las Naciones Unidas, Global Repitan Iniciativa (GRI), libro verde y La norma ISO 26000. En el desarrollo de la presente investigación solo se tuvo en cuenta la norma ISO 26000. Ya que tiene como fin, ser una guía en Responsabilidad Social. La Organización Internacional de Normalización, ISO por sus siglas en inglés, dijo que la norma ISO 26000 “Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma permite en su esfuerzo operar de manera socialmente responsable cumpliendo con los estándares exigidos por la sociedad”. (ISO 2010).

Para Tello Castrillón la norma ISO 26000 plantea una serie de principios modulares que se deben cumplir en cualquier situación. Estos son el ser éticos, consumir con los convenios a nivel internacional, defender y proteger los derechos humanos, responder a los requisitos legales y ser transparente. (Tello Castrillón, 2016). Esta norma presenta siete categorías I) derechos humanos; II) prácticas operativas justas; III) prácticas laborales; IV) protección al medio ambiente V) gobernanza organizativa; VI) temas relacionados con los consumidores y VII) desarrollo e involucramiento de las comunidades. En cada una de estas categorías se desarrollan una serie de indicadores para evaluar su cumplimiento. (Tello Castrillón, 2016). En este apartado se realizará una relación entre la categoría de prácticas laborales y la organización seleccionada Juventud 2000.

3. Organización cultural juventud 2000: una organización de fomento a la danza

La asociación artística y cultural juventud 2000 nace el 23 de julio del año 2000 en el barrio Charco Azul en Santiago de Cali. Dirigida por el gestor cultural Edward Mina, quien a sus diecisiete (17) años inició su trabajo social enfocado en el folclor colombiano. El mencionado director a partir de la enseñanza de danza folclórica, danza contemporánea, bailes modernos y semilleros de danza, ha

creado un espacio de sano esparcimiento para la comunidad. Actualmente cuentan con más de 50 colaboradores entre niños, niñas, adolescente y adultos que han logrado, a través del arte, transformar sus realidades sociales.

La misión de esta organización es formar seres humanos íntegros, capaces de desarrollar sus propios proyectos de vida para el trabajo y el fortalecimiento cultural en la sociedad. Juventud 2000 ha logrado participar en diferentes convocatorias de circulación haciendo parte de festivales en países como Ecuador, Perú, Venezuela y Chile, dejando en alto las manifestaciones culturales de la región y del país.

Juventud 2000 se caracteriza por ser una organización sin ánimo de lucro, que trabaja enfocada en temas culturales y su principal objetivo es transformar la realidad social de sus colaboradores. Lo anterior permite que sea una organización socialmente responsable. Aun así, presenta desconocimiento en temas normativos y no cuenta con el presupuesto necesario para desarrollar programas de RSO. Su trabajo logra opacar estas falencias y evidenciar la ardua labor de esta organización.

3.1. Relación entre la categoría de prácticas laborales y la organización cultural juventud 2000

Teniendo en cuenta las categorías mencionadas anteriormente, se realizaron varias encuestas a diferentes organizaciones culturales. Para el desarrollo del presente documento se tendrá se expondrán los resultados de la encuesta realizada al director de la organización Juventud 2000. En el presente trabajo se exponen los resultados de la encuesta realizada durante la investigación, con un especial énfasis en la categoría III) prácticas laborales, y sus diferentes indicadores. Como se puede evidenciar en la Tabla 1, el primer indicador es el desarrollo del capital humano. En este ítem la organización objeto del estudio presenta una permanente formación en temas artísticos y dancísticos para sus colaboradores. Tiene alianzas con organizaciones líderes del sector, que brindan formación en temas de interés para el desarrollo de los diferentes programas. Un ejemplo es la *Fundación Circo Para Todos*. Esta organización orienta diferentes talleres de acrobacias y de prácticas seguras en alturas.

En el indicador denominado condiciones laborales, protección social y relaciones laborales en salud y seguridad en el trabajo, Juventud 2000 no tiene presupuesto para cumplir con las condiciones de salud exigidas por la ley en temas de contratación. Además, evidencia un desconocimiento en temas relacionados con las normativas que orientan la seguridad y salud en trabajo. Su director realiza cada una de las actividades para la entidad de manera voluntaria y solventa sus obligaciones de seguridad social, mediante el desarrollo de actividades en otras organizaciones. Por esta razón, no cuenta con las condiciones necesarias para tener un mayor impacto en la comunidad. Como ejemplo de lo anterior, se puede evidenciar que los programas que se desarrollan dentro de Juventud 2000 se realizan en horarios poco habituales, normalmente en la noche y jornadas dominicales. Gracias al compromiso de su director, se ha generado una donación de servicios profesionales por parte de diferentes colaboradores. Estos tienen un alto sentido de pertenencia con la organización y un gran compromiso social para continuar con la formación de nuevos talentos.

El último indicador es el de equilibrio entre el empresario, gobierno, sindicato de trabajadores a través del dialogo social. Juventud 2000 no presenta relaciones directas con el gobierno. La organización participa en las convocatorias públicas para tener presencia en los eventos culturales de la ciudad, estos eventos no son permanentes. Adicionalmente, el gobierno municipal no cuenta con políticas acordes a las necesidades de las organizaciones culturales, los presupuestos estatales son mínimos en temas culturales y no existe un respaldo normativo en pro de los artistas y gestores culturales.

Las empresas³ mantienen una relación de subcontratación de procesos con la organización. Este tipo de relación, aunque no es permanente, permite la obtención de recursos para comprar materiales y brindar estímulos económicos a sus colaboradores. Juventud 2000 no cuenta con una empresa comprometida con la función social que realizan.

Tabla 1. Relación entre la categoría de prácticas laborales y la organización cultural Juventud 2000

CATEGORÍA	INDICADORES	CUMPLE	NO CUMPLE
PRÁCTICAS LABORALES	Desarrollo del capital humano	X	
	condiciones laborales y protección social		X
	trabajo y relaciones laborales salud y seguridad en el trabajo		X
	Equilibrio entre el empresario, gobierno, sindicato trabajadores a través del dialogo social.		X

Fuente: Elaboración Propia.

3.2. Discusión

Contrario a las políticas y los principios modulares de la norma ISO 26000, Juventud 2000 presenta falencias en diferentes aspectos antes mencionados. Por tal motivo, se requieren políticas basadas en sus lineamientos, en temas de contratación laboral, desarrollo del capital humano a través de la formación, políticas que promuevan la seguridad en el trabajo y en especial una política estatal que esté en pro del equilibrio entre los actores involucrados en la industria cultural. Con esto se debe buscar promover la economía de las industrias culturales y la mejora de la calidad de vida de todos sus actores. Es importante el acompañamiento estatal y empresarial para dicho propósito. Dinamizar la industria cultural aportaría a la reducción de los índices de violencia, a mejorar condiciones sociales y a generar mayores oportunidades para el sano aprovechamiento del tiempo libre de niños y jóvenes.

³ Entiéndase empresas como organizaciones con fines lucrativos. Para ahondar más en el tema se recomienda revisar el texto de Londoño Cardozo & Hernández Madroñero (2017)

CONCLUSIONES

La responsabilidad social en las organizaciones culturales requiere de mayor intervención por parte del estado para mejorar las condiciones laborales de los artistas, creadores y gestores culturales. A través de la creación de políticas que reglamenten las necesidades de los actores que hacen parte de la cadena de valor de las industrias culturales. Fortalecer los programas de consumo cultural, crear una política de seguridad social para los artistas y reglamentar la contratación laboral de los mismos. Con esto se podría lograr un mayor impacto en temas sociales, además mejorar el posicionamiento del sector en la economía cultural bajo condiciones justas que permitan desarrollar iniciativas enfocadas en temas cruciales para la reconstrucción del tejido social, la sostenibilidad ambiental y los DDHH. Garantizando la sostenibilidad de sus acciones y el aumento en la cobertura de sus beneficiarios.

La falta de compromiso por parte de los entes estatales, es una de las principales limitaciones y problemas de la RSO en el sector cultural. El desconocimiento de aspectos normativos por parte del Estado y la necesidad de buscar subcontrataciones para financiar los procesos internos de las organizaciones culturales, limitan las funciones socialmente responsables. Esta falencia de control y compromiso estatal hacia las industrias culturales. Tiene mayor impacto en organizaciones con características similares a Juventud 2000.

Las anteriores limitaciones afectan el espíritu del artista de crear, promover, fomentar el arte, formar públicos y transmitir las necesidades de la sociedad, dificultan que su esencia de responsabilidad no sea transfigurada por el mercado y la economía. Las organizaciones de los diferentes sectores de las industrias culturales se identifican dentro de la RSO porque generan impactos a nivel social, económico y ambiental a través de sus diferentes programas y de sus lineamientos internos. La RSO es transversal con todos los tipos de organizacionales desde el Estado, pasando por las organizaciones culturales hasta las organizaciones que apoyan de diferentes formas a las industrias culturales.

BIBLIOGRAFÍA

Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas* (Gedisa). Barcelona, España: Septiembre 2003. Retrieved from <http://bejomi1.wordpress.com/2013/11/08/antropologia-la-interpretacion-de-las-culturas-clifford-geertz/>

ISO. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Recuperado en abril de 2016 a partir de http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf

Londoño Cardozo, J., Hernández Madroñero, I. (2017). El problema de los conceptos científicos en la clasificación de las organizaciones. En C. Tello Castrillón & E.F. Pineda Henao, *CONJETURAS ORGANIZACIONALES. Fundamentos para el estudio de la organización*. (Primera, pp. 82-107) Colombia: editorial Universidad Nacional de Colombia.

- Ministerio de Cultura de Colombia. (2003). Equipo Central de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello. Bogotá: Convenio Andrés Bello,. Impacto económico de las industrias culturales en Colombia. Bogota: Convenio Andrés Bello. Unidad Editorial,
- Ministerio de Cultura. (2010). Compendio Legislación Cultural En Colombia. Bogotá D.C.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2015). INFORME DE GESTIÓN 2010-2014. Bogotá.
- Rausell-Köster. (2013).COMPRENDER LA ECONOMÍA DE LA CULTURA COMO VÍA PARA SALIR DE LA CRISIS.
- Rey, G. (2009). Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo.
- Tello Castrillón, Carlos., María del Pilar Rodríguez Córdoba. (2014). Categorías conceptuales para el Estudio de la Responsabilidad Social Organizacional. Hallazgos 11, 22 pp. 119-135
- Tello Castrillón, Carlos. (2016). FUNDAMENTOS ETICO DISCIPLINARES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL. Revista venezolana de Gerencia 11 pp. 491-508
- Tello Castrillón, Carlos. (2016). ISO - 26000 Responsabilidad Social. Presentado en la cátedra de Responsabilidad Social, Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira
- UNESCO (s.f.) Líneas Generales. Recuperado Agosto 2017, a partir de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

La gestión en las organizaciones desde una perspectiva de las relaciones humanas e interpersonales

Romario Barrios Hernández¹
Laura Camila Rivera Villegas²

RESUMEN

Con el transcurso del tiempo, las dinámicas del mercado se han ido modificando y han generado grandes cambios en las organizaciones, las cuales han redireccionado sus políticas empresariales y gran parte de sus procesos, buscando adaptarse a las exigencias del mercado y del entorno; la reingeniería de los procesos y la tecnificación de la producción han sido dos de los factores más importantes y notorios en los procesos de cambio y adaptación de las organizaciones, pero otros factores como la humanización de las empresas también han jugado un papel importante en estos procesos de cambio.

Los estilos de liderazgo también están inmersos en esta serie de cambios que han implementado las organizaciones, las empresas han priorizado en la búsqueda de líderes con grandes capacidades de influencia en los demás empleados en aras de lograr la consecución de los objetivos organizacionales. El factor humano es el eje de las nuevas tendencias de cambio en las organizaciones, las empresas se han dado cuenta de la importancia del capital humano en sus procesos y se han preocupado por la capacitación de su personal y su formación continua en aras de alcanzar el máximo nivel de cualificación, a su vez, mejorar su productividad y por ende hacer de la empresa más competitiva.

El presente artículo hace énfasis en la gestión empresarial desde una perspectiva arraigada a las relaciones humanas e interpersonales, con base en la metodología cualitativa. Se busca crear una interrelación conceptual y hacer énfasis en la teoría de las relaciones como la base de las nuevas tendencias de gerencia y de gestión y a su vez, su incidencia en los procesos de las empresas y en el desarrollo de un clima laboral propicio para el desarrollo de la actividad económica en las organizaciones.

Palabras clave: Gestión, liderazgo, organizaciones, relaciones humanas, metas.

¹ Estudiante adscrito a los programas de Administración de Empresas y Derecho de la Universidad del Atlántico, de Barranquilla; estudiante representante del Semillero de Investigación SISPROE. Correo: rebarrios@mail.uniatlantico.edu.co

² Estudiante adscrita a los programas de Filosofía y Derecho de la Universidad del Atlántico. Correo: lcamiliarivera@est.uniatlantico.edu.co

ABSTRACT

With the course of the time, the dynamics of the market have been modifying and generated big changes in the organizations, which there are redirected his managerial policies and great part of his processes, seeking to adapt to the needs demanded by the market and the environment; the reengineering of the processes and the modernization of the production have been two of the most important and well-known factors in the processes of change and adjustment of the organizations, but other factors like the humanization of the companies also have played an important paper in these processes of change. The companies have separated of the mechanistic model proposed by the classic theory of the Administration, which was carrying out the man and was shaping his behavior as a subject that alone was answering rationally before economic stimuli, or simply a homo economicus, funcionalists they have come the schemes rejecting, the organization structures have been rethought and it has broken with the models of rigid and autocratic management. The leadership styles also are immersed in this series of changes that the organizations have implemented; the companies have determined priorities in the leaders' search with big capacities of influence in other employees in altars to achieve the organization goals. The human factor is the axis of the new trends of change in the organizations, the companies have realized the importance of the human capital in his processes and have worried for the training of his personnel and his permanent training in altars about reaching the maximum level of qualification, in turn to improve his productivity and finally to do of the most competitive company.

On the other hand, but without coming undone of the human factor there are the interpersonal relations, which are essential in any organization since on them there depends the correct functioning of the subsystems that shape the organization structure and the synergy of the same ones, the companies have understood the importance of the interpersonal relations to take a correct functioning in his processes (managerial, administrative, operative) and have restructured somehow the way of developing the work. Strategies have developed in the organizations that try to do of the work a systemic activity, that is to say, joint, that works with synergy by means of the interaction of all the elements that shape the organization in order the attainment of the aims of the same one, these strategies meet materialized across the implementation of works teams, which they try to create synergy and to harmonize the processes in the organizations.

This article aims to emphasize in the business management from a perspective established to the human and interpersonal relations, one seeks to create a conceptual interrelationship and to determine priorities in the human relations as the base of the new trends of management, in turn to emphasize the incident of the human and interpersonal relations in the processes of the companies and in the creation of a labor propitious climate for the development of the economic activity in the organizations.

Keywords: Management, leadership, organizations, human relations, goals.

INTRODUCCIÓN

Darwin (1859) afirmó que: “En la lucha por la supervivencia el más fuerte gana a expensas de sus rivales, debido que logra adaptarse mejor a su entorno”. Lo anteriormente mencionado hoy en día tiene una fuerte cabida en el contexto organizacional, y es en lo que la gestión empresarial ha

priorizado; en el cambio y a su vez en el desarrollo de estrategias que permitan la adaptación de las organizaciones a un nuevo entorno y a un mercado cuya variación es constante y que cada día es más globalizado.

En esa adaptación al cambio, las empresas han cambiado su perspectiva, en las nuevas tendencias de la gestión empresarial, se ha retomado el enfoque humanista de la administración y se ha creado un enfoque direccionado al trabajador, a quienes trabajan o tienen participación alguna en las organizaciones.

Las tareas dejaron de ser el eje de la administración, las estructuras organizacionales, aunque aún son de vital importancia, dejaron de ser el foco de las organizaciones. El factor humano se convirtió en el núcleo de las organizaciones, los dueños de los capitales se dieron cuenta que el aumento de la productividad es intrínseco al factor humano y que la competitividad de igual forma es dependiente del mismo factor.

En el presente artículo se hará énfasis en la gestión empresarial, partiendo desde el enfoque humanista de la administración y desde una perspectiva ligada a las relaciones humanas e interpersonales. Se pretende crear una interrelación conceptual, contextualizada a las dinámicas del mercado y a los procesos de cambio en las organizaciones.

El enfoque humanista de la administración

Después de romper con los esquemas basados en las tareas propuestos por la administración científica y dejar de enfatizar en los modelos estructurales propios de la teoría clásica, nace una nueva forma de hacer administración, una de ellas es alejada del interés en las máquinas y los métodos de trabajo, que prioriza y se preocupa por las personas y los grupos sociales que dan vida a las organizaciones, nace el enfoque humano de la administración.

Este enfoque de la administración nace a mediados de 1930, producto del surgimiento de las teorías de las relaciones humanas, la cual se desarrollan en el seno de las Ciencias Sociales y ³ especialmente en la Psicología y en términos particulares de la psicología del trabajo, disciplinas que tuvieron una amplia influencia en el campo organizacional debido a la necesidad latente de modificar los esquemas clásicos de la administración. (Chiavenato, 2004, p. 84)

Con la aparición del enfoque humano, la psicología empieza a jugar un papel importante en las organizaciones, se introduce la corriente psicológica en la administración, y con ella aparece la teoría de la ley de la situación que influye relevantemente en la toma de decisiones por medio de la contextualización de los problemas y las situaciones que permitan determinar lo positivo y negativo de la organización y así, ejecutar la toma de decisiones. (Follet, 1941)

La teoría de las relaciones humanas dejó en evidencia la opresión del hombre producto del inmenso desarrollo de la civilización industrializada, los métodos de trabajo buscaban solo la eficiencia y dejaban a un lado la cooperación. Primaba la individualización de las habilidades y el aislamiento

³ La teoría de las relaciones humanas, también se conoce como escuela humanística de la administración, fue desarrollada por George Elton Mayo (1880-1949).

de los trabajadores, con el surgimiento de la teoría de las relaciones humanas podemos ver la importancia del trabajo como actividad grupal y las relaciones interpersonales como eje del mismo. (Mayo, 1933)

Gestión empresarial basada en factores humanos

Las nuevas tendencias hacen que la tarea básica de la administración sea formar una élite con capacidades de comprensión y comunicación, con dirigentes que posean habilidades democráticas, de persuasión y con capacidades de interacción con todo el personal. En vez de seguir con el modelo que impone a los empleados el entendimiento de la lógica de la administración de la organización, es la nueva élite de administradores la que debe entender la lógica de los trabajadores, sus problemas y en general, su condición de humanos. (Mayo, 1945)

Los esquemas gerenciales rígidos y autocráticos se han roto, el autoritarismo y el despotismo han sido desechados, las organizaciones se dieron cuenta de la importancia del factor humano y a su vez de la necesidad de un sujeto conductor, pero no un sujeto conductor exegético, con habilidades en el desarrollo del trabajo, sin empatía y con poca adhesión, sino de una persona con capacidad de influencia, capaz de alinear a los empleados en pro de la consecución de los objetivos organizacionales, que sea seguido por sus trabajadores y sobresalga por su carisma, eso es lo que hace a una persona líder en una organización. (Maristany, 1994)

Las relaciones interpersonales juegan un papel fundamental en la gestión empresarial, el concepto de trabajo es repensado y se rompe con los esquemas mecanicistas del trabajo, la interacción entre los trabajadores en el espacio de trabajo se convierte en una variable esencial, en el intento de conformar un clima laboral propicio en aras de aumentar la productividad y hacer a las organizaciones más competitivas.

Las relaciones interpersonales influyen en el replanteamiento de la forma en que se debe desarrollar el trabajo en las organizaciones, constituyen la base del trabajo en equipo, concepto que surge de la teoría cooperativista, la cual plantea que debido a las limitaciones individuales que posee cada trabajador, es necesario superarlas por medio del trabajo conjunto. Podemos evidenciar una clara interrelación conceptual entre la cooperación, el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales, puesto que la necesidad de cooperar entre sí, lleva a las personas a crear grupos sociales y organizaciones. (Barnard, 1938) Relaciones Interpersonales en las organizaciones

Con la teoría de las relaciones humanas se generan nuevas concepciones, una de ellas es la organización como sistema social, es decir, aparte de su función principal que es la de producir bienes y/o servicios, la cual es su función económica, las organizaciones también adquieren una función social, que es la de producir satisfacción en sus trabajadores (Roethlisberger & Dickson, 1971).

Las relaciones personales de diversas índoles, son establecidas por las personas a lo largo de sus vidas, por medio de estas, intercambian y adquieren nuevas experiencias y conocimientos, a su vez adquieren nuevas perspectivas de la vida; además de compartir sentimientos y emociones. (Pozo, Alonso, Hernández & Martos, 2005)

La comunicación es un factor determinante en el proceso de relaciones interpersonales, es deber de las entidades crear canales de comunicación acordes a las exigencias del medio organizacional; tener un vasto aparato de herramientas tecnológicas de información y estar a la vanguardia de la comunicación digital no significa y no garantiza que los canales de comunicación sean eficientes y eficaces. El desarrollo de la coordinación, análisis, integración, procedimientos, acciones y planificación son los verdaderos factores esenciales que permitirán que los procesos de comunicación consoliden las relaciones interpersonales y así se pueda lograr los objetivos de la organización. (Manrique, 2015)

La confianza interpersonal es otro de los aspectos esenciales de las relaciones interpersonales en el trabajo, la confianza entre los individuos de la organización, se convierte en la base de la interacción social e impacta positivamente en el desarrollo propicio del trabajo, teniendo en cuenta las condiciones positivas del clima laboral y la sinergia que se genera con el trabajo en equipo. (Tan & Lim, 2009).

Habiendo definido la confianza interpersonal como la base de los equipos de trabajo, es oportuno establecer brevemente diferencias conceptuales entre “equipos y grupos de trabajo”, las diferencias radican en el desarrollo de la labor; mientras que en los grupos el trabajo es individual, sistemático y hay poca interacción entre los miembros, los individuos sólo buscan lograr fines personales; en los equipos, es humanizado, se labora mancomunada y sistémicamente, generando sinergia entre las tareas desarrolladas por cada miembro que lo conforma. (Gómez y Acosta, 2003)

Actualmente, las organizaciones con mayor rendimiento son las que han logrado desarrollar un clima laboral propicio, el cual permite una correcta ejecución de las tareas por parte de los colaboradores. Los recursos y las herramientas hoy en día no son los únicos recursos indispensables para lograr el éxito, el clima organizacional es un factor en el desempeño de las actividades de la organización y de los equipos de trabajo que la conforman. (Delgado Torres, Nora.; Delgado Torres, Dolores, 2003)

La construcción de las relaciones interpersonales en las organizaciones en un desafío de alta complejidad, actualmente los intereses individuales y la desconfianza social, han fragmentado las relaciones interpersonales en las organizaciones, creando muchas veces ambientes rígidos y de tensión con climas laborales perjudiciales para un adecuado desarrollo de los procesos en las organizaciones, afectando el rendimiento de los empleados y la productividad de la empresa. Es un nuevo reto para los gestores empresariales y gerentes del nuevo siglo, desarrollar estrategias que permitan fortalecer la confianza y la cooperación entre sus empleados en aras de crear un ambiente laboral propicio para la realización de la actividad económica y por ende el aumento de la productividad por medio del trabajo en equipo (Yañes, Arenas y Ripoll, 2010).

Liderazgo y satisfacción laboral

Años atrás, los líderes eran considerados personas superiores en las organizaciones, sus altas capacidades hacían que se distinguieran del resto de las personas que conformaban sus grupos de trabajo. Al ejecutar sus actividades y socializar su trabajo con la comunidad el individuo era considerado líder. Se pensaba que los líderes nacían con habilidades y talentos naturales, algo así como una especie de superpoderes o dones. (Largacha & Sierra-Miguéz, 2012)

Las organizaciones han trabajado en la implementación de nuevos estilos de liderazgo que rompan con los esquemas básicos y que con base en la relación líder – trabajador impacten en la productividad de las mismas. Hoy en día, dos estilos de liderazgo han predominado en las organizaciones los cuales son, el liderazgo transformacional y el transaccional.

El liderazgo transformacional pretende crear una relación mutua y horizontal entre el líder y sus seguidores, con el fin de elevar la moral interna del trabajador en aras de la consecución de las metas de la organización a partir de la mejora del trabajo. Los líderes transformacionales se caracterizan por tener una visión holística de la organización y de establecer objetivos a largo plazo, desarrollan una visión a futuro de la organización. (Bass BM, Avolio, Jung, Berson; 2003)

Por otra parte, el liderazgo transaccional está orientado a la consecución de las metas a través de la guía, la motivación y la definición de roles, teniendo como base el sistema de recompensas contingentes a los resultados de los trabajadores, es decir, que el líder otorga recompensas a quienes mejor desempeño tengan en el desarrollo de su trabajo o cuando se logren metas y objetivos de la empresa en periodos de tiempo determinados (Pedraja-Rejas, Liliana; Rodríguez-Ponce, Emilio; Rodríguez-Ponce, Juan; 2008).

La importancia del liderazgo radica en producir deliberadamente en su ejercicio, un alto nivel de influencia en un grupo en particular con el fin de lograr la consecución de un conjunto de metas preestablecidas que impactarán positivamente en la organización y serán esenciales para indicar la satisfacción de las necesidades de los individuos que conforman el grupo (Sánchez et al., 1999).

El liderazgo es un factor intrínseco a la satisfacción laboral, los líderes de las organizaciones que influyen positivamente en sus colaboradores producen mejoras en la satisfacción laboral de los mismos, ejerciendo el liderazgo transformacional (Villalba Moreno, 2001).

Tres factores son los componentes del proceso comportamental de liderazgo transformacional, esos factores son: a) carisma, b) estimulación intelectual y b) consideración individualizada de las necesidades de los seguidores.

Si bien, aunque los tres factores son los que integran a un líder transformacional, podemos decir que el factor de estimulación intelectual es el que más guarda una estrecha correlación con la satisfacción laboral, esto obedece a que los empleados han entendido la importancia del capital intelectual en las organizaciones, la influencia de este factor en la productividad de la organización y por ende, cuando un líder transformacional prioriza en este factor, se verá un aumento notable de la satisfacción por parte de los empleados de la organización, cabe resaltar la influencia positiva de los otros factores (como se cita en Emery & Barker, 2007).

La ejecución de acciones correctivas a la gestión empresarial del último periodo, que priorizan unilateralmente a eficacia y flexibilidad, y a querer responder a la nueva demanda del mercado laboral, son los dos factores que alimentan el interés actual de los líderes por la gestión de la satisfacción laboral en las organizaciones, con el fin de concebir una nueva lógica en el trabajo. (Martínez Caraballo, 2007)

CONCLUSIONES

La dinámica del mercado ha incidido en el desarrollo de nuevas acciones estratégicas por parte de las organizaciones, con el fin de adaptarse a las nuevas tendencias administrativas, con ello se replanteó el enfoque de la gestión empresarial. Las líneas rígidas y funcionalistas de la administración perdieron vigencia, pues generaban fuertes contrastes con las exigencias del mercado a las organizaciones.

El enfoque humanista se ha convertido en el eje de las organizaciones, las cuales han priorizado en las relaciones humanas e interpersonales y han hecho de estos dos aspectos componentes esenciales para la conformación de un clima laboral propicio y de una mejora en la productividad, de igual forma, se replantea la manera como se ejecuta el trabajo y tomando como base la interacción personal y la descentralización de los procesos se recurre a la implementación de los equipos de trabajo.

El liderazgo también como actor humano, es de gran relevancia en la gestión empresarial humana, la capacidad de influencia positiva de una persona en los demás miembros de la organización, es considerada fundamental en las aspiraciones de las organizaciones de lograr sus objetivos. Finalmente, es clara la incidencia de las relaciones humanas y del liderazgo en la generación de satisfacción laboral a los empleados y en la mejora de los procesos, el desarrollo del trabajo y la productividad de las organizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

BASS BM, AVOLIO BJ, JUNG DI, BERSON, Y. (2003). Predicting unit performance by assessing transformational and transactional leadership. *Journal of Applied Psychology* 88: 207-218. Recuperado el 07 de mayo de 2017 de <http://drhatfield.com/Download/Leadership/apl882207.pdf>

BARNARD, C. I. (1938). *The Functions of the Executive*. Harvard University Press.

CHIAVENATO, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la (7ma edición)*. McGraw-Hill Interamericana.

DARWIN, C. (1859). "El Origen de las especies por medio de la selección natural, o la preservación de las razas preferidas en la lucha por la vida".

DELGADO TORRES, NORA A.; DELGADO TORRES, DOLORES. (2003). El líder y el liderazgo: reflexiones. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, vol. 26, núm. 2, julio-diciembre, 2003, pp. 75-88. Recuperado el 03 de mayo de <http://www.redalyc.org/pdf/1790/179018081005.pdf>

DICKSON & ROETHLISBERGER. (1971). *Management and the Worker: An Account of a Research Program Conducted by the Western Electric Company, Hawthorne Works, Chicago*

FOLLET, M. P. (1941). *Dynamic Organization*. New York: Harper & Brothers.

GÓMEZ MUJICA, ALEIDA, & ACOSTA RODRÍGUEZ, H. (2003). Acerca del trabajo en grupos o equipos. ACIMED, 11(6) Recuperado en 01 de mayo de 2017, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352003000600011&lng=es&tlng=es.

LARGACHA MARTÍNEZ, C & SIERRA-MIGUÉZ, M. (2012) ¿necesita poder el líder. REAL (Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo). Recuperado el 07 de mayo de 2017 de https://www.regent.edu/acad/global/publications/real/vol1/num1/REAL_Vol1Num1.pdf

MARISTANY, J. (1994). Liderazgo. Layetana Ediciones.

MAYO, E. (1933). The Human Problem of an Industrial Civilization . Harvard University Press, Cambridge.

MAYO, E. (1945). The Social Problems of an Industrial Civilization. Harvard University Press, Cambridge.

MARTÍNEZ CARABALLO, N. (2007). Recursos humanos y management empresarial. El caso de Satisfacción laboral. Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales, (1er semestre) (52). Recuperado el 03 de mayo de 2017 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/dcart?info=link&codigo=2692060&orden=163608>

MANRIQUE MALDONADO, K. (2015). "La gestión de comunicación organizacional desde la visión del progreso de la ciencia y la tecnología", Revista Digital Universitaria, 1 de junio de 2015, Vol. 16, Núm. 6. Disponible en Internet: Recuperado el 05 de Mayo en <http://www.revista.unam.mx/vol.16/num6/art48/index.html> ISSN: 1607-6079.

PEDRAJA-REJAS, LILIANA; RODRÍGUEZ-PONCE, EMILIO; RODRÍGUEZ-PONCE, JUAN; (2008). Importancia de los estilos de liderazgo sobre la eficacia: un estudio comparativo entre grandes y pequeñas y medianas empresas privadas. Revista de Ciencias Sociales (Ve), Enero-Abril, 20-29. Recuperado el 06 de mayo de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011673003>

POZO, C., ALONSO, E., HERNÁNDEZ, S. & MARTOS, M. (2005). El valor de las relaciones Interpersonales en el lugar de trabajo. Revista Ansiedad y Estrés, 11, (2-3), 247-264. Recuperado el 02 de mayo de 2014, de la base de datos Redalyc.

SÁNCHEZ ALFONSO, ILEANA REGLA, ALVERO PÉREZ, YOANDRA, & TILLÁN GÓMEZ, SAHILYN. (1999). Liderazgo: un concepto que perdura. ACIMED, 7(2), 132-135. Recuperado el 02 de mayo de 2017, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94351999000200008&lng=es&tlng=es.

TAN, H. & LIM. (2009). Trust in Coworkers and Trust in Organizations. The Journal of Psychology, 45-66. Recuperado el 02 de mayo de 2017 de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3200/JRLP.143.1.45-66>

VILLALBA MORENO, O. (2001). Incremento de la satisfacción y del compromiso organizacional de los empleados a través del liderazgo efectivo. *Revista Latinoamericana de Administración*, 26, 5-17. Recuperado el 03 de mayo de 2017 de <http://www.redalyc.org/pdf/716/71602602.pdf>

YAÑEZ GALLARDO, R; ARENAS CARMONA, M; RIPOLL NOVALES, M. (2010). El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral general. *Liberabit. Revista de Psicología*, 16() 193-201. Recuperado en 07 de mayo de 2017 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=6861716100>

Responsabilidad social e impacto de los autoservicios de la ciudad de Palmira Valle del Cauca en el posconflicto¹

Oscar Eduardo Sánchez²

Marino Rengifo García³

Aldivey García⁴

Jenny Román Arias⁵

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Responsabilidad Social e Impacto de los Autoservicios de la Ciudad de Palmira- Valle del Cauca en el posconflicto” se desarrolla durante el año 2017 en la ciudad de Palmira en el marco del semillero de investigación estudios sobre organizaciones en la Línea de Emprendimiento, del programa de administración de empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira ; el presente trabajo investigativo contempla dentro de sus objetivos identificar las organizaciones empresariales en la ciudad, conocer el impacto en la sociedad y su forma de afrontar la coyuntura histórica que atraviesa el país.

Palabras claves: Organizaciones empresariales, Autoservicios, impacto, posconflicto, Palmira.

ABSTRACT

The present research work titled "Social Responsibility and Impact of the Self-services of the City of Palmira-Valle del Cauca in the Post-Conflict" is developed during the year 2017 in the city of Palmira

¹ La presente ponencia hace parte de la investigación Educación para el emprendimiento, adscrita al grupo de Pedagogía y Desarrollo Humano y el semillero de investigación estudios sobre organizaciones en la Línea de Emprendimiento del programa Administración de Empresas de la Universidad Pontificia bolivariana Seccional Palmira.

² Doctorando en Educación; Magíster en Economía; Especialista en Gerencia Financiera; Administrador de Empresas. (Grupo de Investigación en Pedagogía y Desarrollo Humano); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: oscareduardo.sanchez@upb.edu.co

³ Doctorando en Sociedad de la Información y el Conocimiento; Magíster en Intervención Social en las Sociedades del Conocimiento; Economista (Grupo de Investigación en Pedagogía y Desarrollo Humano); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: marino.rengifo@upb.edu.co

⁴ Estudiante del programa de administración de empresas, (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: aldivey.garcia@upb.edu.co

⁵ Estudiante del programa de administración de empresas, (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: jenny.roman@upb.edu.co

in the framework of the research laboratory studies on organizations in the Line of Entrepreneurship, of the business administration program of the Pontifical University Bolivarian Palmira Section; contemplates within its objectives to identify the business organizations in the city, to know the impact in the society and its way of facing the historical situation that crosses the country.

Key words: Business organizations, Self-services, impact, post-conflict, Palmira.

INTRODUCCIÓN

Colombia asume uno de los retos más importantes para su historia, el proceso de posconflicto. Después de 52 años de conflicto se llega a la terminación de la confrontación entre el Gobierno y las FARC-EP. El conflicto social y armado se originó principalmente por las desigualdades sociales y la expropiación de tierras a los campesinos; después de 6 años de negociación, en los acuerdos de paz, se han pactado varios puntos como: Reforma rural integral, participación política, cultivos y drogas ilícitas, implementación, verificación y refrendación, terminación del conflicto.

Después de la firma de los acuerdos de paz, el país se enfrenta a un proceso arduo, complejo y gradual: el posconflicto. En ese instante, todos los sectores juegan un papel importante para contribuir al avance del posconflicto y la dignificación de la vida humana. La organización de la sociedad y concientización de reconciliación y de paz debe implementarse mediante campañas pedagógicas de paz; de acuerdo con las teorías weberianas respecto a las desigualdades sociales la organización y acción social incluyendo tolerancia:

“El conflicto (...) no puede ser excluido de la vida cultural. Es posible alterar sus medios, su objeto, hasta su orientación fundamental y sus protagonistas, pero no eliminarlo” (Weber, 1982b, p. 247).

Entre los sectores sociales, el tercer sector es vital, las organizaciones empresariales especialmente deben asumir el papel de generar empleo y darle oportunidad de entrar en el mundo laboral a los reinsertados y a la población civil. Las organizaciones empresariales deben contemplar dentro de sus objetivos la simplificación del trabajo, la coordinación y la optimización de las funciones y recursos; en pocas palabras, mostrar que el trabajo sea sencillo y fácil para quienes hacen parte de la organización y los clientes. Para lograr lo anterior, la planificación de trabajo es fundamental.

El entorno de las organizaciones se ha convertido en uno de los factores más importantes de estas, pues afecta directamente su desarrollo. Por tanto, es preciso establecer y analizar los diferentes factores y fuerzas que surgen fuera de sus fronteras, a las que necesariamente se encuentran sujetas, pues afectan su comportamiento.

El entorno organizacional está relacionado con los hechos históricos que han culturizado a una compañía, nación o región, y que han conducido al seguimiento y la aplicación de las mismas herramientas administrativas sin lograr cambios en las organizaciones. (Universidad La Salle, 2010, p.3).

Parafraseando a Goldhaber, las organizaciones empresariales son sistemas abiertos cuyas partes están relacionadas entre sí y con su medio ambiente. La naturaleza de esta relación es de

interdependencia, debido a que todas las partes del sistema afectan y son afectado mutuamente (Goldhaber, 1989). Por tanto las organizaciones tiene un rol social para con su entorno, orientando las estrategias misionales, no solo a la satisfacción de sus clientes, sino también al bienestar y desarrollo de su comunidad. Partiendo de esta premisa, el entorno más cercano a las organizaciones y que está definiendo el futuro de todo un país es la transición de seres humanos que desean cambiar pero para lograrlo necesita del apoyo de la empresa privada, quien puede ofrecer oportunidades económicas como aliados, colaboradores y/o proveedores.

Como tercer sector enfocado al empresarial, en el siguiente trabajo de investigación se tendrán en cuenta los autoservicios de la ciudad de Palmira, iniciando con el número de autoservicios, prosiguiendo con el estado y el papel que juegan en la sociedad y su postura frente a la coyuntura del posconflicto.

Objetivo general

- Identificar y conocer la responsabilidad social y el impacto que generan los autoservicios de Palmira- Valle del Cauca en el marco del posconflicto.

Objetivos específicos

- Determinar el nivel de incidencia socioeconómica de los autoservicios de Palmira.
- Identificar las dinámicas ejercidas por los autoservicios en Palmira para ofrecer empleo.
- Conocer el plan empresarial y social de los autoservicios de Palmira de cara al posconflicto.

Justificación

En la siguiente investigación se conocerá la responsabilidad social y el impacto que los autoservicios de Palmira emprenden en la ciudad de cara al posconflicto que afrontará Colombia.

En la actualidad, Colombia atraviesa una coyuntura histórica: El proceso de Paz entre el Gobierno y las FARC-EP. Durante el proceso se han firmado puntos (reforma agraria integral, participación política, cultivos ilícitos, sometimiento a la justicia, implementación, verificación y refrendación) que juegan un papel indispensable para el desarrollo del país y para la terminación del conflicto con la insurgencia. Ante la posibilidad cercana de llegar a un posconflicto, el tercer sector emprende un camino de retos y relevancia en el desarrollo del país.

Todas las organizaciones desde su enfoque, están en la misión de construir por medio de su trabajo el bienestar de las comunidades; asimismo, el rol protagónico del tercer sector coadyuva a la reconstrucción del tejido social de la ciudad. Los diversos problemas sociales generados por el mismo dinamismo social generan la creación de organizaciones empresariales. Las organizaciones para generar impacto deben crear estrategias que contribuyan al tejido social y a su solidificación en el territorio.

El rol protagónico del tercer sector, en este caso de carácter empresarial, genera un atractivo a investigar y más cuando Colombia está a portas del posconflicto, como administradores de empresas en formación, se adquiere la responsabilidad de generar estrategias incluyentes de

reflexión profunda en la cadena productiva de las organizaciones, siendo conscientes que se requiere generar proyectos a largo plazo en miras a no solo ver como una asistencia humanitaria, sino como una ventaja competitiva debido al potencial crecimiento que puede generarse con la terminación del conflicto el reintegro a la sociedad de aproximadamente 15 mil personas, que pueden aportar al crecimiento económico con su trabajo desde sus diferentes campos de acción, teniendo como principal potencial el producto del sector agrario. Es indispensable conocer e identificar la praxis y estrategias de los autoservicios de Palmira que coadyuven a la paz y reconciliación después de una guerra de más de 50 años. Para lograr tal propósito se aplicarán instrumentos metodológicos como la entrevista semiestructurada y encuesta con pregunta cerrada, es decir, una investigación mixta.

Este trabajo además de aportar una visibilización de la responsabilidad social e impacto de los autoservicios en Palmira, permitirá plasmar –si es el caso- las falencias de los autoservicios que aún no asumen su papel protagónico ante el inminente posconflicto.

MARCO TEÓRICO

Inversión en Responsabilidad Social en el Posconflicto

La inversión en Responsabilidad Social durante un posconflicto no solo resulta conveniente para la población que se encuentra en medio del conflicto, sino que las organizaciones empresariales también pueden resultar beneficiadas.

Según Roberto Berlín, director del programa de responsabilidad social de Walmart, quien es un experto en programas de inversión social de compañías: “el éxito está en que los proyectos generen beneficios no solo para la organización sino también para la población” (El Espectador, 2016).

Se deben diseñar programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) teniendo en cuenta el alto potencial que se tiene en el primer sector, enfocándose en cultivos diferentes al café y las flores para así aprovechar las oportunidades de demanda del mercado internacional e incentivar las exportaciones, la producción industrial, el comercio y por ende la generación de empleo.

El sector terciario debe adaptar sus estrategias empresariales al tema de la RSE para poder generar oportunidad para quienes se reinserten a la vida civil y laboral, con programas que beneficien a la organización y a esta parte de la sociedad basados en la tolerancia y la inclusión social.

Lo anterior va a permitir que las organizaciones se relacionen eficientemente en la etapa del posconflicto, pero, para que el programa de RSE sea exitoso, este se debe incluir en la cadena de valor de la organización, saber en qué área de la empresa se va a implementar y hacerlo competitivamente.

Si las empresas alinean el programa de RSE con sus fortalezas y cuenta con las condiciones estructurales, económicas y de capital humano podrá, aprovechar las oportunidades que se generen en el mercado.

En la ciudad de Bogotá el 55% de los empresarios está de acuerdo con los arreglos generados con las FAR-EP en la Habana, de este grupo de empresarios el 34% consideran que generarían bienestar y desarrollo al país, pero solo el 53% estarían dispuestos a emplear a quienes dejen las armas y el 31% de los empresarios están dispuestos a emplearlos pero con la condición de que la empresa se fortalezca con mejores oportunidades comerciales, acceso a tecnología a menores costos o ayudas económicas por parte de terceros en los salarios de los desmovilizados, según una encuesta realizada por la Cámara de Comercio de Bogotá, la Fundación Ideas para la Paz y el Instituto Catalán Internacional para la Paz (Moreno, A. 2015 p.7).

Por lo anterior, se va a realizar este estudio para saber si los empresarios de la ciudad de Palmira están dispuestos a generar empleo para los desmovilizados del proceso de paz y bajo cuales condiciones están dispuesto a apoyar el posconflicto.

METODOLOGÍA

El tipo de estudio aplicado en el trabajo de investigación es mixto (cualitativo-cuantitativo), descriptivo, explicativo; para la recolección de información se aplicaron dos instrumentos metodológicos, por un lado, una encuesta estructurada, construida con preguntas abiertas y cerradas, y por otro, la entrevista semiestructurada, la cual cuenta con preguntas base que fueron formuladas a los encargados de los autoservicios de la ciudad de Palmira- Valle del Cauca.

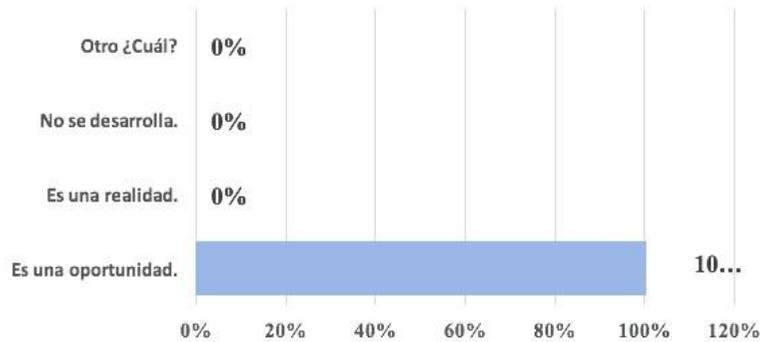
El estudio se realizó durante el segundo semestre del 2016, teniendo en cuenta las cinco cadenas de autoservicio más representativas de la ciudad, de las cuales se tomó una muestra de tres cadenas representando el 60% de los autoservicios, con lo que se logró identificar el compromiso social que tienen las organizaciones encuestadas, el compromiso con la construcción de paz generando empleo para desmovilizados y víctimas del conflicto. Asimismo, el impacto de su trabajo mediante estudios estadístico con personal idóneo; las empresas contribuyen al articular el trabajo social con fundaciones y con entes educativos, como el caso de Almacenes La 14 que tiene convenio con el SENA.

Durante el trabajo participaron los investigadores, las comunidades de estudio y profesores asesores de la Universidad Pontificia Bolivariana Sede Palmira, se terminó en el mes de noviembre de 2016.

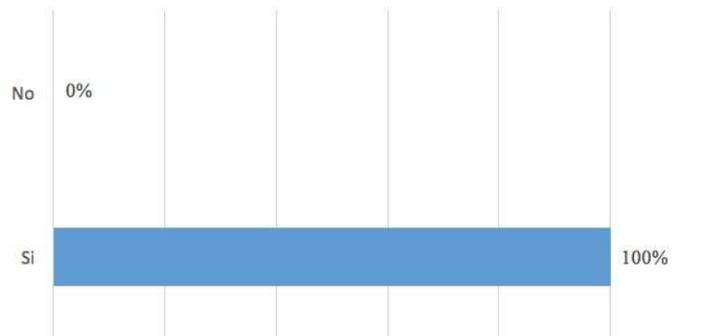
RESULTADOS

Encuesta sobre Responsabilidad Social e impacto de los autoservicios de Palmira - Valle del Cauca en el posconflicto

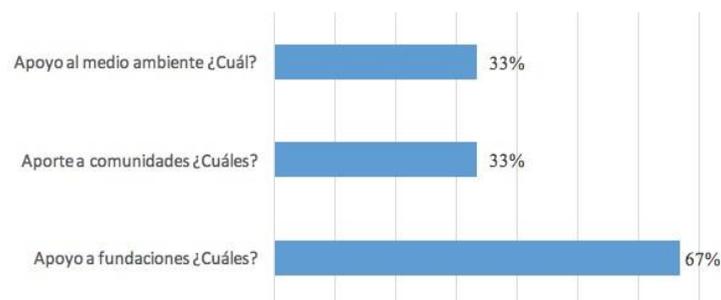
1. ¿Cuál es la percepción que tiene la empresa sobre el posconflicto en Colombia?



2. ¿La Empresa cuenta con un programa de Responsabilidad Social Empresarial?



3. ¿Qué actividades de Responsabilidad Social Empresarial realiza la Empresa?



Apoyo a fundaciones ¿Cuáles?

- **Supermercado 1:** La empresa tiene convenio con la Fundación Carlos Pórtela, coadyuvamos recogiendo tapas plásticas la cuales la fundación le hace entrega de las tapas a otra empresa y esta a su vez, financia el tratamiento de quimioterapia a niños con Cáncer. Por otra parte, las políticas de la empresa impulsan a brindar oportunidades de empleo y superación a personas con discapacidad auditiva.

- **Supermercado 2:** Nosotros contamos con una fundación llamada “fundación éxito”, la cual trabaja con los niños en la importancia de la conservación del medio ambiente, especialmente los recursos hídricos. La fundación desarrolla campañas pedagógicas en los menores por medio de charlas, vídeos y lecturas didácticas.

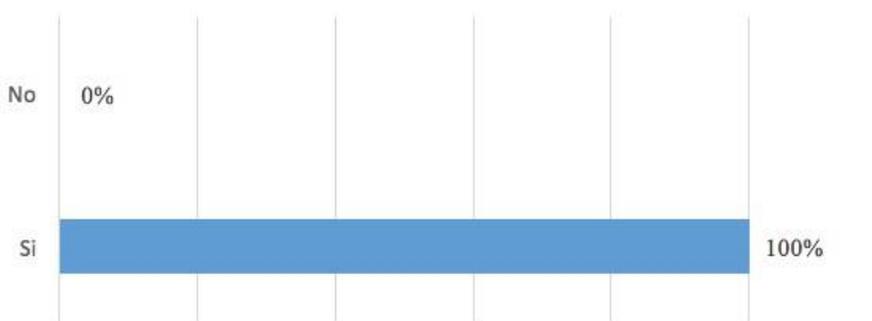
Aporte a comunidades ¿Cuáles?

- **Supermercado 3:** Tenemos convenio con el SENA, con el fin de que nuestros trabajadores se capaciten en el ámbito de ventas, recursos humanos, administración. En la medida de que se capaciten tendrán mayores probabilidades de ascender en el trabajo.

Apoyo al medio ambiente ¿Cuál?

- **Supermercado 2:** capacitan a los niños a cuidar el medio ambiente y ahorrar el agua.

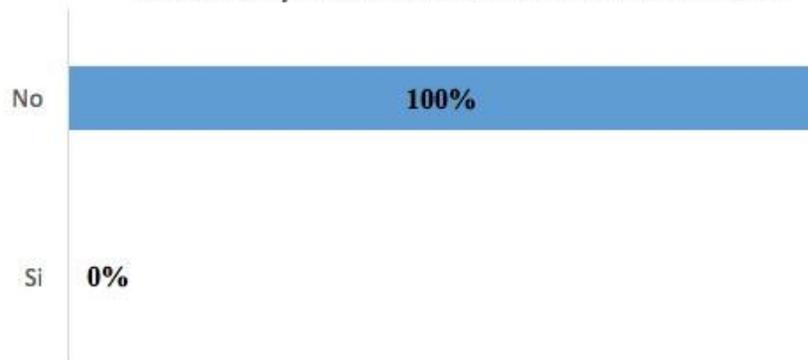
4. ¿La empresa mide el impacto de sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial?



En caso de responder sí ¿Qué metodología utiliza la empresa para medir el impacto en las comunidades?

- **Supermercado 1:** Con un estudio estadístico que la empresa aplique. Además, medimos el rendimiento laboral de las personas que hacen parte del convenio.
- **Supermercado 2:** Analizando los estudios estadísticos.
- **Supermercado 3:** El impacto radica en el compromiso y enriquecimiento intelectual de nuestros trabajadores.

5. ¿La Empresa tiene un programa de Responsabilidad Social Empresarial dirigido a las víctimas y actores del conflicto armado?



6. La empresa tiene contemplado dentro de sus políticas de RSE contratar personas desmovilizadas de los grupos armados o desplazados por el conflicto?



¿Por qué?

- **Supermercado 1:** Sí, para nosotros es indispensable contribuir a la paz del país, pero con los recientes resultados del plebiscito se quedó quieto.
- **Supermercado 2:** Dentro del programa de planificación y ejecución, se pensó en recibir personas desmovilizadas que tuvieran conocimiento en la parte ambiental, porque el Estado así lo requiere, pero no se está aplicando aún.
- **Supermercado 3:** además de ser un requerimiento nacional, para nosotros es importante contribuir al desarrollo de la paz a través del crecimiento como ser humano y el aprendizaje continuo.

Los de autoservicios de Palmira sometidos al presente proyecto de investigación dejan claro su compromiso por el trabajo con la comunidad, dos de las tres organizaciones tienen convenios con fundaciones, el otro convenio institucional con el SENA.

Es preciso señalar que las empresas encuestadas a excepción de Supertiendas Cañaveral, las demás organizaciones están vinculadas directamente con las organizaciones que trabajan.

Si bien cada empresa tiene un enfoque diferente respecto a la contratación de personal, son conscientes que al abrir puertas de empleo al tipo de población afectada por el conflicto, se contribuye a la construcción de paz y al tejido social. Sin embargo, carecen de una estrategia estructurada que permita la sostenibilidad y productiva bilateral, entendiéndose que debe haber diferentes planes de acción como en empleabilidad, alianza como proveedores y clientes, debido a que un mayor porcentaje de la población que se va a resocializar pertenece al sector rural y el futuro para ellos no únicamente está en el sector urbano y más aún cuando Palmira es considerado la capital agrícola de Colombia. Asimismo, los entes gubernamentales hacen esfuerzos y brindan a la empresa privada capacitación, esto no se puede ver como programa de responsabilidad social para atender el posconflicto.

BIBLIOGRAFÍA

Barbosa, C. (2016, 25 de mayo). Empresas a Invertir en Responsabilidad Social durante el Posconflicto. *El Espectador*. Recuperado de <http://colombia2020.elespectador.com/economia/empresas-invertir-en-responsabilidad-social-durante-el-posconflicto>

Moreno, A. (2015). *La Empresa como Piedra Angular del Posconflicto en Colombia*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá D.C., Colombia. Recuperado de <http://unimilitar-dspace.metabiblioteca.org/bitstream/10654/6381/1/MorenoGait%C3%A1nAndr%C3%A9sGustavo2015.pdf>

Rodríguez E; Pedraja, I (2008). *Análisis del Impacto del Proceso de Toma de Decisiones Estratégicas sobre la Eficacia de las Organizaciones Públicas*. Toma de Decisiones Estratégicas. (P.2). Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n35/19n35a04.pdf>

Universidad La Salle. (2010). *Gestión, entorno y competitividad de las organizaciones empresariales*. Medellín, Colombia. Recuperado de: <http://www.lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/74c0e8b0-9430-466a-be3d-281b4bd787a6/Gestio%CC%81n+Entorno+y+Competitividad+de+las+Organizaciones.pdf?MOD=AJPERES>

Weber, M. (1982b). "El sentido de la 'neutralidad valorativa' de las ciencias sociológicas y económicas", en *Ensayos sobre Metodología Sociológica*, Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Responsabilidad Social Organizacional en un escenario de Posacuerdo: una revisión

Ana Milena Martínez Santander ¹

Viviana Alejandra Ramos Enríquez ²

Carlos Tello Castrillón³

RESUMEN

La Responsabilidad Social Organizacional (RSO) es un tema de gran amplitud. Este ha ido cobrando importancia a lo largo del tiempo de acuerdo a las coyunturas o escenarios sociales, económicos, culturales y políticos al cual se enfrentan las organizaciones. Este trabajo pretende hacer una revisión sobre las diferentes concepciones de la misma y cómo se relaciona o cumple un papel fundamental en un escenario de posacuerdo, en el cual se encuentra actualmente Colombia. Además, se busca establecer como desde la RSO las organizaciones pueden contribuir en la construcción de escenarios favorables para el cumplimiento de los acuerdos establecidos entre el Gobierno Nacional y las FARC EP.

Palabras clave: Responsabilidad social organizacional, Posacuerdo, víctimas, reintegración, inclusión laboral.

ABSTRACT

Organizational Social Responsibility (RSO) is an issue of great breadth that has gained importance over time according to the social, economic, cultural and political conjunctures or scenarios that organizations face. Hence, this work intends to make a review on the different conceptions of the same, as it relates and plays a fundamental role in a post-conflict scenario in which Colombia is currently. In addition, it seeks to establish how from the RSO the organizations can contribute in the construction of favorable scenarios for the fulfillment of the agreements established between the national government and the FARC EP.

Keywords: Organizational Social Responsibility, Post-conflict, Victims, Reintegration, Labor Inclusion.

¹ Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira, Grupo de Estudios Neoinstitucionales GEN, Colombia, anmmartinezsa@unal.edu.co

² Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira, Grupo de Estudios Neoinstitucionales GEN, Colombia, varamose@unal.edu.co

³ Profesor de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira, Departamento de Ciencias Sociales, líder Grupo de estudios Neoinstitucionales GEN, Colombia, catelloca@unal.edu.co

INTRODUCCIÓN

Colombia ha enfrentado un conflicto armado de más de 50 años el cual ha afectado en gran medida a las distintas esferas del país. La esfera social es una de las más afligidas porque la guerra ha dejado como saldo infinidad de víctimas que han sufrido violaciones, muertes, secuestros y desplazamientos forzosos, cuyas secuelas son difíciles de sanar. Por otro lado, respecto a la esfera económica, Colombia es uno de los países latinoamericanos que a pesar de haber enfrentado esta situación, su economía no se ha visto fuertemente afectada a diferencia de otros países. Sin embargo, no se puede olvidar que muchas organizaciones han tenido que pagar las consecuencias del conflicto. Por ejemplo, las llamadas “vacunas”, una especie de “impuesto” que las empresas debían pagar a los grupos ilegales con el fin de no ver saboteadas sus operaciones normales.

De allí que algunos gobiernos hayan buscado crear acuerdos con los grupos al margen de la ley. Esto con el propósito de generar condiciones favorables que permitan el resarcimiento de los daños causados, garanticen el bienestar de la sociedad y el desarrollo del país. No obstante, aunque el Estado debe ser actor y garante de estos escenarios no cuenta con todos los recursos y capacidades para lograrlo. Por ello, las organizaciones, que son actores y víctimas del conflicto a la vez, cumplen un papel fundamental en el citado propósito estatal.

Es así como las organizaciones desde su RSO pueden desempeñar distintos roles o utilizar mecanismos que faciliten el sostenimiento de un escenario de posacuerdo. En este sentido, algunos autores se han referido al tema definiendo que las principales formas con las que una organización puede contribuir a ello son:

- a) a través del financiamiento económico
- b) la inclusión laboral.

Las cuales, no sólo beneficia a la sociedad civil, sino también al sector empresarial y al desarrollo del país.

Es por ello que, con este trabajo se pretende hacer una revisión sobre las diferentes concepciones de RSO. Esta ha ido cobrando importancia a lo largo del tiempo de acuerdo a las coyunturas del momento, como es el caso del escenario de posacuerdo en el cual se encuentra actualmente Colombia.

Desarrollo del tema.

1. Responsabilidad Social Organizacional

La Responsabilidad Social (RS) es un tema que ha ido cobrando gran importancia en las organizaciones a lo largo del tiempo. Dado que, no sólo les facilita el cumplimiento de sus objetivos, sino que también genera legitimidad social, reconocimiento y contribuye a la sostenibilidad. Sin embargo, la concepción de RS no siempre ha sido la misma. Por ejemplo, en los años 70, Friedman tenía una visión que se limitaba a la rentabilidad económica y la obtención de ganancias. Por ello, afirmó que la única responsabilidad de las empresas era incrementar sus beneficios económicos, refiriéndose con ello a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Por otro lado, Elkington (1998) y Carroll (1979), abordaron el tema de RSE, desde una visión más integral. Esta no sólo se enfoca en el componente económico, sino que también tiene en cuenta el componente social y medio ambiental de una empresa, para el primer caso. Para el segundo, se plantea cuatro tipos de responsabilidades que debe cumplir la empresa: se inicia con la responsabilidad económica (que es la base para el desarrollo de las siguientes), en seguida esta la responsabilidad legal, después, la responsabilidad ética y finalmente la responsabilidad discrecional (social o filantrópica).

No obstante, el término RSE en ocasiones ha sido criticado por su imprecisión, ya que únicamente tiene en cuenta a las organizaciones con ánimo de lucro. En este sentido, Tello & Rodríguez (2008), expresaron que la RS no sólo se restringe a las empresas o corporaciones, sino que involucra a cualquier tipo de organización, con o sin ánimo de lucro (educativas, estatales, ONGs, iglesias entre otras), que tienen como objeto una función que es social y no pecuniaria. A partir de ello es preciso hablar de Responsabilidad Social Organizacional (RSO en adelante).

Igualmente, la imprecisión de la RSO se ha derivado de la ausencia de la figura del Estado en la regulación de las actuaciones organizacionales. Debido a que ésta se ha establecido como voluntaria, lo cual se ve reflejado en distintas acepciones sobre el concepto. En relación, La Comisión Europea (2001) se refirió a RSO como:

Un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. (Comisión de las comunidades europeas, 2001, p. 4).

De manera similar, Drucker (1984; citado por Tello & Rodríguez, 2014:130) expresó que “la organización no dispone ni de los instrumentos ni de la amplitud de acción, de los que sí dispone el Estado”.

Además, el carácter voluntario de la RSO puede conducir a que las organizaciones solo realicen algunas acciones de *greenwash* (la mezcla entre Green y Brainwash). Esto significa lavar el cerebro con pequeños actos sostenibles a los impactos negativos sociales y ambientales más fuertes de la organización (Jenkins 2009; citado por Tello & Rodríguez 2014, p.131).

Como puede observarse, estas posturas generan controversia, puesto que, al ser la RSO *voluntaria* deja un campo de actuación indefinido. Esto conduce a que las organizaciones realicen lo que consideran necesario o que este a su alcance, como pequeños actos caritativos o simple cumplimiento de la ley.

Esto demuestra la importancia de la intervención y regulación por parte del Estado en el cumplimiento de la RSO. Aunque existen diversas normas como la ISO 26000 y la SA8.000 que presentan un marco de actuación de RSO para las organizaciones, éstas no son obligatorias. Dado que son establecidas por organizaciones no gubernamentales, lo que en últimas conduce a que su aplicación quede bajo la discrecionalidad de cada organización.

Con respecto a lo anterior, la RSO se convierte en más que una simple herramienta o mecanismo para alcanzar objetivos económicos o cumplir con pequeños actos filantrópicos. Es decir, que ésta abarca un campo más amplio, completo e integral, en el cual debería estar involucrada la organización, los grupos de interés, la sociedad y el Estado, en búsqueda de la sostenibilidad. En este orden de ideas, Cajiga (2001) estableció que:

La RSO es el compromiso de cumplir cabalmente con los objetivos económicos, sociales y ambientales de la empresa tanto interna como externamente, cumpliendo con las expectativas de los stakeholders o grupos involucrados en la misma, dentro del marco de la legalidad, la justicia, la ética y el bien común (Cajiga, 2001, p. 4).

Por su parte, el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRE) definió que:

Las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, el cuidado y preservación del entorno. (CCRE, 2012, p.1)

Además, otros autores resaltan la importancia de la RSO con respecto al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y cuidado del ambiente. En concordancia, Peña (2014) estableció que las organizaciones deben trabajar en pro y en conjunto con la comunidad inmediata, con el fin de contribuir a su bienestar. Para ello es necesario realizar inversiones sociales y ambientales, que en últimas permitirán un beneficio o gana- gana para ambas partes involucradas.

Asimismo, Heincke (2005); citado por Moreno (2015, p.17), sostuvo que la responsabilidad que tienen las organizaciones para con la sociedad más allá de su gestión económica y de sus obligaciones legales, es el compromiso de contribuir con el desarrollo económico trabajando con los empleados, las familias, la comunidad local y en general con la sociedad para mejorar sus condiciones de vida.

Rebeil (2015) también planteó que “incorporar la RS a la vida de una organización significa involucrarse de forma activa en todo aquello que pueda beneficiar a la organización, y que en suma representa también un beneficio para quienes la integran, así como para quienes están relacionados con ella”.

2. Responsabilidad social organizacional en un escenario de Posacuerdo

En relación a lo anterior, las organizaciones cumplen un papel fundamental en el desarrollo y bienestar de la sociedad en general. Es por ello que, en lo que respecta a este trabajo se tiene en cuenta cómo la organización puede contribuir al mejoramiento y resolución de conflictos que enfrentan las regiones y países, para el caso colombiano, el actual escenario de posacuerdo. Esto solo es posible si todos los actores sociales trabajan en conjunto, siendo las organizaciones uno de los principales involucrados.

Al respecto, Gonzales, Garica y Gamboa (2015) afirmaron que: “es necesario pensar en el rol que cada actor social puede desempeñar para contribuir a la construcción de paz y a garantizar que las

diferencias entre los colombianos no conduzcan a nuevas confrontaciones”. Además, estos autores expresaron que, para lograr el fin del conflicto es vital el trabajo mancomunado del Estado, la sociedad y la empresa. Quienes deben hacer su mejor esfuerzo para establecer reglas de juego suficientemente efectivas, que logren ser aceptados por las partes.

De allí que han surgido algunos trabajos e investigaciones que sustentan cómo las organizaciones desde su Responsabilidad Social Organizacional, pueden aportar y generar condiciones apropiadas para que el proceso de posacuerdo se desarrolle de manera satisfactoria.

En este sentido, Prandi y Lozano (2010) enunciaron que la RSO en un escenario de posacuerdo:

Es la relación conjunta de tres ámbitos: derechos humanos, desarrollo y paz, que se hallan interconectados entre sí y que esta conexión debe verse reflejada intrínsecamente en las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, pero no solo en su contenido sino también en como dicha política se construye. (Prandi y Lozano, 2010, p.9)

Del mismo modo, El OBSERVATORIO DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ en el marco de la RSO estableció que “existe la necesidad de que las iniciativas empresariales instauren políticas de responsabilidad corporativa para la promoción de los Derechos Humanos y de la construcción de paz, a la par de que sigan invirtiendo en el sector social, labor que se ha vuelto fundamental en materia de atención a población vulnerable en nuestro país”. (El OBSERVATORIO DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ. Cuadernos PAZ a la carta: Empresa y Construcción de Paz. Bogotá. Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2012.)

Además, Prandi y Lozano (2010), afirmaron que la RSE no puede ir desligada del contexto en el que opera. Esta debe reflejar y dar respuesta a los retos humanos, tecnológicos, y medio ambientales, etc., del entorno inmediato de la empresa.

Por su parte, Barrios (2016) en su trabajo sobre la RSO y posacuerdo planteó que, aunque la organización no esté directamente relacionada con un problema social, esta es responsable y debe contribuir a su solución. Dejando de lado sus intereses económicos o utilitarios y poniendo en práctica mecanismos que contribuyan a la solución de diferentes problemas sociales y al desarrollo de las comunidades.

A raíz de lo anterior, se deduce que las organizaciones cumplen un papel fundamental en el posacuerdo, porque son actores que hacen parte del entramado social. Por tanto, éstas pueden contribuir desde diversos aspectos en la resolución del conflicto colombiano. Entre ellos se destacan: el apoyo económico y financiamiento de programas o proyectos, la inserción laboral, la capacitación y la formación a los desmovilizados para ingresar al mundo laboral o para el emprendimiento.

Esto se ve reflejado en algunos trabajos de investigación. Los cuales hacen alusión a las formas en las que las organizaciones desde su rol pueden responder y ayudar en el proceso de posacuerdo. Así, en el trabajo de Gonzales et al. (2015) se expone que:

Son tres los mecanismos principales mediante los cuales los empresarios contribuyen al proceso de construcción de paz: a) Como financiadoras de construcción de paz y posconflicto dada su

capacidad económica; b) alianzas estratégicas con el estado y otras empresas nacionales o multinacionales dada su credibilidad, liderazgo, experiencia y capacidad de adelantar acciones que trasciendan la sociedad; y c) a través de Responsabilidad Social Empresarial contribuyendo a la construcción de paz, como contraprestación ética y moral a la sociedad, por permitir su accionar.

Como se evidencia, la RSO constituye uno de los mecanismos que permiten la generación y mantenimiento de condiciones favorables en un escenario de posacuerdo. Porque las organizaciones pueden realizar inversiones sociales y actividades que no solo benefician a las comunidades involucradas en el conflicto, sino que también representan crecimiento económico para el país y por ende, un entorno positivo para las mismas.

En esta misma línea, Prandi y Lozano (2010) establecieron que:

Las políticas de RSE en los ámbitos económicos y sociales que incorporan criterios de construcción de paz tienen un doble objetivo. En primer lugar, un objetivo económico, enfocado en crear oportunidades de subsistencia y emprendimiento [...]. En segundo lugar, el objetivo social de atender, en paralelo, la exclusión social surgida a raíz del conflicto [...]. (Prandi y Lozano, 2010, p. 47)

Otra reflexión de Prandi y Lozano (2010) se basa en que “las empresas pueden contribuir a reparar las fracturas sociales entre las comunidades enfrentadas propiciando actividades económicas conjuntas que deberán ser diseñadas con gran cautela y desde el conocimiento profundo del conflicto y de sus consecuencias.”

Por su parte, Buitrago, Bustamante, Castañeda y Ramírez (2015), definieron cuatro retos y responsabilidades (éticas y discrecionales) a los cuales se enfrentan las organizaciones privadas en un escenario de posacuerdo. El primero, está enfocado hacia la violencia armada, por lo cual las organizaciones deben respetar los derechos humanos y no ser cómplices de su violación, y promover los derechos humanos. El segundo, dirigido hacia la violencia estructural y económica, por lo que las organizaciones no deben alimentar las economías ilegales y de guerra y deberán crear oportunidades económicas para víctimas, excombatientes y jóvenes en riesgo de reclutamiento. Otro reto está relacionado con la violencia estructural política, para ello las organizaciones deberían evitar prácticas que debiliten al Estado, como la corrupción y la evasión, y promover el imperio de la ley para el fortalecimiento del Estado de derecho. Finalmente, el reto hacia la violencia cultural para el cual éstas no deben reforzar prejuicios, desigualdades o creencias que legitimen la violencia, en cambio debe promover la coexistencia y la resolución pacífica de conflictos.

Con respecto a estos autores, se puede percibir que las principales formas o mecanismos con las que las organizaciones pueden responder a un contexto de posacuerdo son dos. Por un lado, a través de la creación de oportunidades económicas y el financiamiento. Por otro, a partir de la inclusión social. Todo ello por medio del pago de impuestos, la financiación de proyectos, la generación de empleo para las víctimas y los desmovilizados, y la capacitación o formación que favorezcan el desarrollo de habilidades para el trabajo y el emprendimiento.

Lo anterior se reafirma en Gonzales et al. (2015), quienes expresaron que al sector privado se le ha asignado dos roles. El primero, como financiador por vía de impuestos y contribuciones, siendo una forma directa de financiar los procesos de paz y un esfuerzo económico que en últimas genera beneficios económicos para las organizaciones. El segundo, como empleador de una nueva fuerza laboral resultado de los procesos de desmovilización y dejación de las armas de los grupos al margen de la ley.

De igual manera, Buitrago et. (2015) consideran que el mayor aporte que pueden realizar las organizaciones es contribuir a la reintegración de los desmovilizados. Además de generar oportunidades económicas e inclusión laboral para todos los actores del conflicto.

Respecto al rol social que cumplen las organizaciones, se tiene en cuenta la inclusión social. Esta abarca la inserción laboral, la inversión social, el apoyo a la reinserción y la reparación colectiva. Por tanto, la inclusión social se convierte en aquel factor fundamental para el escenario de posacuerdo que actualmente atraviesa el país. Ya que permite la reincorporación de los desmovilizados a la vida civil y la reparación de las víctimas, ofreciéndoles oportunidades que garanticen su bienestar y mejor calidad de vida.

De allí que, el trabajo (inserción laboral) se convierte en un aspecto determinante de la integración social, el cual involucra a las personas más desfavorecidas (e incluso discriminados, como lo son los desmovilizados). Teniendo en cuenta que esta inserción debe llevarse a cabo desde dos enfoques: como un fin y como un medio. El primero, porque su objetivo final es darle al trabajador desfavorecido la posibilidad de acceder a estructuras normales y legales de empleo. El segundo, porque permite que el desmovilizado sea considerado, reintegrado y auto considerado como parte de la sociedad (Chávez Ávila & Sajardo Moreno, 1999 citado por Roldán, 2013, p. 113).

Barrios (2016), también resaltó el papel que deben cumplir las organizaciones desde su RSO con respecto a la inclusión de los actores del conflicto armado colombiano (víctimas, desplazados y reinsertados) al mundo laboral, lo que permite cumplir dos objetivos. Primero, generar ingresos económicos y satisfacer las necesidades de los actores del conflicto. Segundo, facilitar a los empresarios mano de obra capacitada para ampliar sus operaciones. Para lograr todo esto es necesario el trabajo sinérgico entre Estado y empresa privada, quienes a través de planes estratégicos brinden capacitación e inclusión de estos actores al contexto laboral.

En relación, Prandi y Lozano (2010), mencionaron que un potencial papel de las empresas en un escenario de paz, es la generación de oportunidades laborales y de emprendimiento para las personas vulnerables y víctimas del conflicto. Para ello, se busca que la población desmovilizada y sus familias accedan a educación y salud, al mercado laboral (promoviendo la capacitación o apoyando el emprendimiento) y a mecanismos escalonados de promoción social efectivos. (Álzate, 2014, p. 22).

Con lo anteriormente expuesto por los autores, se puede percibir los roles que pueden cumplir las organizaciones desde su RSO, en la construcción de escenarios favorables para el posacuerdo. No obstante, dichos roles son potenciales y voluntarios, de allí que nuevamente se genera la discusión de la voluntariedad o la regulación que debería tener la RSO porque ésta reiteradamente queda bajo la discrecionalidad de las organizaciones. Como se evidencia en algunos trabajos, a) los

empresarios todavía no están preparados para asumir los retos en este contexto, b) tampoco conocen las formas como pueden aportar al mismo, c) incluso algunos desconfían sobre las disposiciones de los dineros aportados para financiar el proceso, d) y lo que es más preocupante, muchos de ellos se muestran reacios a contratar reinsertados.

Para el primer caso, Grasa (2015) manifestó que no existen bases sólidas de tipo académico, político, social y empresarial, que preparen o brinden herramientas a los empresarios para el manejo y resolución de conflictos, el diálogo y la negociación. Contar con ellas, aprenderlas, interiorizarlas y practicarlas será clave para los diversos actores, y en particular para los empresarios.

Con respecto al segundo y tercero, Gonzales et. al (2015) afirmaron que “la empresa tiene un papel fundamental en la reconstrucción de paz, es consciente de su rol, quiere ayudar y está comprometida en ello, pero desconoce las formas para canalizar su esfuerzo.”

Además, el sector privado teme que esa responsabilidad la terminen asumiendo en su totalidad [...] al percibir que el Gobierno solo los tienen en cuenta cuando enfrenta problemas financieros y siente que no se le explica lo suficiente sobre cómo se invierten los recursos aportados. (Gonzales et. al, 2015, p.191). De allí que los empresarios deben ser imaginativos y buscar aliados para plantear que la solución para esa financiación no consista simplemente en algún tipo de “impuesto o impuestos para la paz”. (Grasa, 2015, p.8).

En relación a la cuarta afirmación, García (2015) expuso que:

Con todo, la búsqueda de empleos legales, sostenibles y generados de manera autónoma se ha convertido per se en un obstáculo importante a la hora de garantizar la permanencia de las PPR (Personas en Proceso de Reinserción) en la vida civil y en la legalidad. Las exigencias del mercado laboral, el rechazo y discriminación por parte del empleador, si se hace pública la condición de desmovilizado, agudizan su vulnerabilidad económica, por lo cual se presentan situaciones como el desempleo, la informalidad o el subempleo en personas en proceso de reintegración; lo anterior está justificado, entre otras cosas, por la falta de estrategias gubernamentales que hagan posible que los núcleos empresariales adquieran compromisos con la población desmovilizada. (García, 2015, p.40).

CONCLUSIÓN

La RSO no debe ser considerada como una simple guía o herramienta para el cumplimiento de aspectos establecidos por la ley. Por el contrario, esta debe ser considerada como un eje transversal para las organizaciones, las cuales deben ser responsables socialmente tanto en el entorno interno como externo que las rodea. De allí que, deben garantizar condiciones favorables y de bienestar a todos sus grupos de interés, incluyendo las comunidades y regiones en las cuales se desenvuelven.

En este sentido, cabe destacar el papel tan importante que las organizaciones colombianas cumplen en el desarrollo de escenarios favorables para la solución de conflictos y el sostenimiento

de los acuerdos. Teniendo en cuenta que los principales roles con los cuales el sector empresarial puede contribuir al posacuerdo son: el apoyo económico y la inclusión laboral.

Sin embargo, aunque se han definido mecanismos por medio de los cuales las organizaciones pueden contribuir al posacuerdo, Colombia se encuentra en un proceso de fortalecimiento de la RSO, principalmente en lo relacionado a este escenario. Por lo tanto, se requiere cierto tiempo y el establecimiento de programas o estrategias sólidas por parte del Estado, que permitan alcanzar resultados positivos en el mediano y largo plazo. Los cuales beneficien a todos los actores, directos e indirectos, que han sufrido las consecuencias de un conflicto armado de más de 50 años.

BIBLIOGRAFÍA

Alzate, Á. M. (2014). Servicio social de personas desmovilizadas, una oportunidad para la reconciliación. Sistematización de dos acciones promovidas por la Agencia Colombiana para la Reintegración (Doctoral dissertation, U).

Borré Troncoso, W. I. (2015). Propuesta para implementar una responsabilidad social empresarial con los desmovilizados de las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia (Farc-Ep) en el post conflicto colombiano (Bachelor's thesis, Universidad Militar Nueva Granada).

Cajiga, J. (2010). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía.

Carroll, Archie (1979), A three dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.

Castrillón, C. T., & Córdoba, M. D. P. R. (2016). Fundamentos ético disciplinares de la responsabilidad social organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(75).

Castrillón, C. T., & Córdoba, M. D. P. R. (2014). Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. *Hallazgos*, 11(22).

Castellanos, R., & Castellanos, L. R. (2013). La inclusión laboral de los desmovilizados del conflicto en Colombia: auténtico mecanismo emancipador de la violencia en Colombia. *Vniversitas Estudiantes*. no. 10 (2013).

CCRE. (2016). Qué es la Responsabilidad Social Empresarial. [online] http://www.ccre.org.co/upload/2art03_pdf.

Corella, M. A. R., & Vega, M. D. C. (2015). Principios filosóficos y procesos internos como reflejo de la responsabilidad social organizacional. Casos Grupo Bimbo y La Costeña. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 6(2), 109-120.

Elkington, J. (2004). Enter the triple bottom line. *The triple bottom line: Does it all add up*, 11(12), 1-16.

Friedman, M. (1970). La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades. *Oficio y arte de la gerencia*, 2, 195-203.

García Hernández, A. M. El acceso al empleo para población en proceso de reintegración, ex AUC: Una estrategia para la eliminación de obstáculos para la paz (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia).

Grasa, R. (2015). Perspectivas, retos y oportunidades de los empresarios colombianos en la construcción de la paz. *Observatorio colombiano de violencia y gobernanza*. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung.

Heincke, M. (2005). La responsabilidad social empresarial.: ¿Una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia? *Revista opera*, (5), 55-74.

Hernández, R. B. (2016). Responsabilidad social empresarial: el papel de las empresas en el postconflicto colombiano. *Ensayos. Revista de los Estudiantes de Administración de Empresas*, 9(1).

López, M. J. G. (2015). La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 20, 65-77.

Martínez, N. B., Ocampo, A. B., Betancur, S. C., & Bonilla, S. R. (2015). Retos de las organizaciones privadas en el postconflicto colombiano. *Ensayos. Revista de los Estudiantes de Administración de Empresas*, (8).

MENDOZA, J. A. G., MENDOZA, J. O. G., & SUAREZ, A. A. G. EL ROL DE LA EMPRESA PRIVADA EN EL POSTCONFLICTO Y LA CONSTRUCCION DE PAZ EN COLOMBIA.

Moreno Gaitán, A. G. (2015). La Empresa como piedra angular del postconflicto en Colombia (Bachelor's thesis, Universidad Militar Nueva Granada).

Niño Pérez, J. J., & Devia Garzón, C. A. (2015). Inversión en el posconflicto: fortalecimiento institucional y reconstrucción del capital social. *Revista de relaciones internacionales, estrategia y seguridad*, 10(1), 203-224.

OBSERVATORIO DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ. Cuadernos PAZ a la carta: Empresa y Construcción de Paz. Bogotá. Universidad Jorge Tadeo Lozano. 2012. No. 3. p. 6.

Prandi, M., & Lozano, J. M. (Eds.). (2010). La RSE en contextos de conflicto y postconflicto: de la gestión del riesgo a la creación de valor. ECP, Escola de Cultura de Pau.

Romero, M. E. S., Martínez, E. P. M., Mesa, J. E. T., Villalba, J. A. F., & Tole, C. L. V. (2016). Responsabilidad social de las Pymes en el marco del posconflicto, como soporte para la inclusión laboral de la población reinsertada. *Comunicación, Cultura y Política*, 6(1), 45-62.

Responsabilidad social, un desafío organizacional: un análisis de enfoques y modelos de implementación

María Alejandra Bravo Claros ¹

Daniela Rivillas López ²

Adriana Rosa Rojas Carrillo³

RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar los principales modelos o enfoques de Responsabilidad Social y su aplicabilidad en las organizaciones, donde se identifica la herramienta metodológica, que mejor se adapte a las características de las organizaciones de la región.

Mediante revisión de información secundaria, se seleccionaron metodologías en materia de Responsabilidad Social. Posteriormente, se realizó el análisis comparativo y la factibilidad de la implementación de metodologías como el Pacto Global, la Teoría de Stakeholders, Global Reporting Initiative (GRI) y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); por consiguiente, al definir los criterios complementarios en cuanto a ventajas y desventajas de cada una de ellas: características, alcance, requerimientos (nacionales e internacionales), desafíos para las empresas en la implementación, entre otros factores; se pueda establecer la metodología pertinente de aplicación en las empresas.

Aspectos como los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad, elementos internos y externos de la organización, el cumplimiento de normatividad, la filantropía, entre otros, juegan un papel fundamental para el análisis de cada una de las metodologías.

Palabras claves: Responsabilidad Social Organizacional (RSO), Metodología, GRI, Stakeholders, Prácticas socialmente responsables, Mipymes.

¹ Estudiante Administración de Empresas. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Miembro del Semillero de Investigación ECOS de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Correo: maleja.bravo521@gmail.com

² Estudiante Administración de Empresas. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Miembro del Semillero de Investigación ECOS de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Correo: dani.h2823@gmail.com

³ Estudiante Trabajo Social. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Miembro del Semillero de Investigación ECOS de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Correo: arojascarrillo@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this article is to analyze the main models or approaches of Social Responsibility and its applicability in the organizations, where the methodological tool is identified, that best suits the characteristics of the organizations of the region.

Methodologies were selected for Social Responsibility, followed by comparative analysis and the feasibility of implementing methodologies such as the Global Compact, Stakeholder Theory, Global Reporting Initiative (GRI) and Sustainable Development Objectives (ODS); Consequently, in defining complementarity criteria as to the advantages and disadvantages of each of them: characteristics, scope, requirements (international and national), challenges for the companies in the implementation, among other aspects; It is possible to establish the relevant methodology of application in companies.

Aspects such as interest groups, the context of sustainability, internal and external factors of the organization, compliance with regulations, philanthropy, among others, play a fundamental role for the analysis of each of the methodologies.

Keywords: Organizational Social Responsibility (RSO), Methodology, GRI, Stakeholders, Socially responsible practices.

INTRODUCCIÓN

Para definir las metodologías que son aplicables en una organización en la identificación de la Responsabilidad Social Organizacional o las Prácticas Socialmente Responsables, se debe tener en cuenta la evolución del concepto a lo largo de la historia empresarial, por tanto, se analizan aspectos como los propuestos por Carroll (1979), quien en la Pirámide de Responsabilidad Social Corporativa, establece los siguientes factores: económico, legal, ético y filantrópico, como punto de partida para establecimiento de la RSC dentro de una organización. Estos forman parte de las metodologías que hoy en día se utilizan en el establecimiento de la RSO en las empresas.

Las entidades reconocen la importancia de llevar de manera correcta la responsabilidad social, conscientes que esta debe ser conocida por cada uno de los trabajadores de la empresa, buscando el éxito y el buen reconocimiento de la marca o servicio.

“En su nivel más general la RSC trata de la relación entre los negocios y la sociedad” (Jenkins, 2009, pág. 69). Para Jenkins (2009), la RSC es un concepto extenso y variable, referente a los actores sociales principalmente responsables que se encargan de realizarlo, enfocado en los Grupos de Interés (GI) y orientado a la línea de triple sostenibilidad de lo económico, social y medioambiental. El concepto es cambiante en cuanto al nivel de desarrollo de un país.

Un país desarrollado dirige sus actos hacia lo sostenible y en cuanto a un país en “vía de desarrollo” buscará resolver problemas de corrupción de los agentes estatales que afectan la nación (Méndez Picazo, 2005).

Así, Jenkins (2009), considera que los antecedentes del concepto de RSC provienen de “el nuevo modelo de trabajadores en los años 1850 y 1860 en Inglaterra y el movimiento del mejoramiento industrial en EE.UU durante el último cuarto del siglo XIX”. Teniendo en cuenta que la actividad corporativa surge después de la Revolución Industrial al finalizar el siglo XVIII.

En los años 60 y 70, salieron a relucir los problemas y escándalos que involucraron corporaciones que realizaron publicidad engañosa; a la cual Jenkins (2009) llama la fase de la primera ola de RSC. En los años 90 ya el concepto comienza a dirigirse en el tema de la sostenibilidad, la cual está controlada en su mayoría por Europa y que incluye también los Derechos Laborales y los Derechos Humanos (Tello & Rodríguez, 2014).

Por tales motivos, se refiere que la responsabilidad social corporativa debe contar con dos tipos de dimensiones, una interna que abarque la salud integral de los trabajadores y la seguridad de estos en cada puesto de trabajo, tener buena adaptación a diferentes cambios que se puedan llegar a presentar para cada día buscar mejoras en la operación interna de la organización, teniendo en cuenta los intereses y necesidades de cada uno de los afectados, manejar bien la gestión de recursos humanos para así realizar buenas prácticas de responsabilidad social cuando sea momento de contratar el personal, para que las personas que ocupen las vacantes disponibles, no se sientan discriminadas, ya sea por su raza, creencias, entre otros. Asimismo, las organizaciones deben fomentar nuevas formas de aprendizaje para que todos sus empleados o trabajadores mejoren su formación y aumenten sus conocimientos, y por último el buen cuidado del medio ambiente, buscando diferentes prácticas que ayuden a contribuir con la preservación de los recursos naturales, ya sea disminuir el consumo de energía o fomentar nuevas prácticas de reciclaje y/o reusar materiales, entre otros.

La dimensión externa, consta de todos los grupos de interés, ya sea los mismos trabajadores, proveedores, accionistas, consumidores, entre otros; integra la organización con su entorno local, generando nuevos puestos de trabajo, mejores salarios, exigiendo a la organización a dar a conocer su producto o servicio de manera correcta y legal, sin dejar a un lado la ética, siendo lo más eficaz posible para lograr ser ecológicos y así ayudar con los problemas ambientales desde el funcionamiento interno de la organización.

Taneja & Gupta, (2011) como lo cita el autor Tello & Rodríguez (2014), comprueban con elementos ampliamente analizados que la RSC no solo abarca las corporaciones sino cualquier organización (2011). Acusa que las entidades pequeñas y medianas, hacen parte de las redes sociales en que participan las grandes corporaciones; por consiguiente, la RSC no solo incluye las empresas, como organizaciones o unidades con ánimo de lucro; sino a que toda organización o asociación debe tener obligaciones sociales, ya sea con sus empleados, clientes o el grupo de interés (Tello & Rodríguez, 2014). De aquí la idea que el concepto de RSC se queda demasiado corto frente a tales relaciones anteriormente mencionadas y surge la Responsabilidad Social Organizacional – RSO como concepto de mayor amplitud, que involucra y da alcance a los demás enfoques RSE y RSC, evitando así caer en discusiones redundantes que dificultan la selección de los enfoques o modelos a analizar.

Este estudio puede aportar a la comprensión de los enfoques y modelos, además de la identificación de las limitaciones que surgen para las organizaciones o empresas, al momento de identificar las prácticas socialmente responsables, estas realmente realizan (Randall & Gibson, 1990).

MARCO TEÓRICO

La evolución del concepto que hoy en día se reconoce como RSO tiene en cuenta las dos dimensiones ya mencionadas de los factores internos y externos a la organización, sin embargo, existen dos tendencias frente a la Responsabilidad Social Organizacional, como las plantea el autor Assländer (2011), citado por Tello y Rodríguez (2014). Se reconoce una tendencia Estadounidense dirigida principalmente hacia la filantropía y la ética de los negocios, donde uno de sus principales exponentes es Carroll (1979) y el otro, la tendencia europea que se plantea desde la triple línea de base y lo sostenible, debido a que las políticas del continente europeo han estado orientadas al Estado de Bienestar.

En la tendencia estadounidense, el concepto moderno de Responsabilidad Social Organizacional comienza alrededor del año 1950 como Responsabilidad Social Corporativa, con autores como Bowen (1953), que brinda nociones sobre las obligaciones de los empresarios de encontrar políticas para tomar decisiones, que sigan líneas de acción favorables en términos de los objetivos y valores de la sociedad, brindando apertura hacia futuro sobre una guía empresarial en materia de Responsabilidad Social, en 1960 con la aparición de más literatura con relación al tema autores, como Keith Davis (1960) y William Frederick (1960), refiriéndose al concepto de Responsabilidad Social, plantean que se debería entender como operaciones de un sistema económico que cumple con las expectativas del público, donde se analizan las diversas implicaciones, posturas de la sociedad, frente a lo económico, recursos humanos y cómo complacen a fines sociales y no sólo a intereses particulares o a firmas. Además, establecen la obligación de una persona, para considerar los efectos de las decisiones y acciones en todo el sistema social, refiriendo que las empresas deben identificar las necesidades de quienes pueden ser afectados por las acciones empresariales, ver más allá de lo que hacen y de sus intereses económicos y técnicos (Carroll A. , *Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct*, 1999).

En 1970, toma mayor fuerza, el desempeño social corporativo como la Responsabilidad Social Corporativa, donde textos como los de Sethi (1975), discutieron sobre “las dimensiones del desempeño social corporativo”, que dio lugar al proceso de distinguir entre el comportamiento corporativo que debe ser llamado “obligación social”, “responsabilidad social” e “interés social” (Carroll A. , 1999, pág. 279). Luego, se integra Votaw (1973), quien expone que el término de Responsabilidad Social, puede significar diferentes cosas para las empresas, es decir, para unos puede ser la responsabilidad, una obligación o carga, así como para otros puede estar relacionado con el sentido ético o para otros sectores, el significado que se transmite es que la empresa es “responsable por”, de un modo causal (las causas de ciertas operaciones que generan) y para muchos simplemente son contribuciones caritativas, a lo que Votaw (1973), plantea:

Muchas de estas definiciones eran adoptadas fervientemente, de tal forma que tuvieron “legitimidad” en el contexto de pertenecer o ser apropiada a la definición de RSC, otras empresas, tomaron la RSC como una especie de deber fiduciario o impuesto, que impone las normas de

comportamiento a nivel empresarial, más que a los ciudadanos en general. (Carroll A. , 1999, pág. 280)

Se empiezan a visualizar algunos de los aspectos que Carroll incluye en la pirámide de RSC, así, para Sethi (1975), la obligación social es un comportamiento corporativo “en respuesta a fuerzas de mercado o restricciones legales, presentando dos dimensiones: las económicas y legales” (Carroll A. , 1999, pág. 282), también la Responsabilidad Social, implica llevar a la empresa a ser coherente entre su comportamiento corporativo frente a las normas sociales predominantes, los valores, expectativas e intereses sociales, donde no sólo se responde a las presiones o solicitudes sociales, sino que también deberían ser proyectadas a largo plazo dentro del dinamismo que presenta el sistema social.

Por lo tanto, en 1979 se propuso una definición en cuatro partes de la RSC, las cuales, conforman el modelo conceptual de desempeño social corporativo que plantea Carroll (1979), por consiguiente, para este modelo se incluyen las responsabilidades económicas, legales, éticas y voluntarias, donde algunos otros autores, entre los años 80 y 90 desarrollan los conceptos con base en este modelo. Así, en 1991, para que la Responsabilidad Social Corporativa fuera aceptada a conciencia, de forma empresarial y personal, debían estar en el rango de las responsabilidades empresariales contenidas en lo económico, legal, ético y filantrópico (Carroll A. , 1999) (Figura 1).

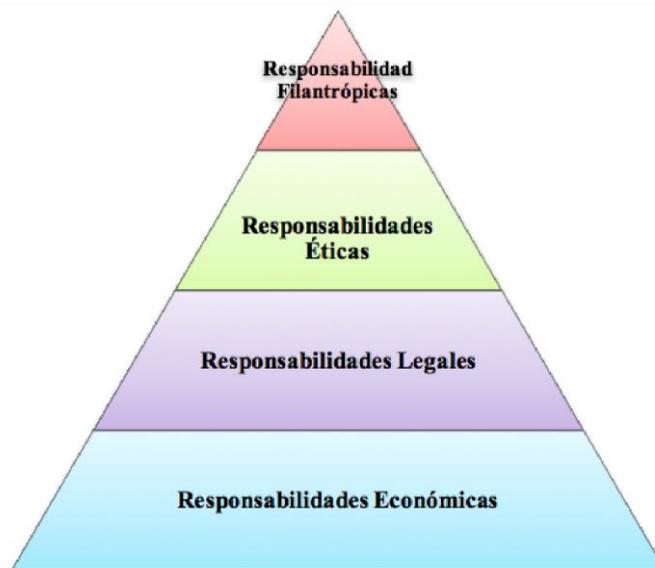


Figura 1. Pirámide de Carroll. Fuente: (Carroll, 2016) / Elaboración: Propia

Por lo tanto, la pirámide que plantea Carroll (1991, pág. 42), considera que las responsabilidades económicas son la base sobre las cuales recaen los demás aspectos de la definición de RSC, que se encuentran directamente relacionadas con el compromiso de ser lo más rentable posible, lograr la maximización de ganancias, la competitividad, el mantenimiento de un alto nivel de operación eficiente, teniendo una imagen corporativa exitosa definida al mismo tiempo que el consistente crecimiento económico. También, se encuentran, las responsabilidades legales, que están relacionadas con los requerimientos del gobierno y la ley, donde se espera que la empresa cumpla con varias regulaciones federales, estatales y locales, donde al ser respetuoso de la legislación que

supervisa a las empresas, que mantengan una imagen exitosa así como en el cumplimiento de las obligaciones legales que le son exigidas en los diferentes mecanismos de regulación, de igual forma, proporcionar productos (mercancías y servicios) que por lo menos cumplan con los mínimos requisitos.

Asimismo, otro componente del modelo son las responsabilidades éticas, relacionadas con la forma consistente que se cumplen las expectativas y norma éticas que establece la sociedad, con base en el reconocimiento y respeto por toda la configuración del sistema de valores y normas tanto nuevas como evolución de estos aspectos, que son adoptados en la colectividad, evitando que éstas normas comprometan el logro de los objetivos corporativos. De igual forma que los productos y servicios que brinda las empresas, cumplan con las expectativas morales y éticas, que presente un escenario no sólo del cumplimiento de requerimientos y normas para regulación, sino de verdadero compromiso social de las operaciones que se realizan a nivel empresarial.

En la cúspide de la pirámide se encuentran las responsabilidades filantrópicas, donde se considera que las empresas son una buen ciudadano corporativo, contribuyendo con sus recursos a la comunidad en el mejoramiento de la calidad de vida, donde se deben hacer aportes significativos para ayudar o apoyar a la parte cultural (artes) y recreativa (deportiva), siendo fundamental brindar ayuda a las instituciones de educación públicas y privadas. Es importante ayudar voluntariamente a proyectos que se enfoquen en el mejoramiento de la “calidad de vida” de la población con los que la empresa tenga contacto o impacte, directa o indirectamente.

Por tal motivo, con base en el análisis que se realiza del concepto de responsabilidad social organizacional, se seleccionan las metodologías que contienen dimensiones externas e internas de la organización, como las tendencias de pensamiento ya mencionadas, haciendo mayor énfasis en los aspectos de la pirámide de Carroll (1979) y la triple sostenibilidad, que presentan un escenario de posibilidades para las organizaciones, orientándolas en la identificación de las prácticas socialmente responsables que desarrollan a diario en sus operaciones y como impactan a nivel externo con los resultados planteados desde su gestión organizacional, en todos los procesos que comprenden la parte estratégica, operativa, de recursos, mejoramiento continuo y el control de productos o servicios.

Así, dentro de la información consultada se encuentran metodologías para orientar a las empresas en la identificación de las prácticas socialmente responsables que desarrollan dentro de sus operaciones; algunas de ellas no tienen conocimiento de cuáles son y qué hacen en materia de Responsabilidad Social, como es el caso de las empresas que enfocan y direccionan sus estrategias hacia sus Stakeholders: empleados, clientes, proveedores, consumidores o usuarios, y accionistas, además de la creación de planes que contribuyan ambientalmente y la actividad social, que podrían considerarse como actividades de RSO.

Otro aspecto que ha permitido que existan diferentes definiciones de Responsabilidad Social Organizacional es la globalización, donde los mercados y el ámbito empresarial sobrepasan las barreras políticas, sociales y económicas, así, la empresa puede incluir la RSO, buscando beneficios para la organización y fijando objetivos más allá de lo que las leyes o reglamentos les proponen, que estas tomen la decisión ya sea por presión social o porque desde el punto de vista

de estas organizaciones se puede pensar que si se esfuerzan en realizar procesos que incluyan la RSO supondría una mejora de los resultados económicos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se realiza el análisis de diferentes metodologías de RSO, de tal forma que orienten a identificar qué tipo de prácticas socialmente responsables se realizan en las organizaciones, ya sea de forma externa o interna, que hagan parte de su funcionamiento. Este análisis se realizará con las siguientes metodologías:

- **Pacto global:** abarca el estudio de los Derechos Humanos, medio ambiente, estándares laborales y la anticorrupción. Metodología que utiliza como herramienta el PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Ajustar), que permite la evaluación de los procesos y gestión de la organización en materia de RSO, empezando por un diagnóstico de la organización.

Cada uno cumple un papel importante a la hora de evaluar la organización, y estos incluyen diez principios universalmente aceptados que se clasifica en las cuatro categorías anteriormente mencionadas. El de los Derechos Humanos busca proteger los derechos establecidos mundialmente de los trabajadores de toda empresa; el medio ambiente busca que las organizaciones se comprometan de lleno con el tema ambiental y así poder formar un mejor futuro para el planeta; con los estándares laborales se intenta eliminar el maltrato infantil, el trabajo bajo coacción, la discriminación; y la anticorrupción se busca erradicar por completo comprometiéndose a las organizaciones como actores principales para lograrlo.

- **Teoría de los Stakeholders:** comprensión de la empresa en plural, tener relación es de perspectivas jurídicas, sociales y morales, evaluar desde el punto ético a la organización, manejar la comunicación y el diálogo. En el texto *La Teoría de los Stakeholders, Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y la Responsabilidad Social Corporativa*, (González, 2007) propone la Teoría de los Stakeholders como una metodología de gestión empresarial para identificar las actividades éticas y sociales que las empresas desempeñan, así que estas puedan pasar de la teoría a la práctica.
- **El Global Reporting Initiative (GRI):** institución independiente creada para brindar el primer estándar mundial de lineamientos, para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Por tanto, el GRI produce a nivel mundial una gran estructura de aportes para impulsar la transparencia en materia de sostenibilidad. Por consiguiente, GRI utiliza como metodología a nivel corporativo, un manual para la realización de memorias de sostenibilidad, donde las empresas podrán consignarlas en su estructura, perfil, gestiones, análisis, indicadores de gestión, participación entre otros aspectos necesarios para cumplir con los principios que exige el contenido de la memoria, enmarcados en lo siguiente: en primer lugar, la participación de los grupos de Interés, donde la organización debe identificarlos y explicar cómo responde a sus expectativas o intereses, en segundo lugar, el contexto de sostenibilidad, donde se debe manifestar lo que la organización contribuye o intenta contribuir a mejorar o empeorar las condiciones, avances en materia de lo social, económico y ambiental. En tercer lugar, la materialidad, con relación a los factores internos y externos de la organización que permitan la evaluación y la toma de decisiones y finalmente, la exhaustividad, abarcando su materialidad y

cobertura en las dimensiones de alcance y tiempo que reflejen efectos de la triple sostenibilidad y que los grupos de interés analizan el desempeño de la organización, también refiriéndose a la recopilación de información de modo razonable y adecuada. Esta metodología a través de memorias solicita que las empresas realice acciones con relación a las categorías establecidas en la guía como lo son la económica, Derechos Humanos, medio ambiente, desempeño social (Prácticas laborales, trabajo digno, responsabilidad sobre productos y sociedad).

- **La guía para la acción empresarial en los ODS** (Objetivos de Desarrollo Sostenible) (SDG Compass, GRI, United Nations Global Compact, & wbcscd, 2016), publicada por la SDG Compass (Brújula de los ODS) y desarrollada por el GRI, United Nations Global Compact y Wbcscd, este modelo tiene en cuenta los 17 objetivos y metas de desarrollo sostenible (Agenda de desarrollo sostenible a 2030), pretende orientar a las organizaciones para que puedan alinear sus estrategias y medir su contribución a los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), esta guía presenta cinco pasos para la orientación a las empresas donde, se reconoce la responsabilidad que tienen todas las entidades para cumplir con la legislación pertinente, respetar los estándares internacionales mínimos y abordar como prioridad todos los impactos negativos sobre los Derechos Humanos y el medio ambiente, prevaleciendo un enfoque de afuera hacia adentro de la de la organización, estableciendo necesidades globales y sociales en concordancia con los 17 objetivos de desarrollo sostenible . Esta guía se encuentra desarrollada con un enfoque en las grandes empresas multinacionales, sin embargo, anima a la Mipymes a utilizarse como fuente para asumir la RSO. Por lo tanto a continuación se presentan 5 pasos de la guía:

El primer paso, entendiendo los ODS (familiarización con ODS); en segundo, definiendo prioridades (evaluación desde impacto positivo como negativo actual con respecto a los ODS en toda su cadena de valor); el tercero, estableciendo objetivos (alineados con los ODS que demuestre el compromiso de la alta dirección con el desarrollo sostenible); el cuarto, integrando (se integra con la principal actividad y gobernanza de las empresas como en sus funciones y áreas); finalmente, reportando y comunicando, (permite reportar el desempeño del desarrollo sostenible a través de indicadores comunes y prioridades compartidas, de igual forma, la comunicación y reporte a partes interesadas).

Por lo anterior, de acuerdo con los documentos consultados con bases de datos científicas, académicas y bibliografía de autores como Carroll (1979), Tello (2012) y Freeman (1994), se realiza una comparación de las metodologías indagadas, como se observa en la Tabla 1: Cuadro comparativo de metodologías de Responsabilidad Social Organizacional, donde se analiza la relación de aspectos o elementos de cada modelo frente a las categorías de análisis, en este caso las definidas en la pirámide de Carroll y las dimensiones de la organización en materia de RSO, tanto interna como externa.

Se logró identificar que las metodologías como el Pacto Global, el GRI-G4 y la Teoría de los Stakeholders, con relación a las categorías de responsabilidad económica, legales y éticas tienen mayor correspondencia. En cuanto a la medición del impacto de sus actividades y las responsabilidades éticas y filantrópicas, se encuentra mayor asociación en la Teoría de los Stakeholders y la metodología GRI-G4, donde los intereses y beneficios de los agentes involucrados con la organización deben establecerse desde lo correcto, respetando las normas sociales, sin evitar el perjuicio de los diferentes actores que convergen, a su vez el GRI-G4

contempla en su categoría de sociedad medir y evaluar la organización frente a la devolución, cuidado, bienestar e impacto que presentan hacia sus actores externos, comunidades aledañas a la organización, teniendo en cuenta por ejemplo mecanismos para la evaluación del impacto social.

Por otra parte, el enfoque de la guía para la acción empresarial en los ODS, presenta la sostenibilidad de forma global que tiene repercusión en las actividades que realiza la empresa en conjunto, tomando los ODS a partir de la integración de los elementos externos de la organización. Por lo anterior, se evidencia en la Tabla 1, el modelo que presenta categorías que evalúan en amplitud los ítems necesarios en materia de RSO es el GRI G4, este modelo presenta la guía para la elaboración de memorias en materia de sostenibilidad, por tanto, para el presente documento se realizó un análisis detallado poniendo como principal énfasis en dos diferentes aspectos, los cuales facilitan la participación interna y situar a cada grupo de interés en el eje de su respectivo proceso, permitiendo así dar a conocer las ventajas y desventajas que tiene este modelo al ser implementado en las diferentes organizaciones de acuerdo a su tamaño y tipología.

RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL					
Pirámide RSC de Carroll	MODELOS		TEORÍA DE LOS GRI – G4 STAKEHOLDERS	GUÍA PARA LA ACCIÓN EMPRESARIAL EN ODS (SDG COMPASS)	Dimensiones de la RSO
	PACTO GLOBAL				
Responsabilidades Económicas			Maximización a largo plazo de Stakeholders consecución de resultados económicos- -Consecuencias económicas innovadora, oportunidades de negocio, financieros que cumplan indirectas las TIC para reducción de emisiones y con expectativas de los residuos, entre otros. -Mejoramiento del valor de la intereses.	-Desempeño económico (Tecnología para permitir la -Identificación de prácticas laborales y medición del desempeño organizacional con base en la sostenibilidad.	Dimensión Externa e Interna
			Categoría Derechos Humanos -Inversión Comprensión de la empresa en plural, la dirección debe procurar -No discriminación -Trabajo infantil y forzoso -Libertad de asociación -Protección de los DDHH la consecución no de negociación colectiva reconocidos universalmente en su objetivos propios -Medidas de seguridad -Derechos de la población -Las empresas no son cómplices todos sus interesados: indígena de la vulneración de los DDHH trabajadores, clientes,	-Fortalecimiento relaciones con partes y atesadas, la operación de la mpresa, reducción de riesgos gales, resiliencia frente a ostos e impuestos. ón -enguaje común y propósito ompartido. Segundo Paso Definiendo prioridades -Mapeo cadena de valor	
Responsabilidades Legales			Categoría Medio Ambiente -Materiales -Energía -Agua -Biodiversidad -Emisiones Tener claro el impacto de -Efluentes y Residuos en temas de -Productos y servicios sostenibilidad ambiental -cumplimiento regulatorio -Transporte -Evaluación ambiental de los proveedores -Mecanismos de reclamación en materia ambiental	-Seleccionar indicadores y recolectar datos en materia de ODS -Definir prioridades teniendo en cuenta magnitud, gravedad y probabilidad de impactos negativos frente a los ODS. Tercer Paso Establecien	

<p>jurídicas, Laborales -Libertad de asociación y reconocimiento del derecho a la entendida y la dirección -Apoyar la eliminación del trabajo como el conjunto de forzoso o realizado bajo coacción. stakeholders en red, -Apoyar la erradicación del trabajo infantil - Apoyar la abolición de las que divergentes o posibles empleo y ocupación.</p>	<p>Relación desde sociales y morales. -Libertad de asociación y reconocimiento del derecho a la entendida y la dirección -Apoyar la eliminación del trabajo como el conjunto de forzoso o realizado bajo coacción. stakeholders en red, -Apoyar la erradicación del trabajo infantil - Apoyar la abolición de las que divergentes o posibles empleo y ocupación.</p> <p>agentes. reputación de marca Principio de Anticorrupción -Lucha contra la corrupción mercadotecnia</p>	<p>Categoría Desempeño Social Principios de Estándares (Prácticas laborales y trabajo digno) -Empleo -Relaciones entre los trabajadores negociación colectiva. -La empresa -Salud y seguridad en el trabajo -Capacitación y educación- -Diversidad e igualdad de constante sobre interés oportunidades -igualdad de retribución entre prácticas de discriminación en el</p> <p>do los objetivos: -Establecer el alcance de las metas con base en aspectos Económicos, sociales y ambientales. -Definir línea base y seleccionar tipo de objetivo (absoluto y relativo) con relación a los ODS. -Establecer el nivel de ambición (impactos e incentivar la innovación y creatividad de acuerdo a lo proyectado como objetivo) - Anunciar los compromisos con los ODS.</p> <p>Cuarto paso Integrando: -Anclar los ODS dentro de la organización a las funciones, tareas y procesos entre otros. -Participar en alianzas (en los sectores empresariales, asociaciones, establecimiento de objetivos compartidos, etc.)</p>	<p>Dimensión Interna</p>
<p>Responsabilidades Éticas y filantrópicas</p>	<p>Permitir que mejore la la Categoría Responsabilidad organización y de su sobre productos -Salud y seguridad de los clientes -Etiquetado de los productos y servicios -Comunicaciones de interna -Privacidad de los clientes -Cumplimiento regulatorio</p> <p>Evaluar desde el punto Categoría Sociedad ético a la organización Comunidades locales Comunicación y diálogo. -Lucha contra la corrupción Interrelación entre la -Política pública gestión empresarial y la -Prácticas de competencia desleal dimensión moral dela -Cumplimiento regulatorio actividad empresarial y -Evaluación de la repercusión la acción directiva. social de los proveedores -Mecanismos de reclamación por impacto social</p>	<p>Quinto paso Reportando y comunicando: -Procesos de reporte y comunicación, puede integrarse con los reportes del GRI para brindar información del desempeño de la empresa con relación los ODS.</p>	<p>Dimensión Externa</p>

Tabla 1 Modelos de Responsabilidad Social Organización. Fuente: (Carroll A. , 1991, pág. 42), (Tello & Rodriguez, 2014), (SDG Compass, GRI, United Nations Global Compact, & wbcSD, 2016) (Red Pacto Mundial Colombia, 2010) (González, 2007).

Lo que realmente interesa con este modelo es realizar un análisis (Benchmark) para así determinar es por eso que se analiza las prácticas que se realizan en el sector y cada uno de sus retos, diferentes normas, leyes o alguna guía en la cual algunos competidores se basan para implementar sus prácticas socialmente responsables.

MODELO GRI G4			
Dimensión para implementación	Conceptos y teoría relacionada	Principios contenido de memorias	Ventajas de implementación
Externa e Interna a la organización (evaluación de aspectos positivos y negativos)	-Teoría de Stakeholder -Desarrollo Sostenible-Objetivos de Desarrollo Sostenible O Agenda a 2030.	Participación de los grupos de interés (respuesta a intereses y expectativas razonables) Contexto de Sostenibilidad (Económico, Social y Medio ambiente)	Presenta la triple sostenibilidad en materia social, ambiental y económica. Mide los desempeños organizacionales a través de indicadores. Permite la retroalimentación de las empresas con relación a sus memorias, permitiendo el aprendizaje de prácticas sostenibles de diferentes empresas a nivel mundial.
	-Pirámide de Carroll (Responsabilidades económicas, éticas, legales y filantrópicas)	Materialidad (aspectos significativos para la organización en la toma de decisiones, evaluación y grupos de interés) Exhaustividad (alcance, cobertura y tiempo)	Al estar de forma genérica a nivel mundial, permite su aplicación en grandes organizaciones multinacionales que tengan sedes o franquicias en diferentes países. Los parámetros o principios que expone para evaluar la calidad de las memorias, exige a las empresas que presenten información tanto negativa como positiva con relación a las categorías que se evalúan.

Tabla 2 Modelo GRI G4 Características y ventajas de implementación. Fuente: (SDG Compass, GRI, United Nations Global Compact, & wbcscd, 2016)

Por lo tanto, la Tabla 2 presenta una evaluación de las ventajas que posee el modelo escogido en el presente documento, donde presenta la relación que tiene esta herramienta con la teoría de los Stakeholders, los objetivos de desarrollo sostenible y la Pirámide de Carroll (1979), donde se evalúan los aspectos de la organización de manera interna y externa, para la toma de decisiones, el desarrollo de sus procesos organizacionales, el cumplimiento de expectativas a nivel de los grupos de interés, donde la integralidad de la modelo permite que la organización gestione sus actividades en líneas estratégicas y en ventajas competitivas a corto, mediano y largo plazo, de igual forma que las matrices o listas de chequeo, entrevistas o encuestas que se realizan para la implementación de este tipo de modelo permite que la organización pase de ser tradicional a desarrollarse en un plano relacional, donde el tejido social, las políticas, las normativas ambientales, los planteamientos estratégicos y operativos, son concertados y cuentan con participación de directivos, empleados y grupos de interés propios de la entidad, que permiten a la organización contar con información para priorizar en sus aspectos materiales y el desarrollo de sus funciones que brinden a la esta mayor productividad y rentabilidad.

CONCLUSIONES

Es importante reconocer que a lo largo de la historia la Responsabilidad Social Organizacional, ha evolucionado para responder a las necesidades no sólo de la organización, sino a los que se involucran o tienen el impacto de esta (grupos de interés), que va más allá de un ejercicio filantrópico y de ayuda caritativa, que no solamente se debe optar por una dimensión externa para su implementación, debido a que las organizaciones a diario desarrollan actividades que pueden ser consideradas RSO y que en ocasiones las empresas no se percatan de ello.

De igual forma, es importante resaltar que modelos como la GRI G4, se encuentran alineadas con las políticas, tratados y objetivos internacionales que se han trazado los países para mitigar y aportar desde el ámbito organizacional, en la consolidación o construcción de un mundo a nivel social más equitativo y justo, a nivel medioambiental más responsable y consciente sobre el impacto de las actividades que desarrolla y a nivel económico más rentable, productivo y al mismo tiempo que devuelva a la sociedad valor agregado, ya sea que la empresa esté en mejoramiento continuo de sus procesos, inversión en proyectos hacia grupos de interés, aumento de la calidad de vida de empleados o promoción de prácticas socialmente responsables. La GRI G4, brinda a las organizaciones un camino para responder a todas las responsabilidades que Carroll (1971) plantea en su pirámide al igual que la corriente de sostenibilidad que busca dar respuesta a los planteamientos de la Agenda 2030.

BIBLIOGRAFÍA

Carroll. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International journal of corporate social responsibility*, 1(1).

Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 39-48.

Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 268-295.

Fernandez García, R. (2010, Julio 6). Diario responsable. Retrieved from <https://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

González, E. (2007). La teoría de los stakeholders un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas*, 11(17), 205-224.

GRI. (2015). Guía G4 Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Global Reporting Initiative.

Jenkins, R. (2009). What is corporate social responsibility? *Handbook of economics and ethics*, 69-76.

Lavado, J. (2013, Noviembre 5). Diario responsable. Retrieved from <https://diarioresponsable.com/opinion/16857-gri-g4-ique-es-importante-y-para-quien-materialidad-y-grupos-de-interes-dos-caras-de-una-misma-moneda>

Red Pacto Mundial Colombia. (2010). Manual de autoevaluación para medir el desempeño frente a los 10 principios del Pacto Global. Corporación Red Local del Pacto Global en Colombia.

SDG Compass, GRI, United Nations Global Compact, & wbcSD. (2016, Junio 3). Sdgcompass. Retrieved from www.sdgcompass.org

Tello, C., & Rodríguez, M. (2014). Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. *Hallazgos*(22), 119-135.

La Responsabilidad Social Organizacional, una iniciativa voluntaria o una obligación moral ante el stakeholders: sociedad

Adriana Delgado Rodríguez¹

Paola Andrea Salazar Valencia²

Álvaro José Torres Penagos³

Oscar David Ledesma Mondragón⁴

RESUMEN

El propósito de la presente ponencia es reflexionar si la Responsabilidad Social Organizacional, debe ser un acto meramente voluntario, o si debe abordarse como una obligación moral de las empresas, para que sean actores activos en la búsqueda de la reducción de la pobreza de las comunidades de la sociedad que impactan directamente. En este orden de ideas los autores hacen un recorrido por el origen histórico de la Responsabilidad Social Organizacional y profundizan en los conceptos de emprendimiento social y pobreza, con el fin de articular las situaciones que definen la importancia y necesidad que existe en el mundo, que el sector empresarial mire hacia la oportunidad de apalancar emprendimientos sociales como una forma de apoyar al desarrollo social de sus comunidades de influencia, enmarcado en sus planes de acción y con un componente de obligación moral asumido al interior de cada empresa.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, moral, Grupos de Interés, Emprendimiento Social, Pobreza.

¹ Comunicadora Social - Periodista – Especialista en Administración con énfasis en Calidad, Competitividad y Productividad – Especialista en Comunicación Organizacional. [Coordinadora Centro de Desarrollo Empresarial]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail:

adriana.delgado@upb.edu.co

² Economista – Especialista en Gerencia. [Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail:

paolaandrea.salazar@upb.edu.co

³ Ingeniero Industrial - [Coordinador Investigación Formativa-Ingeniería Industrial]; [Coordinador Área de producción] [Programa Ingeniería Industrial]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail:

alvarojose.torres@upb.edu.co

⁴ Estudiante Pregrado - [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: oscar.ledesma@upb.edu.co

INTRODUCCIÓN

Desde los orígenes del concepto de Responsabilidad Social (RS) en su verdadera dimensión, se ha conocido que esta es meramente voluntaria y no hay una ley que la regule, sin embargo, con el correr del tiempo se ha hecho evidente que los asuntos que competen a la Responsabilidad Social deben ser obligatorios desde un punto de vista ético y por tanto desde un punto de vista moral. La Responsabilidad Social desde una perspectiva ética fundamenta la creación de verdadero valor para las empresas, en tanto que “se convierte en un activo, en un factor clave para la generación de confianza” (García-marzá, 2014)

Esta perspectiva ética, solo podrá darse en las empresas que verdaderamente ven la RS como una obligación moral con todos sus grupos de interés, y no sólo como un instrumento para conseguir sus objetivos de rentabilidad y competitividad. Dado que el objetivo central de esta ponencia es reflexionar sobre la importancia de entender la RS como una obligación moral de las empresas y por tanto, de la importancia que tiene su vinculación en el desarrollo de la población vulnerable para que el esfuerzo se catalice y pueda generar un efecto real en el cambio evidente del nivel de vida de las personas, a través de, por ejemplo, contribuir a la disminución en los índices de pobreza de las poblaciones donde sus operaciones impacten.

A lo largo de este artículo se revisará el desarrollo conceptual de la Responsabilidad social, lo cual proporcionará un contexto histórico de las acciones a nivel mundial que gestaron lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social Organizacional (RSO), y basados en la teoría del Bienestar, se espera revisar el contexto histórico del emprendimiento social y su incidencia en el desarrollo de las comunidades, siendo este una de las posibilidades que las empresas tienen para atender el deber moral que una verdadera RSO conlleva.

La responsabilidad social: Una mirada a los orígenes del Conceptuales

Es importante hacer una mirada retrospectiva para entender los orígenes de lo anteriormente mencionado y de lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social Organizacional, este concepto empieza a desarrollarse entre las décadas de 1980 y 1990, época en la cual se reconoce que las empresas deben crear nuevos sistemas de producción, desarrollar nuevas tecnologías que permitan una producción más limpia, que busque el desarrollo sostenible y por tanto se estima que el sector empresarial debe ser la principal fuerza que propicie este cambio. Ya para la década del 2000, se integran otros actores como directos responsables y artífices de los cambios que el planeta está pidiendo en cuanto a lo ambiental, social y económico y se le da cabida a la Responsabilidad Social en la estrategia de las empresas, por lo tanto, se inicia su conceptualización como Responsabilidad Social Empresarial.

Cabe mencionar que este concepto mayormente conocido como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no sería lo que es hoy si no hubiera existido una línea de tiempo que, desde finales de la primera década del siglo XX, dio a la humanidad una serie de eventos y acontecimientos que forjaron el camino y dieron algunas líneas de acción. Entre ellas muy importante mencionar el nacimiento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la creación de la ONU, La declaración mundial de los Derechos Humanos, la creación de la Comisión mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de la ONU, el Convenio marco de las Naciones Unidas sobre

Cambio Climático, el protocolo de Kioto, las metas del milenio, la fundación de Pacto global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, entre otros.

En procura de establecer claridad conceptual, el trabajo de Tello Castrillón (s.f.) recalca que el concepto “Empresa” deja por fuera las entidades sin ánimo de lucro, las organizaciones no gubernamentales y las entidades estatales, es decir, los términos empresa, corporación y organización, no son términos equiparables. En este orden de ideas el uso del término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que incluye las Corporaciones, rebosa el término Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Dado que todo tipo de organización, bien sea sin ánimo de lucro u ONG, pueden aplicar conceptos de Responsabilidad Social, se puntualiza el término como Responsabilidad Social Organizacional (RSO), lo que no excluye ninguna organización que consciente o inconscientemente esté aplicando Responsabilidad Social en sus operaciones. Por lo anterior, el término Responsabilidad Social Organizacional (RSO) será utilizado en adelante, dado que elimina la confusión que puede surgir respecto a los compromisos que tiene cada una de estas organizaciones con la sociedad y que no es objeto de esta investigación en particular.

En lo referente a enfoques conceptuales de Responsabilidad Social, para Aguilera Castro & Puerto Becerra, (2012) existen cuatro dimensiones en la Responsabilidad Social: la responsabilidad económica relacionada con la producción de bienes y servicios que la sociedad desea y puede adquirir; la responsabilidad legal que implica obedecer las leyes locales; la responsabilidad ética que exige cumplimiento de otras expectativas sociales no consignadas en la ley y que suelen estar relacionadas con lineamientos de conducta definidos; y finalmente la responsabilidad voluntaria que sugiere comportamientos adicionales y actividades que la sociedad considera deseables y que dictan los valores de la empresa.

Se resalta el gran poder de las empresas sobre la sociedad, debido a la influencia que éstas generan en la economía de su medio, de manera que se les invita a actuar de forma ética y responsable, cumpliendo con los parámetros legales establecidos y con actos voluntarios, que ayuden a construir una sociedad mejor. (Luna V & Maigual M., 2012) (pág. 121).

Es claro que la Responsabilidad Social puede enfocarse en la maximización de utilidades de la empresa mediante el desarrollo de sus grupos de interés, dado que el mejoramiento en las condiciones de vida de la comunidad y del entorno, permite tener un crecimiento sostenido y duradero en el tiempo. Sin embargo, es importante aclarar que una empresa que solo hace Responsabilidad Social desde un enfoque instrumental, no se puede catalogar como socialmente responsable, teniendo en cuenta que sus acciones en este sentido no obedecen a una inclusión desde su direccionamiento y estrategia empresarial y mucho menos a una intensión moral, donde la RS sea parte de la filosofía de la empresa, especialmente evidenciada en sus valores corporativos.

En este sentido los autores consultados dan claridad de la necesidad que tienen las empresas que deciden ser socialmente responsables de cambiar o ajustar sus procesos internos, con el objetivo de hacerlo integralmente en toda su operación incluyendo su gobierno corporativo, es decir la forma de tomar sus decisiones, desde una debida diligencia que impacte positivamente a todos sus grupos de interés.

Mediante la incidencia externa de las empresas y la responsabilidad social organizacional, para J. L. Navarro & González, (2006) la responsabilidad social se extiende a los grupos de interés de las empresas. Todos estos y otros se convierten en los grupos de interés externos que cada empresa debe conocer y priorizar para entablar canales de diálogo permanente con ellos y entre los cuales, uno de los prioritarios es la comunidad de influencia donde opera la empresa, puesto que esta comunidad en un momento dado será la encargada de dar o quitar una "licencia" para operar a las empresas mediante sus acciones; sobre todo si se tiene en cuenta que "la actividad empresarial no se produce en un vacío social, por lo que aunque una empresa pueda ser privada, sus repercusiones son públicas por lo que está obligado a responder por ellas" (Gonzalez Esteban, 2007). Por otro lado, El mantenimiento en el tiempo de los buenos resultados económicos depende de la calidad de la relación de la empresa con muchos sectores. (Polanco, 2013).

Los stakeholders, mejor conocidos como grupos de interés, son todas las personas, grupos, participantes, accionistas, inversores, trabajadores, las familias de estos, proveedores, entre otros, que tienen relación esencial con las decisiones y actividades de una empresa. La teoría de los Stakeholders permite a las empresas definir su mapa de grupos de interés, priorizarlos y precisar estratégicamente la forma y los medios como se debe relacionar con cada uno, en otras palabras como lo expresa Navarro, (2013) "Desde sus primeras definiciones este enfoque ha sido utilizado para describir las relaciones de la empresa con su entorno, pero también para generar estrategias o guías de acción para la empresa moderna".



Gráfico 1: Identificación general de stakeholders. Fuente: (Díaz Cáceres & Quintero Castaño, 2015)

Es con los grupos de interés o stakeholders, como las empresas pueden llevar a la práctica la RSO. Sin tener claro quiénes son, sin conocer sus expectativas, deseos y motivaciones, sin conocer los temas de interés legítimo que debe tratar con cada uno; ninguna empresa podrá llamarse socialmente responsable.

El primer paso que una empresa debe dar es reconocer a sus stakeholders y para esto las empresas pueden valerse de metodologías existentes, como es el caso que citaremos en la presente ponencia, a la cual hace referencia Fernando Navarro García en el libro Responsabilidad Social Corporativa, teoría y práctica, citando el trabajo de Elsa García en La empresa socialmente responsable: ética y empresa, ***El triple uso del enfoque Stakeholder:***

Este instrumento de gestión busca con su implementación alcanzar los objetivos trazados por la empresa, en tanto que genera “un modelo de empresa que permite analizar y representar qué es la empresa, aspecto clave para la definición de la RSO. Describe la empresa como una constelación de intereses cooperativos y competitivos que poseen un valor intrínseco”

Como su nombre lo indica, este instrumento esta dado en tres usos, el primero de ellos y punto de partida para el conocimiento y acercamiento a los grupos de interés es el Analítico, el cual define a los stakeholder a través de tres atributos: poder, urgencia y legitimidad. Los cuales a su vez permiten distinguir tres niveles, definitivos, expectantes y latentes.

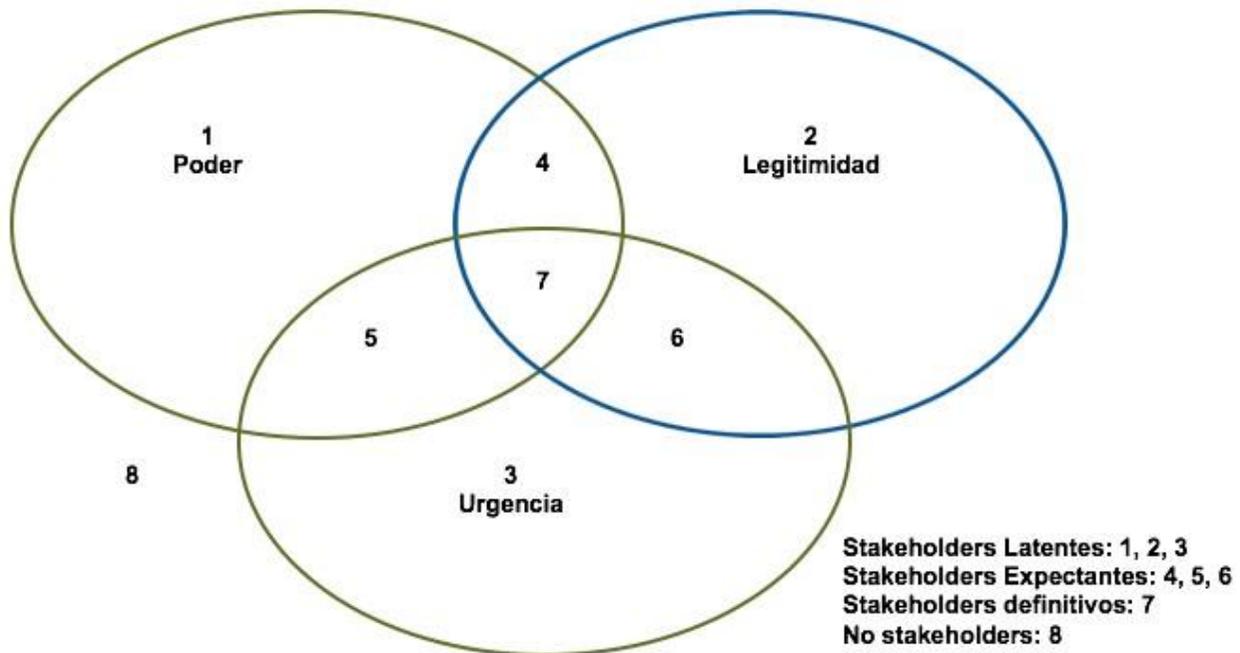


Gráfico 2: Atributos Stakeholders. Fuente: (F. Navarro, 2013)

Un segundo uso es el Estratégico – instrumental, el cual plantea un uso meramente estratégico de la relación con los stakeholders. Como lo explica Fernando Navarro García, “los dos presupuestos sobre los que se asienta este uso instrumental son los siguientes: 1. El objetivo final de la estrategia y decisiones de la empresa es el éxito en el mercado, es decir el beneficio económico. 2. Aquellas relaciones con los stakeholders que sean improductivas o que impliquen una excesiva inversión de recursos serán interrumpidas”.

Las empresas que ven a sus stakeholder como un mero instrumento para alcanzar sus objetivos de beneficio para los accionistas, desconocen la legitimidad que los stakeholder puedan tener viéndolos como un medio y no un fin para la empresa y en ningún momento se relaciona con ellos por razones éticas.

El tercer uso de este modelo es el Normativo, el cual “apunta a que la base fundamental de los stakeholder es normativa e implica la aceptación de que son personas o grupos que representan intereses legítimos en aspectos sustanciales de la actividad de la empresa” (F. Navarro, 2013).

En ese sentido el uso normativo de los stakeholder adquiere gran importancia y direccionamiento desde la alta dirección de la empresa que genera el establecimiento de políticas, prácticas y procedimientos que faciliten la integración estratégica con los stakeholder para la toma de decisiones socialmente responsables. En otras palabras, el “uso normativo, quizás sea la piedra angular que fusiona la teoría de los stakeholder con la ética”. (F. Navarro, 2013).

Por otro lado, aunque la RSO es “voluntaria”, una vez se tome la decisión de alinear los procesos internos y externos, de conocer muy bien quienes son sus grupos de interés y la importancia que cada uno tiene para la empresa, la RSO se debe volver una obligación para todo aquel que trabaje y tenga que ver con la empresa, esto último quiere decir que en esta obligatoriedad se debe incluir toda la cadena de valor de la empresa, porque nada hace una empresa que se declare socialmente responsable, y que lo cumpla desde su alcance, desde su core business, si sus relaciones comerciales las realiza con proveedores o clientes que no son socialmente responsables.

Para lograr estas acciones alineadas incluso con su cadena de valor, las empresas cuentan hoy en día con la Organización Internacional de Normalización –ISO- (2014), la cual ofrece la guía ISO 26000 de Responsabilidad Social. Actualmente es la única guía para la implementación de sistemas de gestión en RS estandarizada a nivel mundial y que está siendo aceptada por las diferentes empresas nacionales. Esta guía define 7 materias fundamentales en las cuales las empresas deben revisar y ajustar sus procesos: Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medio Ambiente, Prácticas Justas de Operación, Asuntos de Consumidores y Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad. (Organización Internacional de Normalización, 2014).

En este sentido cabe aclarar que el objetivo de las organizaciones debería ser un fin que impacte positivamente los grupos de interés: esto es, proporcionar bienes que demanda la sociedad, fundado en el respeto a los Derechos Humanos. La empresa queda legitimada socialmente solo si cumple alguna de estas premisas (F. Navarro, 2013). La integración del gobierno y el sector empresarial en la solución de las problemáticas sociales que afectan el país, es un mecanismo para que la sociedad recupere estatus elemental, sin embargo no es suficiente, pues el bienestar común debe prevalecer por encima del bienestar individual y para garantizar la convivencia pacífica de sus habitantes, las empresas deberían ampliar su espectro, desde la calidad y seguridad de sus productos, hasta la conservación y mejora del medio ambiente, pasando por la participación en el desarrollo económico y social de los países en los que opera (F. Navarro, 2013).

La teoría de la Economía del Bienestar suscitada por Amartya Sen -quien revolucionó las teorías de los economistas anteriores sobre pobreza, hambre y desigualdad- afirma que sí es posible generar cohesión social mediante mecanismos de inclusión que surjan de la empresa privada y que procuren disminuir las preocupantes desigualdades que incluyen disparidades en materia de riqueza, marcadas asimetrías en los aspectos políticos, sociales, de oportunidades económicas y de poder. (Sen & Kliksberg, 2007) (pág. 18)

Para Rawls (1973) Citado por Coral Lucero & Castillo Castillo, (2011), la sociedad debería ser solidaria. Para eso, el autor plantea cambios profundos tanto en lo institucional, como en la base de la propiedad, aquellos dotados y motivados de manera similar deberían tener básicamente la misma oportunidad de alcanzar las posiciones de autoridad política sin tener en cuenta su clase económica y social, a esto se le puede llamar movilidad social. Rawls, se propone organizar dos de los principios que, han sido la piedra angular de casi toda sociedad moderna, el principio de libertad y el principio de igualdad. Estos principios tratarán de otorgar al sujeto tanto la independencia que necesita para mejorar y aprovechar al máximo sus capacidades individuales (libertad), como el aprovechamiento de las virtudes naturales y sociales a favor de todos (igualdad).

Pobreza: La problemática principal del grupo Stakeholder: Sociedad

La palabra pobreza es común en el vocabulario de los colombianos y en general en el de todos los habitantes del mundo. Sin embargo, entender su significado y repercusiones es algo mucho más complejo; como se ha demostrado con el paso de los años, la pobreza es un efecto que ocurre por la combinación de muchos factores que engloban otros términos como la economía, el ingreso, el consumo, entre otros.

Como lo afirma Macías, (2014): “La pobreza y la desigualdad son fenómenos distintos, pero relacionados. En general, una mayor desigualdad suele implicar niveles más elevados de pobreza” (p. 102). Sumado a esto, el problema en el que se convierte la pobreza acarrea muchos otros inconvenientes como la desigualdad, la enfermedad, e incluso la muerte; es esta la razón por la que existen definiciones que procuran establecer cuándo una persona es pobre: “alguien es pobre si carece de recursos financieros suficientes para obtener comida, techo, ropa y cuidados médicos”. (Sepúlveda, 2010) (p.3).

Para Sepúlveda (2010) la pobreza se puede definir como: Pobreza absoluta: situación en la que una persona no logra su supervivencia; Pobreza relativa: situación en la cual una persona no logra la satisfacción de sus necesidades básicas, tanto físicas como sociales; Pobreza integral: se ve la pobreza como una noción absoluta, en cuanto a las capacidades de las personas, y relativa, en cuanto al uso que se le da a los bienes y servicios.

En Colombia, la medición oficial de pobreza es realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) mediante una serie de encuestas que buscan tomar muestra de varios factores que indiquen la situación de pobreza en la cual se enfocan, así podemos encontrar: El Censo de Población, la Encuesta de Calidad de Vida, la Encuesta de Ingresos y Gastos, la Gran Encuesta Integrada de Hogares; estas herramientas permiten realizar un diagnóstico más real, respecto a las condiciones de vida, salud y educación de los habitantes, dado que como afirma Max Neef: “La capacidad económica no necesariamente genera una calidad de vida óptima ni ofrece la posibilidad de desarrollo humano, dado que la satisfacción de las necesidades básicas sólo son un eslabón en la cadena del logro del desarrollo humano” (Citado por Vélez Osorio, 2011, p. 1227).

En Colombia existen oficialmente dos formas de calcular la pobreza. La primera de ellas es la medición a partir de los ingresos monetarios de los hogares que se conoce como pobreza monetaria, la segunda es el índice de pobreza multidimensional (IPM), el cual evalúa cinco dimensiones donde los hogares colombianos podrían estar en privación, estas dos formas no son

excluyentes, son complementarias. Durante los últimos años la Misión Para el Empalme de la Serie de Empleo, Pobreza y Desigualdad (MESEP), junto con el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), conformaron una misión para definir una nueva metodología para la medición de la pobreza.

Una vez terminada la misión, el DANE asume la responsabilidad de calcular y publicar los resultados de las cifras de pobreza. Por otro lado, el IPM es un índice desarrollado por Alkire y Foster de la Universidad de Oxford que fue adaptado por el DNP para Colombia, incluyendo cinco dimensiones: condiciones educativas del hogar, de la niñez y la juventud, salud, trabajo y acceso a los servicios públicos domiciliarios y las condiciones de la vivienda (DANE, 2015).

En el año 2014, el porcentaje de personas en situación de pobreza monetaria alcanzó el 28,5%, el porcentaje de personas en situación de pobreza monetaria extrema fue 8,1%, en términos de desigualdad, el coeficiente de Gini que mide la concentración de la riqueza en un país con escala de 0.0 a 1.0 donde 0.0 sería la sociedad equitativa y 1.0 la más inequitativa y desigual, registró 0,538, el porcentaje de personas en situación de pobreza multidimensional fue 21,9% (DANE, 2015).

El emprendimiento empresarial, una oportunidad para ser socialmente responsable y garantizar ingresos mínimos en el grupo stakeholder: Sociedad

La principal motivación de la creación o generación de empresa es la retribución económica a través de generación de utilidades. Sin embargo, el altruismo y el beneficio colectivo son ahora principales motivaciones para el emprendimiento empresarial. En este sentido, Santos, Barroso, & Guzmán, (2013), atribuyen al altruismo un valor que significa que el individuo realiza un sacrificio personal en beneficio de otros. El altruismo supone reciprocidad y es, por tanto, la base de la solidaridad entre individuos. (pág. 185). Los emprendimientos sociales usan el altruismo fundamentalmente para generar valor social, atendiendo a necesidades sociales, tales como la pobreza, la exclusión social, el desempleo de personas con discapacidades físicas o psíquicas o el deterioro medioambiental. (Santos et al., 2013, pág. 185)

Es en este sentido como las empresas podrían retribuir desde una dimensión moral a sus grupos de interés, especialmente a sus comunidades de influencia, colaboradores y familiares, a través del apoyo a modelos de RSO que permita el desarrollo social y económico. Aunque el altruismo no puede llamarse per se RSO, si puede hacer parte de una estrategia empresarial que apalanque el desarrollo de emprendimientos sociales o empresariales.

La intencionalidad de los emprendedores sociales tiene un espíritu altruista como lo afirman los autores y esta característica es lo que los diferencia de los emprendedores empresariales, sin embargo, existe algo común a los dos tipos de emprendimientos, lo cual es la necesidad de un apalancamiento tanto desde el punto de vista financiero como de asesoramiento, para que puedan convertirse en emprendimientos fortalecidos y en su momento en empresas exitosas. Es aquí donde entra a jugar un papel muy importante el sector empresarial, con el apalancamiento de emprendimientos que sean parte de sus acciones socialmente responsables hacia su grupo de interés comunidad. Si la reflexión sobre la obligatoriedad moral de la RSO es asumida por el sector

empresarial, puede ser posible aumentar los índices de auto sostenimiento en la sociedad, lo que en el largo plazo se reflejaría en la disminución de índices de pobreza.

Así, un modelo de emprendimiento que permita la inclusión del sector empresarial se convierte en un gana –en la relación a la empresa – emprendedor, no sólo porque puede ser un programa incluido desde una estrategia de RSO, lo que fortalecería la legitimidad empresarial, sino que son acciones que aportan a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente al objetivo No. 1 Fin de la Pobreza y No .2 Hambre Cero, y así contribuir a la agenda 2030 de Colombia. (Naciones Unidas, 2017).

CONCLUSIONES

La RSO debe ser asumida por las empresas no como una iniciativa voluntaria, sino desde un punto de vista ético obligatorio y por consiguiente desde la moral, implícita en la filosofía organizacional. Una empresa que no sea ética nunca podrá ser socialmente responsable. Es el consumidor final, quien, a través de la exigencia y promoción de buenas prácticas empresariales, aplicaría la obligatoriedad del uso ético, toda vez que, sin el apoyo del consumidor o cliente, la empresa desaparecerá.

Una vez las empresas realicen RSO como una obligación moral y un deseo de hacer el bien a todos sus grupos de interés y no meramente como un medio o instrumento para conseguir utilidades para los accionistas se podrán obtener resultados positivos en la disminución de la pobreza de nuestras sociedades, lo que en el largo plazo se traduce como un beneficio empresarial, pues con un mayor nivel de ingresos salariales, el sector donde cada empresa opera podría incrementar sus índices de consumo de diversos bienes.

Es necesario la intención de las empresas de hacer RSO tenga una cohesión con actividades gubernamentales del mismo modo, que exista un sentido más fuerte de solidaridad por parte de las empresas y los gobiernos en estrategias de inclusión y fomento al emprendimiento como fuente de ingresos a los distintos grupos que componen la sociedad, especialmente a la población más vulnerable.

En este sentido, si las empresas son conscientes del rol que desempeñan en la sociedad, más allá de un objetivo único direccionado a los accionistas, es posible que exista un mayor acercamiento entre el sector empresarial y el grupo de interés sociedad, específicamente comunidad más vulnerable, para que apoyen iniciativas de emprendimientos sociales inyectando capital semilla y así disminuir la pobreza, la desigualdad y cambiar la vida de muchas familias.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1–26. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=82498144&lang=es&site=ehost-live>

Coral Lucero, J. I., & Castillo Castillo, M. L. (2011). John Rawls y las bases para la construcción de la sociedad civil. *Papel Político*, 16(2), 515–528

DANE. (2015). Boletín técnico. Retrieved October 11, 2015, from http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/bol_pobreza_mon_jul14_jun15.pdf

Díaz Cáceres, N., & Quintero Castaño, C. A. (2015). Stakeholders : Base de la Sostenibilidad Empresarial Stakeholders : A Corporate Sustainability Framework. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 10(2), 94–108.

García-marzá, D. (2014). La rsc en perspectiva ética. *Mediterráneo Económico*, 26, 239–254.

Gonzalez Esteban, E. (2007). La teoría de los “ stakeholders ”: un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *VERITAS: Revista de Filosofía Y Teología*, 2(17), 205–224. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2471547.pdf>

Luna V, J., & Maigual M., J. (2012). Modelo de responsabilidad social para la empresa privada con ánimo de lucro. *Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas*, 13(1), 116–134. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4024002.pdf> <http://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=4024002>

Macías, A. (2014). Crecimiento, desigualdad y pobreza: estado de la cuestión. *Revista de Economía Institucional*, 16(31), 101–126.

Naciones Unidas. (2017). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Retrieved from <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Navarro, F. (2013). *Responsabilidad social corporativa*. (Alfaomega, Ed.) (2nd ed.). México.

Navarro, J. L., & González, J. M. (2006). Responsabilidad social corporativa y crecimiento económico. *Estudios de Economía Aplicada*, 24–2, 723–749.

Organización Internacional de Normalización. (2014). ISO 26000 Responsabilidad social - Visión general del proyecto. http://doi.org/10.9774/GLEAF.978-1-907643-27-9_9

Polanco, Y. (2013). ¿Contribuyen las prácticas empresariales responsables a la reducción de la pobreza?/Do responsible business practices contribute to poverty reduction? *Contabilidad Y Negocios*, 8(15), 43–56. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1426247865?accountid=14549> <http://hl5yy6xn2p.search.serialssolutions.com/?genre=article&sid=ProQ:&atitle=?Contribuyen+las+pr?cticas+empresariales+responsables+a+la+reducci?n+de+la+pobreza?/Do+responsible+business+practi>

Santos, F. J., Barroso, M. de la O., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. Retrieved October 11, 2015, from <http://www.redalyc.org/pdf/866/86629567010.pdf>

Sen, A., & Kliksberg, B. (2007). *Primero la Gente*. (Deusto, Ed.). Barcelona.

Sepúlveda, C. E. (2010). *Medición de pobreza en Colombia*. Retrieved March 6, 2017, from <http://www.icesi.edu.co/departamentos/economia/images/charla.pdf>

Tello Castrillón, C. (n.d.). *Algunos fundamentos disciplinares éticos de la responsabilidad social organizacional*.

Vélez Osorio, I. M. (2011). *El desarrollo humano en Colombia desde la perspectiva de Manfred Max Neef*. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 2(January 2011), 1226–1236.

Cómo iniciar mi propia empresa: un modelo de negocio estructurado que genera valor

Gustavo Adolfo Villa Vaquero ¹

Adriana Delgado Rodríguez ²

Paola Andrea Salazar Valencia ³

Eje Temático: Teoría Organizacional y Administrativa

Texto de Reflexión

RESUMEN

La creación de negocio, como medio para fortalecer los aspectos socio - económicos de la población, tiene el propósito de mejorar las condiciones de vida mediante ideas creativas que suplan de la manera más adecuada y efectiva las necesidades de la población, brindando soluciones a posibles problemáticas de algún sector productivo vulnerable, contribuyendo a los cambios del mercado haciendo uso de las fuerzas del mismo. El impacto social que genera la creación de negocios para cualquier economía constituye uno de los retos más relevantes a corto y mediano plazo, cuyo desafío económico se basa en el potencial e innovación que el emprendimiento empresarial ofrezca y la manera en cómo se desarrolle y ejecute.

Palabras claves: Creación de empresa, Emprendimiento, Innovación, Impacto socio – económico.

ABSTRACT

The creation of business, as a means to strengthen the socio - economic aspects of society, aims to improve living conditions through creative ideas that best meet the needs of the population and provide solutions to potential problems of some vulnerable productive sector, contributing to the changes of the market making use of the forces of the same one. The social impact generated by business creation for any economy is one of the most relevant challenges in the short and medium

¹ Ingeniero Industrial – Especialista en Gerencia Ambiental en Pedagogía – Magister en Educación Superior- Experiencia en Formulación y Evaluación de Proyectos. [Docente Medio Tiempo]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: gustavoadolfo.villa@upb.edu.co

² Comunicadora Social - Periodista – Especialista en Administración con énfasis en Calidad, Competitividad y Productividad – Especialista en Comunicación Organizacional. [Coordinadora Centro de Desarrollo Empresarial]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: adriana.delgado@upb.edu.co

³ Economista – Especialista en Gerencia. [Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

term, whose economic challenge is based on the potential and innovation that entrepreneurship offers and the way in which it is developed and executed.

Keywords: Business creation, Entrepreneurship, Innovation, Socio - economic impact

INTRODUCCIÓN

Dentro la economía emergente nacional e internacional, surgen nuevos contextos que invitan a mejorar la calidad y condiciones bajo las cuales se suplen las necesidades de la sociedad. Por ello, cada vez, cobra mayor fuerza la creación de empresas que permitan explotar habilidades, competencias y capacidad de los individuos mediante el desarrollo de nuevas ideas de negocio que afiancen su sentido emprendedor.

Dado que el entorno laboral se torna cada vez más difícil, resulta relevante buscar otras opciones que les permita a los individuos un sostenimiento digno de sus condiciones de vida, a lo cual, se recurre al emprendimiento como una herramienta creativa que brinda múltiples beneficios en el ámbito de los negocios, vista como una ventaja competitiva, que se anticipe o mejore la suplencia de las necesidades y con una alta dosis de innovación.

Cabe resaltar que, aunque el emprendimiento no resulta de un camino sencillo, ofrece la oportunidad a los individuos de asumir riesgos ante una idea previa que contemple todas las alternativas posibles demarcadas en la actitud y convicción sobre lo que se puede lograr.

Esta ponencia se basa en establecer la importancia del emprendimiento en la creación de empresas mediante una revisión documental previa y la experiencia propia de los autores, que permite denotar la incidencia de la labor de docente en todos los entornos de formación y en la formulación y evaluación de proyectos.

¿Cómo Iniciar Mi Propia Empresa?

“Los límites que tienen las personas, empresas y organizaciones para alcanzar el éxito están determinadas por su apego a reproducir moldes”

Herrera y Brown

El inicio de un negocio o creación de una empresa requiere de todo un proceso organizado que exige el desarrollo de una serie de actividades puntuales que le permitan al individuo, ejecutar de manera adecuada la materialización de su objetivo como empresario, en tanto este cuenta con las condiciones, conocimientos, capacidad y habilidad para explotar una idea que agregue valor a la sociedad y resuelva o mejore una problemática existente. Además, se debe reconocer que aquellas ideas de negocio que se planifican y ejecutan con efectividad constituyen una de las alternativas más rentables en la disminución de las altas tasas de desempleo que atraviesan muchos países fomentando el crecimiento de la economía, fomentando la competitividad en los distintos sectores productivos y mejorando las condiciones de vida del tejido social.

Cabe resaltar que la búsqueda de convertirse en empresario, aunque constituye una iniciativa de desarrollo social, requiere inicialmente de la capacidad para visualizar oportunidades dentro del mercado latente y en constante crecimiento y de asumir riesgos, de manera que se logre optimizar

la articulación de los recursos que se exigen para la ejecución de un proyecto empresarial que brinde satisfacción personal y colectiva, cuyas retribuciones económicas se materialicen a mediano y largo plazo.

El desarrollo de una idea de negocio de manera arbitraria, es decir, sin una previa planificación que contenga actividades consecutivamente organizadas, no siempre convierte a los individuos en empresarios, puesto que el 50% de las Mipymes creadas en Colombia cierran en el primer año de funcionamiento (Confecámaras, 2015), obedeciendo a razones como la falta de diferenciación que agregue valor a la idea, carencia de un plan de negocios estructurado, poca creatividad, mal manejo de los recursos, entre otras.

Como se ha mencionado, una de las principales cualidades para que se lleve con éxito un plan de empresa o negocio es la innovación como eje transversal, entendiéndose por innovación a la concepción e implantación de cambios realmente significativos en un servicio o producto, en el proceso que se lleva a cabo, en el marketing que se desarrolla o en un negocio ya existente a fin de mejorar sus resultados (Manual de Oslo, 2007), cualquier tipo de cambio innovador que se genere requiere de la inserción de nuevas tecnologías y conocimientos cuyas actividades incluyen actuaciones de carácter comercial, tecnológico, organizacional, científico, entre otros.

Esto supone pues, la necesidad de plantearnos la creación de empresa como un proceso que exige de una previa planificación en el desarrollo de una idea, que se desarrolle bajo un modelo de negocio, una validación del mercado y el desarrollo de un plan de empresa, para que finalmente se pueda poner en marcha, el desarrollo de estas actividades de planificación posibilitan el éxito de un producto y/o servicio, donde el emprendimiento, es entonces, una herramienta determinante donde se identifican posibles problemas y se brindan soluciones innovadoras.

Idea de negocio

Dentro de los factores que influyen en la creación de negocio, es necesario centrarse en la concepción de que el objetivo está directamente relacionado con el producto o servicio, con el mercado, con la calidad, eficacia y la capacidad de aprender e introducir nuevos cambios en algún sector productivo de la sociedad, o de mejorar algún proceso productivo ya existente de manera innovadora (Manual de Oslo, 2007).

Bajo esta premisa, es necesario contar con ideas que solucionen alguna problemática de la sociedad, pero de manera novedosa, cabe resaltar que lo novedoso no siempre debe ser algo inexistente, también puede brindar otras cualidades de tal manera que agreguen valor a los productos o servicios.

La idea constituye entonces el vehículo de las actividades y su descripción debe ser precisa y concisa respecto a las operaciones que se quieren desarrollar en el negocio o empresa. Una vez se tiene claro el producto o servicio a desarrollar, se debe cuestionar y analizar detenidamente si la idea responde a los siguientes ejes principales basados en las necesidades insatisfechas que se presentan en ciertos mercados o sectores productivos: las necesidades actuales que se presentan con proyección a un futuro próximo; nuevas necesidades que puedan presentarse; inquietudes;

deseos e intereses de un colectivo o las falencias que pueda presentar un producto o servicio existente (González, 2000).

De este modo, la idea de negocio constituye la base primaria que brinda la oportunidad de éxito en la creación de negocio para el posterior desarrollo de un modelo empresarial ajustado y acorde a dicha idea. Una manera de aprovecharla, es llevar a cabo una metodología eficaz para darle un óptimo desenvolvimiento a lo largo de las actividades que se requieren, tal como lo sugiere la metodología Lean Startup (Ries, 2012), la cual se basa en la identificación de ideas de negocios mediante la elaboración de prototipos o productos mínimos viables en la construcción de proyectos que requieran menor inversión, pero, que a su vez, propendan por aprovechar al máximo cada recurso con el menor desperdicio posible, especialmente en tiempo; esta metodología permita el diseño de modelos de negocio, el desarrollo de clientes, diseño ágil, que puede aplicarse a cualquier empresa o negocio.

Su valor agregado, con respecto a otras metodologías tradicionales, radica en que en pos de requerir inversiones mínimas para el desarrollo de modelos de negocios, permite llevar una ruta de principio a fin de actividades que deben ejecutarse para optimizar recursos y posibilitar el éxito empresarial detallando ventajas y desventajas; sumado a ello, Lean Startup muestra probabilidades de fracaso de un negocio por debajo del 40% en tanto que las metodologías tradicionales lo hacen superando el 90% de fracaso.

Modelo de negocio

Una vez se concibe la idea de negocio a desarrollar, ésta exige una ruta efectiva que le confiera bases de valor para el desarrollo de un proyecto empresarial, que demarque el plano o croquis a seguir y se llegue con éxito al cliente como objetivo primordial de cualquier oferta de productos y/o servicios definiendo con exactitud lo que se ofrecerá.

El Modelo de Negocios es una herramienta conceptual que permite entender la manera en que los elementos que lo conforman interactúan a través de sus diferentes estrategias, de tal manera que permiten a la empresa crear, proporcionar y capturar valor, explotando las oportunidades del mercado. (Aldana, Ibarra, & Loewenstein, 2011)

Uno de los mejores modelos de negocio existentes, es el modelo Canvas (Osterwalder, 2011), que contiene metodología de innovación fundamentada en las técnicas de ideación y pensamiento visual, basados en los hemisferios cerebrales, teniendo en cuenta la racionalidad que brinda el hemisferio izquierdo y el manejo de las emociones que brinda el hemisferio derecho (Figura 1).

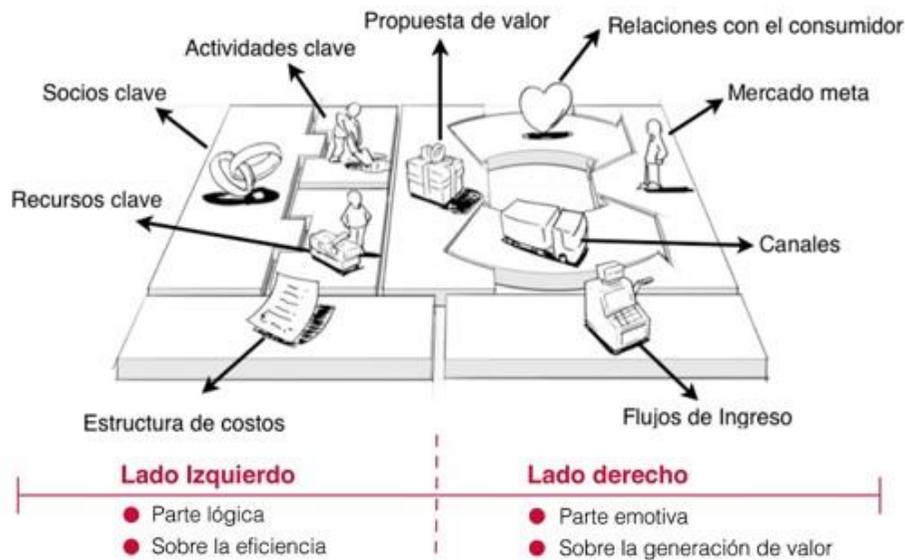


Figura 1. Modelo Canvas.

Como puede apreciarse, este modelo propone nueve bloques que definen el modelo de negocio teniendo en cuenta los hemisferios del cerebro, definidos de la siguiente forma:

- El mercado meta, cuyo objetivo es agrupar los clientes con características similares u homogéneas en varios segmentos a fin de describir necesidades, ubicación geográfica, demografía, intereses y gustos, que determinen el crecimiento y valores estadísticos real de la población.
- Una propuesta de valor, que defina el valor agregado para cada segmento del mercado meta mediante la descripción de los servicios y/o productos una vez aplicado el factor innovador.
- Definir los canales, es decir, la manera en cómo se llevar a cabo el contacto con los clientes teniendo en cuenta todos los detalles de información, evaluación, compra, entrega y servicio de postventa para cada producto y/o servicio identificados que sirvan de medición para el radio de éxito que se tendría con los posibles canales, así como determinara la efectividad del costo del mismo.
- Relación con el consumidor, permitirá establecer los recursos en cuanto a tiempo y económicos necesarios para mantener la relación con los clientes.
- Flujos de ingresos, mediante los cuales se identifica cuáles son los aportes económicos que efectúa cada grupo de clientes, controlando de donde provienen las entradas.
- Los recursos clave, donde se hace uso de los datos obtenidos de los procesos anteriores para seleccionar la propuesta de valor que mayor y mejor impacto generó en la relación directa con los clientes.
- Actividades clave, que permitan reconocer cuál es el modelo de negocio más funcional haciendo uso de la propuesta de valor escogida, para llevar a cabo la definición de las actividades que se insertarán en la oferta del producto y/o servicio.

- Socios clave, en este bloque, es de vital importancia llevar a cabo alianzas estratégicas con otros negocios o empresas, ya que se requiere de personal externo como proveedores, asociados para inyección de capital o financiación, entre otros.
- Finalmente, se lleva a cabo la estructura de costos, donde se especifican los costos que la empresa deberá asumir iniciando por el más alto, relacionarlos a cada bloque y actividad para diferenciarlos.

Una vez se concluye el modelo de negocio, se debe asumir y determinar cuál es el impacto que este ha generado en el entorno donde se lleva a cabo, pero de un gran valor para quien planifica, desarrolla y ejecuta un plan de negocio bajo una idea de negocio innovadora. .

Validación del mercado

Cuando surge la creación de un negocio bajo una óptima planificación siguiendo un modelo, como el previamente estudiado, se enfrenta a la etapa de validación de mercado, convirtiéndose en una de las etapas que en la actualidad se le da menos importancia, pero que, cuando el emprendedor comprende su significado, se pregunta el por qué no se había llevado a cabo con anterioridad.

En esta etapa, se consideran todas aquellas variables a las que cualquier negocio o empresa debe enfrenarse para validar por completo la idea de negocio con respecto al entorno donde se lleva a cabo, y aunque no son de control interno de la misma, son determinantes para el éxito de la empresa, a este grupo hacen parte las tasas de interés, la tasa de crecimiento poblacional, inflación, tasas de cambio, normatividad legal vigente, entre otros.

Su importancia radica entonces, en comprobar si realmente se suplirá una necesidad en el mercado, reconocer tendencias, intereses y gustos de clientes potenciales y desde luego, comprender el mercado y el entorno competitivo bajo el cual se trabajará (Loayza, 2014), de igual manera, es determinante para el desarrollo de una idea de negocio ser validada con anterioridad de tal manera que se reduzca al máximo el riesgo de fracasar a corto plazo, por lo cual, se sugiere hacer uso de la metodología Lean Startup, que permite la construcción de una idea en la solución de una problemática y validar de manera oportuna si el cliente acepta o no un producto y/o servicio, es decir, determinar su satisfacción frente a los mismos mediante técnicas de medición como la encuesta o la entrevista, que suscite la factibilidad de estructurar dicha idea, denotando el conocimiento del emprendedor con respecto al entorno del futuro negocio o empresa, demostrando que es consciente de que el entorno inevitablemente cambiará por el dinamismo de los distintos factores socio económicos y culturales, a lo cual, se deberá describir el comportamiento del negocio conforme a dichas posibles variaciones.

Plan de negocios

Los planes de negocios han sido definidos por muchos autores, como lo hace Longenecker, Moore y Petty (2001), quienes lo definen como “un documento escrito que establece la idea básica que subyace en un negocio”, con el fin de reconocer e identificar el contexto propicio que represente una oportunidad de negocio, demarcar el enfoque bajo el cual se desarrollará, identificar qué

factores determinaran el éxito y encontrar medios o herramientas para obtener recursos que le permitan su financiamiento.

Sin embargo, una definición más aproximada, con respecto al ámbito emprendedor, define el plan de negocio como la herramienta más eficiente y útil en el alcance del éxito, además de ser el medio preciso para que los emprendedores comuniquen sus ideas a otros individuos, mostrando las bases para concretarlas, y es más efectivo, cuando su presentación y/o redacción se hace de manera directa y sencilla (Anzola, 1998). Además constituye una nueva manera de aprovechar el potencial innovador y creativo de la iniciativa de un grupo o individuo en particular con aras de lograr rendimiento, participación y beneficios en conjunto.

Para que el plan de negocios sea integral y exitoso es necesario llevar a cabo los siguientes pasos: - Un estudio de mercado, que consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Kotler et. Al., 2003), mediante el cual se puede describir el tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

- Un estudio operativo, que permita proponer y analizar distintas opciones para llevar a cabo la producción de los bienes y/o servicios necesarios, de igual manera, es la etapa de estudio donde se lleva a cabo la revisión de los distintos equipos y maquinaria, instalaciones y materias primas que se requieren con sus respectivos costos que definan el capital necesario para la ejecución del proyecto (Rosales, 2005).

- Un estudio organizacional, el cual, hace referencia a determinar la capacidad operativa de la organización con que debe contar el negocio o empresa para su óptimo funcionamiento, mediante este se determinan las condiciones, competencias, fortalezas y debilidades con las que cuenta una estructura organizacional en las distintas etapas de inversión, operación y mantenimiento que exige el desarrollo de un plan de negocios (Baca, 2001).

- Un estudio financiero, en el cual se determinan de modo cuantitativo el costo monetario de las operaciones que se necesitan para dar desarrollo al proyecto, además indica rentabilidad y recuperación en tiempo del mismo. (Baca, 2001)

Bajo este panorama, el desarrollo de una idea de negocio emprendedora sugiere una serie de actividades ordenadas que faciliten el desarrollo y ejecución de la misma, de manera ordenada, estructurada y eficiente, que le permita a los individuos hacer de sus ideas una solución a problemáticas sociales colectivas, de retribuciones socio culturales y económicas y de mejoramiento y sostenimiento de las naciones como agentes productivos e innovadores.

Puesta en marcha

Finalmente, una vez la idea negocio se haya estructurado secuencialmente hasta convertirse en un plan de negocio, se deben ejecutar las actividades tal y como se diseñaron y planificaron en el mismo, para dar marcha y materializar la idea en beneficio común y aporte vital para el desarrollo socio económico de la sociedad. Conclusiones

Generalmente, las ideas de negocios no poseen valor alguno, a diferencia de las ideas de negocios que se estructuran y planifican de manera ordenada y adecuada para su validación con la capacidad de atraer clientes y posibles inversionistas en tanto sean innovadoras.

El proceso de creación empresarial se enmarca dentro de una amplia gama de posibilidades y formas de pensamiento individual o colectivo que contribuye a la mayor parte del desarrollo de las economías latinoamericanas que exigen disposición, perseverancia, capacidades y conocimientos sujetos al riesgo en pos de hacer tangibles ideas creativas e innovadoras.

La creación de negocio evidencia la capacidad emprendedora de llevar a cabo actividades bajo un plan estratégico que permite predecir y adelantarse a la dinámica constante de la economía y a los respectivos cambios del mercado, con el objetivo de aprovecharlos favorablemente en razón de suplir las necesidades y problemáticas sociales.

CONCLUSIONES

Generalmente, las ideas de negocios no poseen valor alguno, a diferencia de las ideas de negocios que se estructuran y planifican de manera ordenada y adecuada para su validación con la capacidad de atraer clientes y posibles inversionistas en tanto sean innovadoras.

El proceso de creación empresarial se enmarca dentro de una amplia gama de posibilidades y formas de pensamiento individual o colectivo que contribuye a la mayor parte del desarrollo de las economías latinoamericanas que exigen disposición, perseverancia, capacidades y conocimientos sujetos al riesgo en pos de hacer tangibles ideas creativas e innovadoras.

La creación de negocio evidencia la capacidad emprendedora de llevar a cabo actividades bajo un plan estratégico que permite predecir y adelantarse a la dinámica constante de la economía y a los respectivos cambios del mercado, con el objetivo de aprovecharlos favorablemente en razón de suplir las necesidades y problemáticas sociales.

El componente principal de una idea de negocio es la innovación, sin embargo, ésta por sí sola no garantiza el éxito empresarial, la idea debe estar acompañada de un proceso de análisis de sectores y clientes potenciales, y ajustarse a las necesidades y exigencias del mercado. Nada de esto es posible si no se ha estructurado correctamente el plan de negocio, que le permita al emprendedor identificar fácilmente dichos cambios y exigencias que el mercado demanda.

BIBLIOGRAFÍA

Aldana, E. del C., Ibarra, M. T. del C., & Loewenstein, I. (2011). El Modelo de Negocios como Reforzador del Emprendimiento en las Universidades, Caso del Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(26), 185–201.

A. Osterwalder; Y. Pigneur, “Generación de modelos de negocio”, Editorial: Deusto S.A., España, 2011

- B. Loayza, “La Guía de los Emprendedores Perú 2014-2015”, Editorial: Perú Global Projects, Lima, 2014, pág. 29
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – Confecámaras, “Informe de dinámica empresarial”, Cámara de Comercio, Bogotá. 2015
- E. Ries, “El método de Lean Startup”, Editorial: Deusto S.A., España, 2012
- F. González, “Creación de empresas: guía para el desarrollo de iniciativas empresariales”, Editorial Pirámide: Madrid, 2000
- G. Baca, “Evaluación de proyectos”, Editorial Mc Graw Hill, México, 2001. Pág. 61
- H. Herrera, y D. Brown, “La Guía del Emprendedor”, Ediciones Urbano S. A., 2006.
- J. Longenecker, C. Moore y J. Petty, “Administración de pequeñas empresas, un enfoque emprendedor”, 11ª edición, International Thomson Editores, México, 2001. Pág. 121
- OCDE/Eurostat, “Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación”, Tercera edición, Editorial: Grupo Tragsa, España. 2007
- P. Kotler, P. Bloom y T. Hayes “Principios de Marketing”, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2003. Pág. 120.
- R. Rosales, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, UNED, 2005. Pág. 115
- S. Anzola, “De la idea a tu empresa: una guía para emprendedores”, 2ª edición, Limusa Noriega Editores, México, 1998. Pág. 24

El crecimiento económico: su protagonismo en el desarrollo humano

Paola Andrea Salazar Valencia ¹

Adriana Delgado Rodríguez ²

Marino Rengifo García ³

Jennifer Lizeth Murillo Mosquera ⁴

RESUMEN

Las teorías económicas se fundamentan principalmente en el crecimiento y maximización de los ingresos de los agentes que intervienen el mercado, en procura de dar cumplimiento a la definición de economía: Economía es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los distintos individuos, (Samuelson & Nordhaus, 1972) he aquí que generar riquezas no es su objetivo principal. La economía es una ciencia social, orientada al bienestar del individuo y la sociedad, maximizando beneficios para todos y distribuyéndolos de una manera equitativa, sin embargo, mucho se ha avanzado en la primera parte de esta afirmación desde que Adam Smith sin proponérselo, inicia el estudio económico como ciencia, mientras que el bienestar de la sociedad y la distribución equitativa del ingreso han resultado solamente adornos teóricos, pues aun con la perfección de los modelos económicos respaldados en argumentos algebraicos y econométricos y realizados con las mejores intenciones, el mundo atraviesa hoy uno de sus mayores problemas sociales, pues ha abandonado a su suerte a las poblaciones más vulnerables y no se agota de seguir explotándola. El objetivo primordial de la presente ponencia es realizar un análisis del rol que juega el crecimiento económico en la utilización de los recursos y su protagonismo en la reducción de la pobreza, un factor relevante en el bienestar de la sociedad y la distribución equitativa del recurso y como así, levemente la aplicación económica actual podría acercarse un poco a la definición instaurada por Smith.

¹ Economista – Candidata a Magíster en Administración Empresarial - Especialista en Gerencia. [Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

² Comunicadora Social - Periodista – Especialista en Administración con énfasis en Calidad, Competitividad y Productividad – Especialista en Comunicación Organizacional. [Coordinadora Centro de Desarrollo Empresarial]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: adriana.delgado@upb.edu.co

³ Doctorando en Sociedad de la Información y el Conocimiento - Magíster en Intervención Social en las Sociedades del Conocimiento - Economista [Grupo de Investigación sobre organizaciones]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]; E-mail: marino.rengifo@upb.edu.co

⁴ Estudiante Pregrado - [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: jennifer.murillo@upb.edu.co

A modo introductorio

La economía como ciencia social ha fallado en su propósito central de garantizar el bienestar de la sociedad, un concepto que se ha divulgado a la sociedad para poder extraer los recursos de aquellos países que por su historial de lucha no dejarían arrebatarse de otra manera las riquezas. Para contextualizarse con el panorama actual, en Colombia se han otorgado cerca de 14.000 títulos mineros. El interés de empresas extranjeras por explotar recursos en el país ha crecido y ésta situación se repite, no sólo en América Latina sino en otras regiones del mundo.

Es indudable que el primer paso para lograr un desarrollo económico sostenible es el aumento de la productividad, (Cárdenas, 2007) es decir, que exista un crecimiento económico, bajo este argumento se ha cometido toda clase de injusticias con países y poblaciones enteras que se han tenido que someter a modelos que son incomprensibles y de los cuales solo se enseñan sus bondades y éstas suelen ser muy inferiores comparados con los costos a largo plazo que deben asumirse, pues por sí solo el crecimiento económico no genera desarrollo.

El desarrollo económico no puede entenderse solamente desde el crecimiento económico por varias razones;

Primero, visto desde esta perspectiva meramente productiva se han impulsado teorías en las cuales las empresas deben ser altamente efectivas para ser competitivas, sin embargo, ésta lógica lo que ha ocasionado en el largo plazo ha sido la disminución de los salarios reales, fenómeno que gracias a la globalización está reflejado ahora mundialmente y que es fuente primaria de la condición de pobreza de millares de personas.

Segundo, los modelos no proyectan consecuencias al hábitat, solo se orienta al consumo y la producción, y si proyectamos el aumento en la producción esto significa un aumento en las ventas, la contaminación y por tanto, en el uso del recurso, que en términos generales ocasiona una disminución en el desarrollo.

Aún con la creciente demanda de extracción minera y petrolera en Colombia tenemos un crecimiento económico de 3,1% en 2015 y 2% en el 2016, uno de los peores datos de la historia. (DANE, 2017). Para el 2017 se ha reducido la proyección varias veces, iniciando en 3,5% luego proyectado a un 2,5% y ahora un 2,3%, acompañado de un incremento de deuda pública vía TES, para este 2017 (Portafolio, 2017), es decir, menos producción, más deuda, mayor impacto en el largo plazo.

Estos datos provocan incertidumbre al verse cerca una posible desaceleración de la economía del país que afecta directamente el ritmo de crecimiento de empleo y la disminución de los recursos disponibles. Por otro lado, la volatilidad del dólar y la caída del precio del petróleo en el transcurso del año 2016 y lo corrido de 2017 también tienen repercusiones en el crecimiento económico del país.

“Un determinante importante del crecimiento del ingreso nacional, se está deteriorando notablemente ante la caída de los precios del petróleo, dada su elevada participación en las cuentas externas del país. En consecuencia, ese deterioro tendrá un impacto negativo sobre el

ingreso nacional” (Amézquita, 2015)

Como consecuencia del mayor volumen de importaciones y los cambios en la economía internacional afectan negativamente porque económicamente el país es vulnerable al no tener una fuerza de producción interna potente afectada por los conflictos armados en muchas regiones de alta productividad agrícola, lo que conlleva a tener que importar productos que fácilmente se pudieran producir de forma interna, sumando a este factor las condiciones climáticas producidas por el fenómeno del niño que también han impedido el desarrollo de las exportaciones.

“La devaluación también jugará un rol importante en su debilitamiento debido a la pérdida de poder adquisitivo de los hogares medido en dólares, que afectará la demanda de bienes de consumo importados. Por otro lado, la tasa de desempleo ya podría estar bordeando su nivel estructural de largo plazo, lo cual limitará las ganancias adicionales asociadas al aumento en los niveles de empleo.” (Amézquita, 2015)

La importación de bienes y servicios, hizo que la inflación del país cerrara en 5,757% (Banco de la República, 2016), provocando una subida generalizada de los precios en la canasta de consumo familiar. Esta situación sumada a la devaluación del precio es el punto negativo que directamente afecta el ingreso de los hogares colombianos, puesto que con el mismo ingreso comprarán menos productos. Es decir que las personas que se encuentran en situación de pobreza con más razón sentirán el efecto de este acontecimiento.

Crecimiento económico y pobreza

En Colombia existen oficialmente dos formas de calcular la pobreza. La primera de ellas es la medición a partir de los ingresos monetarios de los hogares que se conoce como pobreza monetaria, la segunda es el índice de pobreza multidimensional (IPM), el cual evalúa cinco dimensiones donde los hogares colombianos podrían estar en privación: 1. Condiciones educativas; 2. Condiciones de la niñez y la juventud; 3. Trabajo; 4. Salud y 5: Servicios Públicos y Condiciones de la vivienda. Estas dos formas no son excluyentes, son complementarias.

Según el DANE la pobreza Multidimensional en Colombia en el 2016 cayó a 17,8%, en 2015 fue de 20,2% mientras que la pobreza monetaria aumentó de 27,8% en 2015 a 28,0% 2016. (Portafolio, 2017). A lo largo de la historia algo que indicaba que el país no había podido mejorar los índices de pobreza, era precisamente la diferencia y desigualdad existente entre las personas de la ciudad y las personas del campo, porque a las personas del campo por su ubicación geográfica y debido a que sus recursos eran limitados, básicamente solo podían cubrir cierta parte de las necesidades básicas, impidiendo que estas personas pudieran acceder a los servicios de educación y salud, poniendo como evidencia que eran mucho más pobres que las personas de las zonas urbanas quienes tienen fácil acceso a estos servicios.

Las cifras de pobreza del DANE, en lo referente centros urbanos y rurales, advierten una marcada diferencia así: centros urbanos: 24,9% en 2016 frente a la zona rural: 38,6% en el mismo año; y en el 2015: Centros urbanos: 24,1% frente a 40,3%, dando una clara muestra de que el índice de pobreza en el campo es mucho más grande que en los centros urbanos. (DANE, 2017).

Siguiendo con los datos proporcionadas por el DANE, se observa un decrecimiento productivo entre 2015 y 2016, acompañado de un incremento en el índice de pobreza monetaria, lo que reafirma que la productividad o crecimiento tiene un impacto directo en el bienestar social de una comunidad.

Cuando se defiende un crecimiento favorable a los pobres, se postula la idea de un crecimiento con amplia base social que difunda sus beneficios a toda la comunidad en forma duradera, (Macías, 2014). Sin embargo, la historia nos enseña que las teorías económicas que formulan el crecimiento en los índices de productividad, van en contra del desarrollo humano.

A finales de los años sesenta y principios de los setenta se empieza a tomar conciencia de que tras dos décadas de un alto crecimiento económico no se habían conseguido los resultados esperados; si bien se habían conseguido notables avances en cuanto a esperanza de vida, alfabetismo, salud, saneamiento, acceso al agua potable[...] las estrategias de desarrollo puestas en marcha en aquellos años no consiguieron reducir dos grandes problemáticas del desarrollo humano, la pobreza y la desigualdad, (Aznar Minguet & Barrón Ruiz, 2017).

Actualmente el panorama no es diferente, la realidad nos muestra que a pesar de los esfuerzos mancomunados entre países y algunas empresas casi mil millones de personas en el mundo, viven aún en la indigencia, muchos niños mueren solo por haber nacido en un país pobre y lo asombroso es que la problemática de pobreza podría resolverse fácilmente si no existiera tal marcada desigualdad. (Deaton, 2015), dado que se ha construido una sociedad donde las grandes fortunas se amasan y se transfieren directamente desde el sector público a los ricos (Stiglitz, 2012).

De alguna manera, el concepto de crecimiento económico se relaciona directamente con el desarrollo humano y con la disminución de la pobreza, dado que el poder y la riqueza de las naciones son generados por el potencial de capital económico forjado por las empresas que lo conforman. (Rueda Galvis, 2009)

La pobreza y el desarrollo humano

Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) el Desarrollo Humano contempla tres dimensiones básicas: 1. Salud: una vida larga y saludable; 2. Educación: el acceso al conocimiento y 3: Ingresos: que permitan un nivel de vida digno. (UNDP, 2015). Sin embargo, muchos autores coinciden con aseverar que el desarrollo humano va mucho más allá de estas dimensiones, incluyendo entre otras, sostenibilidad ambiental, libertad e igualdad. (Salas-Bourgoin, 2014)

La asignación eficiente del recurso nace por el instinto de supervivencia, en la que, según algunos economistas incluyendo a Adam Smith, el hombre nace egoísta, pero emerge en un entorno hostil y primitivo que lo obliga a ser solidario, pues este ambiente le imposibilita una supervivencia individual; contraria es ésta apreciación a la planteada por Jean-Jacques Rousseau, quien manifestaba que el hombre nace bueno y la sociedad lo corrompe, (Rousseau, 1762).

Superada ya la supervivencia, primer paso para la preservación de la especie, se puede empezar un proceso de investigación y análisis del entorno. Allí es donde surge la primera forma de

economía, la agraria, pues la población nota que nuevos cultivos emergen en lugares que antes habitaron, es decir aprovecha el entorno y lo cambia, crea una nueva cultura.

Es en este instante, cuando el individuo analiza y proyecta su entorno, cuando sus acciones están ligadas al uso de la razón, cuando nace el desarrollo humano. Es con esta nueva manera de pensamiento, no solo vista desde la simple supervivencia, que el progreso se transforma en el objetivo primordial del hombre y la recién nacida sociedad. Aquí nos preguntamos, en qué momento la acumulación de riqueza desplazó este primordial objetivo, desplazando también el beneficio colectivo y generando la abismal desigualdad que tenemos hoy día y que aborda el premio nobel de economía Joseph Stiglitz, (2012), afirmando que el 1% de la población disfruta de las mejores viviendas, la mejor educación, los mejores médicos y el mejor nivel de vida.

Es demasiado sesgado afirmar que con el nacimiento de la propiedad privada nace también la separación, la exclusión y la desigualdad. La propiedad privada no ha sido el único factor, pues encontramos la avaricia, el poder y el egoísmo afirmado por Smith, que ha impedido a algunos seres humanos pensar colectivamente. La diferencia primordial en los seres humanos es el uso que le da a su razón y a su instinto, dado que la razón es la que orienta todo tipo de análisis. Ahora hay un fundamento razonable, un consenso. Este consenso fue divulgado por Rousseau quien establece el concepto del contrato social. Éste es un salto gigantesco en la constitución de los estados de derecho.

Según Karl Heinrich Marx, “El motor de la historia es la lucha de clases” y “El obrero tiene más necesidad de respeto que de pan” (Marx, 1932), podríamos aseverar que el comportamiento humano es un círculo en el cual la lucha de clases está siempre presente, es un círculo en el cual siempre hay grupos que creen que son mejores que los demás por diversos motivos y se sienten con derechos de aplastar y desaparecer aquellos que no sean iguales o que no compartan sus mismas creencias. Todo esto se vislumbra desde un ambiente político, económico y religioso.

Si retrocedemos y analizamos cual ha sido el factor común que se aborda en las iglesias, sinagogas, oratorias o mezquitas, nos encontramos con la unidad humana, universalmente iguales ante la divinidad y, sin embargo, lo primero que han hecho las religiones es crear barreras.

Los imperios económicos funcionan de la misma manera, creando modelos nefastos para países que ante la inundación de productos tecnológicos y presuestalmente mejores les resulta imposible competir, esto nos obliga a preguntarnos: ¿Funcionan estos modelos? Por su puesto que funcionan, pero solamente para el país que implementa las condiciones, aquellos otros países en vía de desarrollo, como el nuestro, con una incipiente tecnología y una casi nula innovación no logra ser competitivo en los mercados globales, pues cuando se realiza inversión en la búsqueda de crecimiento sostenible, se firman acuerdos comerciales estructuralmente difíciles de afrontar. Lo más contradictorio es que las exigencias que muchas veces hacen los imperios económicos a los países periféricos, son exigencias que ellos mismos ignoran: Subsidios, transferencia del conocimiento, patentes, dumping, impacto ambiental. (Chang, H.-J. 2012)

Desde este análisis, en estos modelos económicos aún prevalecen principios esclavistas, división del trabajo, pérdida de la capacidad de comprensión del ser humano. Entendiendo que la esclavitud no ha sido cuestión de razas, sino que es una cuestión económica, el aprovechamiento máximo del

recurso y como en muchos casos el mayor recurso ha sido el trabajo, de ahí la errada justificación de aplastar comunidades enteras y traficar humanos como si hubiesen sido mercancías cuya propiedad se designaron después de la segunda guerra mundial.

CONCLUSIONES

No existen argumentos que fundamenten que aún hoy en pleno siglo XXI existan países en extrema pobreza, después de tantos avances tecnológicos e innovación que bien encaminados podrían resolver problemas de los países más azotados por este flagelo.

Es momento de generar un cambio trascendental en el cual el beneficio económico deje de ser el eje del pensamiento del Homo, y el ser humano vuelva a ser protagonista en la determinación de políticas económicas y empresariales, generando primero un desarrollo **HUMANO** antes que económico. De lo contrario el ciclo se repetirá, la clase menos favorecida destruirá aquellos mecanismos que lo aíslan y reprimen, reclamarán por la fuerza la igualdad siempre pregonada y nunca aplicada.

Existe la percepción de que el problema de pobreza a nivel mundial es un tema que compete solamente a los gobiernos, y que este solo lo solucionarán las políticas públicas y que las empresas no están implicadas en la solución de esta contrariedad, la experiencia ha demostrado todo lo contrario. El crecimiento económico es fundamental, debe recuperar su protagonismo en la gestión y garantía del desarrollo humano. Las empresas son un eje fundamental en la reducción de pobreza ya que garantiza la consecución de productos, permite que los habitantes de un país encuentren empleo y fortalezcan su proyecto de vida.

Sin embargo, es preciso recalcar que el fortalecimiento empresarial debe enfocarse principalmente en la creación de empresa manufacturera e industrial, debido a que la mera explotación de recurso natural no renovable no genera un desarrollo económico sostenible y en el largo plazo se perderán todas las ventajas comparativas latinoamericanas merecidas por su estratégica ubicación geográfica, lamentablemente subutilizada en el desarrollo económico de la región.

Además, las empresas actualmente establecidas deben proyectarse en un entorno en el cual la competencia extranjera es latente gracias a la firma acelerada de los Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos y recientemente, Corea. Es necesario generar investigación y desarrollo para tener un aprovechamiento real de las ventajas ofrecidas por la globalización a toda la población, no solo a unos pocos sectores.

Con el nuevo enfoque que toma el pensamiento administrativo a través de la globalización, no hay espacio para cometer errores y el nuevo paradigma en la administración es conseguir la efectividad, este debe ser el propósito fundamental de la organización, sin olvidar que hay un entorno social del que la empresa también es responsable, y en él muchas otras organizaciones y personas que se afectan con nuestras decisiones. No podemos permanecer en una sociedad sin la ayuda de otros individuos y una organización no durará sino se cuida de tomar decisiones que sean beneficiosas para éste entorno pues, aunque se logre una ventaja parcial, tarde o temprano esto afectará y echará a perder toda la efectividad lograda.

Además de estos cuestionamientos, el dilema que no puede desaparecer del análisis constante, es el de determinar en qué medida el arma científica que ha enseñado experiencias extraordinarias, ha sido también causante de la degradación del ser humano como ser racional. Han transcurrido 9750 años de era agrícola y el mundo no se deterioró tanto ambiental y humanamente como en los últimos 95 años.

¿Ha sido entonces la mala administración del conocimiento causante de tal desastre? Si es así, no cabe duda de que es momento de repensarse y corregir este infortunado error. La era postindustrial plantea en la dimensión económica, la energía de fuentes renovables. Esto se hará por que el hombre en su absurdo afán por ganar y acumular riqueza, acabará con el recurso energético actual y obligatoriamente tendrá que hacer uso del recurso renovable como generador de energía. En este momento el individuo valorará su recurso en términos reales o lo seguirá haciendo en términos monetarios.

Este sentido humano que se le vuelve a imprimir a las personas desde lo público y privado es fundamental para generar el cambio y volver al camino del que se extravió el ser humano cuando se volcó por la acumulación indiscriminada de capital, pasando incluso por encima de sus iguales.

En realidad, los países ricos poseen en promedio, una parte de los países pobres, y no a la inversa, pero esta evidencia queda enmascarada por el hecho de que los habitantes más ricos de los países ricos disimulan una parte de sus activos en paraísos fiscales. (Piketty, 2014)

Haciendo una mirada retrospectiva encontramos que el comportamiento del ser humano siempre ha sido el mismo, desde el nacimiento de la economía hasta la hoy incompleta globalización. Es necesario pues romper este círculo para que haya un cambio trascendental. Sin embargo, cuando nos enfrentamos a un cambio y confiamos en que todo marchará de manera que no nos destruiremos unos a otros, volvemos al inicio de todo y el ciclo se repite.

BIBLIOGRAFÍA

Amézquita, A. P. (1 de febrero de 2015). portafolio. Obtenido de <http://www.portafolio.co/opinion/analisis-situacion-economica-colombia-febrero-2015>

AZNAR MÍNGUET, P., & BARRÓN RUIZ, Á. (2017). EL DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE: UN COMPROMISO EDUCATIVO. Teoría De La Educación. Revista Interuniversitaria, 29(1), 25-53. doi:10.14201/teoredu20172912553

Banco de la Republica. (2015). Boletín de Indicadores Económicos. Bogotá. Retrieved from <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/bie.pdf>

Cárdenas, M. (2007). Introducción a la economía colombiana. (Alfaomega, Ed.). Bogotá.

Chang, H.-J. (2012). 23 cosas que no te cuentan sobre el capitalismo. (DEBATE, Ed.). Bogotá.

Deaton, A. (2015). El Gran Escape. Bogotá: FCE

- DANE. (2015 de marzo de 24). DANE. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/bol_pobreza_14_.pdf
- Macías Vázquez, A. (2014). CRECIMIENTO, DESIGUALDAD Y POBREZA: ESTADO DE LA CUESTIÓN. (Spanish). *Revista de Economía Institucional*, 16 (31), 101-126.
- Marx, K. H. (1932). *Manuscritos económicos y filosóficos*. Paris.
- Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica
- Portafolio. (2017). *Portafolio*.
- Rousseau, J.-J. (1762). *Emilio - dell'Educazione* (10th ed.). Italia: Edizioni Studium S.r.l.
- Rueda Galvis, J. F. (2009). La economía y su relación histórica con el pensamiento exitoso de las organizaciones. *Pensamiento Estratégico*, 3, 9–16.
- Salas-Bourgoin, M. A. (2014). Una propuesta para la modificación del índice de Desarrollo Humano. *Revista CEPAL*, (112), 31–46. Retrieved from <http://0-web.b.ebscohost.com.catalog.uoc.edu/ehost/detail/detail?vid=1&sid=0c7c6993-16df-4209-b3fa-a30f62438a20@sessionmgr198&hid=116&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLGNvb2tpZSx1cmwsdWlkJmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=95806018&db=bth>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (1962). *Economía - con aplicaciones a Latinoamérica* (19th ed.). Colombia: Mc Graw Hill.
- Stiglitz, J. (2012). *El precio de la desigualdad* (1st ed.). Bogotá: Taurus.
- UNDP. (2015). *Informe sobre Desarrollo Humano 2015*. Retrieved from <http://www.co.undp.org/content/dam/colombia/docs/DesarrolloHumano/undp-co-expcol-2015.pdf>