

ENSAYOS 5

REVISTA DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ISSN: 2357-3880



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

SEDE MANIZALES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN FILOSOFÍA
Y TEORÍA EN ADMINISTRACIÓN

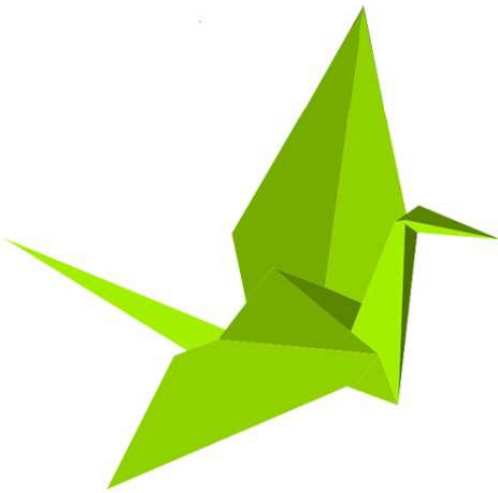


ENSAYOS 5

REVISTA DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Facultad de Administración
Universidad Nacional de Colombia sede Manizales
Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración

Manizales-Colombia	N° 5	pp. 261	Julio-Diciembre de 2012	ISSN: 2357-3880 Formato Web-Online
--------------------	------	---------	-------------------------	---------------------------------------



EL ENSAYO NO ES UN ARTÍCULO, NI
UNA MEDITACIÓN, NI UNA RESEÑA
BIBLIOGRÁFICA, NI UNAS MEMORIAS,
NI UNA DISQUISICIÓN, NI UNA DIATRIBA,
NI UN CHISTE MALO PERO LARGO, NI UN
MONÓLOGO, NI UN RELATO DE VIAJES,
NI UNA SEGUIDILLA DE AFORISMOS, NI
UNA ELEGÍA, NI UN REPORTAJE, NI [...]
“ENSAYO” ES APENAS UN NOMBRE, EL
MÁS SONORO DE LOS NOMBRES QUE
SE DA A UNA AMPLIA VARIEDAD DE
ESCRITOS.

SUSAN SONTAG
EL HIJO PRÓDIGO



ISSN: 2357-3880
FORMATO WEB-ONLINE

Editada por:
Facultad de Administración
Universidad Nacional de Colombia sede Manizales
Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración

Vicerrector de la sede: Germán Albeiro Castaño Duque
Decano: Juan Manuel Castaño Molano
Vice-decano: Uriel Bustamante Lozano
Director Departamento de Administración: Juan Carlos Chica Mesa

Dirección Revista Ensayos
José Gabriel Carvajal Orozco
Iveth Portela Alfaro

Comité Editorial
Jhon A. Isaza
Julián Andrés Valencia García
Carlos Andrés Dávila Londoño

Comité Asesor
Carlos Arturo Ruíz González (Universidad Luis Amigó - Manizales)
Carlos Mario Durango Yépes (Universidad Luis Amigó - Medellín)
Carlos Tello Castrillón (Universidad Nacional de Colombia sede Palmira)
Claudia Milena Álvarez Giraldo (Universidad de Manizales)
Jorge Gregorio Posada Ramírez (Universidad del Quindío)
Julián Andrés Arias (Universidad Tecnológica de Pereira)
Sandra Lucía Aguirre (Unidad Central del Valle del Cauca - UCEVA)
Jaime Bermúdez Guerrero (Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia)
Norma Lucía Bonilla (Universidad Piloto de Colombia)
Jorge Eliecer Rivera Franco (Universidad Católica de Manizales)

Comité Técnico
Corrección de estilo: Iveth Portela Alfaro
Diseño y diagramación: Iveth Portela Alfaro, Carlos A. Dávila Londoño
Fotografía portada: "Laberinto" de Carlos Andrés Dávila Londoño

Correspondencia e información
Facultad de Administración
Universidad Nacional de Colombia sede Manizales
Carrera 27 No. 64-60 Campus Palogrande, Bloque F, Oficina 501
Teléfono: 887 93 00 Extensión: 50411
http://gta.manizales.unal.edu.co/ftheadmon/revista_ensayos.php
ensayos_fadman@unal.edu.co

CONTENIDO

Presentación

Iveth Yesenia Portela Alfaro	
José Gabriel Carvajal Orozco.....	8

ZONA ARTICULAR

Modelo de patentes como eje de innovación y desarrollo económico: una aproximación al caso sur coreano y colombiano

Ángelo Adrián Quintero Ciprian	
Carlos Mario Ramírez Guapacha.....	12

El desarrollo de competencias científicas como elemento clave para el incremento de la productividad de las economías de América Latina

Diana Carolina Quintero Giraldo	
Alejandra Castaño Franco.....	42

Derechos Humanos en las grandes organizaciones de Manizales: percepción de jefes de gestión humana

Karen Ballesteros Valencia	
Diana Milena Morales Patiño.....	58

El desarrollo de la organización

Víctor Manuel Bustamante Aristizabal	
Jaime Eduardo Arana Salcedo.....	76

Tricotomía de la administración

Diego Hernando Ferrucho Álvarez	
Jimena Cecilia Pérez Sánchez	
Ivonne Ximena Suarez Becerra.....	88

Relaciones entre literatura y administración en la obra Cien Años de Soledad Johana Marcela García Martín.....	98
Proyección social, práctica empresarial y asesoría empresarial en la Universidad Piloto de Colombia María Del Pilar Ibáñez Ballesteros.....	114
Reflexiones sobre la evaluación en la calidad de la educación Andrés Felipe Jiménez López.....	134
Imagen de destino turístico de Manizales, proyectada por los entes encargados de promover el turismo en la ciudad Natalia Londoño Valencia.....	146
La responsabilidad social Yurani Andrea López Sáenz.....	164
Filosofía de la ciencia aplicada a la administración Elkin Fabriany Pineda.....	177
Marketing social ¿un engaño especializado para la sociedad? Andrés Felipe Pulido Charly Fabián Tovar.....	193
Crítica a un modelo ejecutivo insostenible David Quiceno Rendón.....	213
Modelo de asociatividad para generar desarrollo empresarial Zaida Yurany Ruiz Rozo.....	231
La gestión empresarial ¿Por qué es importante la gestión empresarial en las organizaciones modernas? Carlos Andrés Vargas Buitrago Carolina Solarte Gómez Isabel Cristina Moreno Soto.....	245

PRESENTACIÓN

Iveth Portela A.

José Gabriel Carvajal O.

PRESENTACIÓN

La Revista Ensayos es un espacio creado para el fortalecimiento de nuestra comunidad académica a partir del estímulo y la divulgación de la producción de estudiantes de pregrado de áreas empresariales del país, específicamente de los trabajos presentados en el Foro de Administración que se realiza en noviembre de cada año desde el 2007, en la sede Manizales de la Universidad Nacional de Colombia, con la financiación de la Facultad de Administración, y en algunas versiones con el apoyo de la Dirección de Investigaciones Manizales (DIMA) y la Vicerrectoría de Investigaciones.

Hasta el 2011, el evento convocó a las escuelas de administración de Manizales, pero en 2012 contó con la participación de escuelas de áreas empresariales del país.

Luego que el Consejo de la Facultad aprueba la realización del evento, se inicia su divulgación, principalmente, entre las escuelas con las que se han establecido lazos fuertes de cooperación a partir del reconocimiento respetuoso y el afecto que generan los esfuerzos por trabajar en red y acompañarse en la distancia.

Los profesores amigos e interesados motivan a sus estudiantes para que elaboren ponencias, producto de sus reflexiones académicas o de su participación en semilleros, proyectos, o grupos, en los cuales, tienen la oportunidad de iniciarse en la actividad de investigación que tanta falta hace en nuestra comunidad.

Al enviar los trabajos, los estudiantes afrontan el proceso de escribir para publicar. Sus trabajos son arbitrados por profesores colaboradores y por un equipo de trabajo local. Se seleccionan los trabajos más prometedores y se inicia con los estudiantes un proceso de mejoramiento, que dura varios meses, hasta tener productos que se puedan someter a discusión de la comunidad y ser publicados.

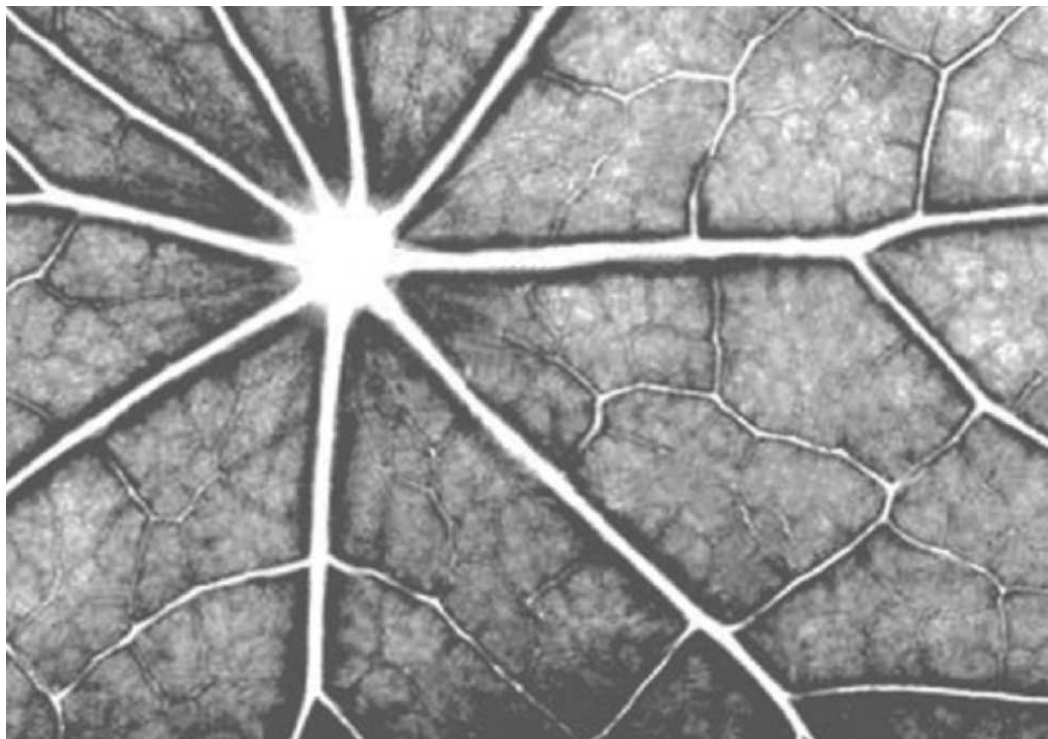
En el mejoramiento de estos documentos está la dedicación de los profesores de otras escuelas y el esfuerzo del equipo local, es eso lo que permite que el Foro de Administración de cada año se realice. Producto

de las presentaciones y las discusiones en el evento, los documentos son nuevamente intervenidos para su publicación en la Revista Ensayos.

El equipo editorial agradece a los estudiantes autores, a los profesores que los motivaron, a los que colaboraron en la evaluación y en la corrección, que hacen posible el Foro y la publicación de esta revista que aparece como el número uno en versión electrónica, pero que llega a su número cinco, luego de la realización de seis Foros.

Agradecemos también a la Facultad de Administración, a la Dirección de Investigaciones Manizales (DIMA) y la Vicerrectoría de Investigaciones de Universidad Nacional de Colombia por haber financiado este Foro de Administración 2012.

Se renueva la invitación a las escuelas del país para que participen en próximas versiones y estimulen la consulta de la revista, la cual seguirá estando disponible en:
http://gta.manizales.unal.edu.co/fteadmon/revista_ensayos.php



ZONA ARTICULAR

MODELO DE PATENTES COMO EJE DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO: UNA APROXIMACIÓN AL CASO SUR COREANO Y COLOMBIANO

Ángelo Adrián Quintero Ciprian¹
Carlos Mario Ramírez Guapacha²

¹Estudiante Administración de Empresas Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Integrante Grupo de Investigación COGOTECOMPLEX. E-mail: angeloquinteroc@gmail.com, anaquinteroci@unal.edu.co

² Estudiante Administración de Empresas Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Integrante Grupo de Investigación COGOTECOMPLEX. E-mail: carlos.1685@hotmail.com , camramirezgu@unal.edu.co

Resumen

Las invenciones en diferentes ramas del pensamiento deben poseer los artificios necesarios para que sus creadores gocen de las garantías necesarias para su protección, ya que se ha hecho preciso salvaguardar las obras originadas por los inventores por medio de leyes, tratados, convenios y entre otros modos jurídicos que son el soporte de la propiedad intelectual, con el fin de evitar el robo o apropiación inadecuada de sus creaciones. Este artículo consta de ocho partes, en la primera parte ofrecemos un acercamiento a la historia del concepto de propiedad intelectual y la definición más representativa dentro del amplio espectro de definiciones encontradas. En la segunda parte daremos a conocer los sistemas internacionales de patentes. En la tercera parte algunas críticas al sistema de patentes realizadas por Stiglitz, Maskus & Katz. En la cuarta parte mostraremos por qué el sistema de patentes es promotor de innovación y crecimiento económico. En el mismo apartado para el análisis que se desarrolla en este artículo se seleccionan como países objeto de estudio a Corea del Sur, y en el quinto apartado Colombia. Veremos los efectos positivos que ha tenido en Colombia en el quinto apartado. En el sexto apartado estudiamos el caso de la industria electrónica en Corea del Sur y Colombia. En el apartado siete evidenciamos el contraste en el desarrollo de la industria electrónica bajo la aplicación de sistemas de patentes en el caso Colombia y Corea del Sur. Por último, arrojamos algunas conclusiones acerca de la aplicación del sistema de patentes y su evolución.

Palabras clave

Propiedad intelectual, Colombia, Corea, sistema de patentes, invención.

Abstract

Inventions in all branches of knowledge should possess devices in order to ensure that inventors are guaranteed protection for their products; safeguards that protect the original work of inventors already exist in the form of laws, treaties, agreements and other legal instruments that make up "intellectual property", all with the objective of preventing theft and misappropriation. This article consists of eight sections: the first section will look at the history of the concept of intellectual property and will

settle on the most representative definition to be found within the wide spectrum of possible meanings; the second section will examine the international patent system; and the third section will critique some of the criticisms of the patent system carried out by Stiglitz, Maskus and Katz. The fourth section will show why the patent system promotes innovation and economic growth. It will use South Korea as a case study in order to develop the analysis, before moving on to examine Colombia in the fifth section. The fifth section will show the positive effects that the patent system has had in Colombia. The sixth section will examine the electronics industry in South Korea and Colombia. The seventh section will contrast the development of the electronics industry under the influence of the international patent system in the case Colombia and South Korea. Finally some conclusions will be drawn about the application of the patent system and its evolution.

Keyword

Intellectual Property, Colombia, South Korea, patent system, invention.

1. Breve acercamiento a la historia y Definición de la Propiedad Intelectual (PI)

El intelecto se ha configurado como uno de los detonantes que han marcado el desarrollo económico, social, tecnológico, filosófico y ambiental que, el ser humano ha experimentado en cada una de las edades que ha habitado el planeta. El constante surgimiento de herramientas, modelos, instrumentos y demás canales relacionados con la invención, constituyen la prueba irrefutable de la persistente evolución del pensamiento humano. Las invenciones en diferentes ramas del pensamiento deben poseer los artificios necesarios para que sus creadores gocen de las garantías necesarias para su protección, ya que se ha hecho preciso salvaguardar las obras originadas por los inventores por medio de leyes, tratados, convenios y entre otros modos jurídicos que son el soporte de la propiedad intelectual, el cual tiene como objetivo principal otorgarle el reconocimiento a cada autor frente a su obra y por ende protegerlo del robo de la misma, siendo esta la manera de garantizar la remuneración del trabajo intelectual (Pfister, 2005).

La instauración de un sistema de propiedad intelectual no es instrumento propio de nuestros días y por lo tanto no debe otorgársele como un artificio reciente, por el contrario, este instrumento se ha formado, configurado y posesionado a través del tiempo, y aunque “los trabajos de historia del derecho de autor se han caracterizado por estar alejados del interés de la disciplina histórica” (Pabón, 2009, p. 62), se conocen algunos acontecimientos que marcaron los lineamientos de la misma, sin señalar un suceso más importante que otro y sin entregar una fecha de nacimiento de la propiedad intelectual.

Sin embargo, existen varios registros que marcan el antecedente de la propiedad intelectual y que constituyen la conformación de los estatutos de este importante instrumento dentro de las políticas de los Estados-Nación, el más antiguo se remonta al año 1873 donde el gobernante a cargo del imperio Austro-Húngaro convocó a los inventores de la época a participar en una exposición internacional de invenciones que se llevaría a cabo en Viena; no obstante, el gobierno recibió una respuesta negativa por parte de ciertos intelectuales, debido a la ausencia de políticas sólidas con respecto a la protección de sus obras y el temor de ser arrebatados de sus ideas; este suceso marcó lo que sería la necesidad de crear una protección legal frente a las invenciones realizadas.

Un acontecimiento en Inglaterra que aún sigue vigente y que marcó la legislación con respecto a la Propiedad Intelectual (PI), es el llamado estatuto de la reina de Ana y que radicaba en un verdadero reconocimiento legal por parte de las autoridades para incentivar el aprendizaje de la PI, además de la revisión de cada libro o texto que se publicara como prevención en contra de información robada de otros escritos, o que fuera en contra del gobierno o la iglesia (Márquez, 2004).

Paralelo a esto, en otros Estados ocurrían situaciones similares donde se comenzó a comprender la importancia de la protección a la PI, así se originó reglamentación al respecto de acuerdo a la realidad de cada uno de estos países, creando la necesidad de unificar la legislación existente en materia de la propiedad intelectual.

Para ello se crea un convenio que tenga como objetivo principal unificar el cúmulo de leyes que cada Nación había creado y poner de esta manera un estandarte que tuviese una cobertura de orden mundial, es

por tal razón que importantes delegados de la comunidad internacional se reúnen en el año de 1886 para darle vida a lo que es llamado el Convenio de Berna.

Definiciones

La definición de propiedad intelectual ha presentado una cantidad de conceptos a lo largo de su instauración, pero para efectos de este artículo referenciamos la definición que afirma que “la propiedad intelectual es una disciplina normativa que protege las creaciones intelectuales provenientes de un esfuerzo o destreza humana, dignos de reconocimiento jurídico” (Rengifo, 2001, p. 23).

Dentro del entramado de elementos que componen la propiedad intelectual se encuentra el sistema de patentes, “Una patente es un título de propiedad otorgado por el gobierno de un país, que da a su titular el derecho a impedir por un tiempo determinado a otros la fabricación, venta y/o utilización comercial de la invención protegida” (SIC, 2010) el cual tiene como finalidad fomentar la innovación y el crecimiento económico.

En cada país el desarrollo de los sistemas de patentes ha tenido su propia evolución, sin embargo, la firma de tratados y convenios internacionales han estado presentes durante su acelerado progreso, a continuación se señalan algunos de ellos y su repercusión internacional.

2. Sistemas internacionales de patentes

En 1967 se establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) con el objetivo de “fomentar la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo mediante la cooperación de los Estados, en colaboración, cuando así proceda, con cualquier otra organización internacional” (OMPI)³. Y para ello esta organización ha generado una serie de archivos estadísticos desde 1985 que contienen información apreciable de cada país miembro en relación a la propiedad intelectual.

³Cita extraída de la página de la OMPI. Recursos: Manual de la OMPI de información y documentación en materia de Propiedad Industrial, 2da parte: Cooperación Internacional. Convenio de la OMPI. Artículo 2: Definiciones

En la actualidad existen registrados en la OMPI (WIPO, por sus siglas en inglés) 184 estados miembros que, deben cumplir con los estatutos⁴ y con uno de los siguientes requisitos para ingresar a la organización:

- Ser estado miembro de la Unión de París para la protección industrial o de la Unión de Berna para la protección de las Obras Artísticas y Literarias.
- Ser miembro de las Naciones Unidas o de cualquiera de sus organismos especializados, o del Organismo internacional de Energía Atómica, o que sea parte en el Estatuto de la Corte Internacional de Justicia.
- Ser invitado por la Asamblea General de la OMPI a convertirse en Estado miembro de la organización.

Congruente con las demandas, la OMPI, haciendo uso de su facultad como entidad internacional especializada en la Propiedad Intelectual, desarrolló en el año 2005 un análisis comparativo de algunos aspectos de los sistemas de patentes de los Estados asociados a esta organización; para ello envió a cada una de las dependencias de los países miembros un formulario⁵ que contenía interrogantes acerca del sistema de patente de cada país, con lo cual logró recibir 40 respuestas de aquellos que estipulaban legislación al respecto.

Debido a la gran diversidad de sistemas de patentes en el mundo, en 1970 se firma en Washington el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), por medio del cual se busca estandarizar y simplificar la forma en la cual se realizan solicitudes de patentes en varios países⁶.

Además de este la OMPI administra alrededor de 24 tratados divididos en 4 grupos, Sistemas de Registro Mercantil, Sistemas de Clasificación, Sistemas de Protección de Propiedad Industrial y Sistemas de Protección de Derechos de Autor.

⁴En este enlace se pueden encontrar los estatutos http://www.wipo.int/treaties/es/convention/trtdocs_wo029.html

⁵ Para recuperar el formulario ver:

http://www.wipo.int/export/sites/www/ipstats/es/questionnaire/pdf/patent_systems_survey.pdf

⁶Es importante resaltar que en 1978 estaban adscritos a este acuerdo solo 18 países, y para el 2009 ya se encontraban inscritos 142 estados (WIPO, 2010, 51)

Algunos de los tratados internacionales más importantes en el campo de las patentes son:

- Convenio de París.
- Arreglo de Madrid.
- Tratado de Budapest
- Tratado de Derecho de Patentes.
- Tratado Nairobi.
- Tratado de Patentes Regional (PCT)
- Acuerdo de Cartagena.

Aunque es bastante la legislación y los tratados contruidos al respecto para la protección a la propiedad intelectual y en específico la protección a la propiedad industrial, la promoción de sistemas de patentes en una nación tiene críticas que deben ser evaluadas, ya que permite un conocimiento profundo del tema, así que la siguiente sección estará dedicada a conocer las principales críticas que se desarrollan en torno a estos modelos. La siguiente es una tabla con la cronología de algunos de los tratados internacionales de la Propiedad Intelectual más importantes.

Tabla I: Cronología de los tratados Internacionales de la Propiedad Intelectual y derechos de autor

Tratados de Propiedad Industrial	Año	Tratados de Derechos de Autor Tratados Relacionados con el Comercio
Convenio de París	1883	
	1886	Convenio de Berna
Arreglo de Madrid		
Unión de Madrid relativo al Registro de Marcas	1981	
Arreglo de la Haya	1934	
	1947	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)
	1952	Convención Universal sobre Derechos de Autor
Arreglo de Niza	1957	
Arreglo de Lisboa	1958	
Convenio Internacional para la Protección de Variedades Vegetales	1961	Convenio de Roma
Arreglo de Locarno	1968	
Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT)	1970	
Convenio de Estrasburgo	1971	Convenio de Ginebra

Fuente: Rivera, (2009, p. 12). Basado en USAID

3. Críticas al sistema de patentes

A pesar de que el sistema de patentes tiene varios siglos de existencia, aún se encuentran discrepancias alrededor del funcionamiento y los beneficios que produce el sistema de patentes en una sociedad. (Viana, 2006).

Stiglitz⁷ (1999) afirma que el sistema de patentes puede afectar seriamente el proceso de innovación ya que produce por un lado concentración e incremento en los precios de uso de algunos recursos, y por otro genera una desventaja para la segunda generación de innovaciones.

Reforzando el argumento de la concentración de recursos desde una visión económica, Cole (1998) afirma que, "Para garantizar el uso eficiente de un bien, lo importante es que alguien tenga el control del bien" (p. 2), y que el objetivo de otorgar derecho de propiedad privado a un sujeto u organización es el de crear escasez del objeto, así generar una renta monopólica para los tenedores del derecho; por tanto <<la ley

⁷ Citado en (Viana Barceló, 2007)

no protege la propiedad de un bien escaso, sino que la “escasez”⁸ es creada por la misma ley>> (Cole, 1998, p. 2).

Para la segunda afirmación expuesta por Stiglitz, Meier⁹ (1990) extrae algunos aportes presentados por Thomas Jefferson respecto al tema cuando este dice:

El hecho de que una idea conduce a otra, aquella a una tercera, y así sucesivamente a lo largo del tiempo hasta que alguien que no fue originador de ninguna de estas ideas, las combina todas juntas y produce lo que con justicia se describe como una nueva invención. (Cole, 1998, p. 6)

Maskus¹⁰ (1997), trae a la discusión otra circunstancia en la que el sistema de patentes no es eficiente, y lo expresa poniendo el ejemplo de dos científicos que trabajan de forma independiente, y trabajan en una misma idea por un tiempo y logran generar una invención al mismo tiempo; en este caso el que tiene propiedad sobre la invención es el inventor que haya hecho la solicitud primero.

Finalmente otro argumento que critica los sistemas de patentes tal como se encuentran esquematizados en la actualidad lo desarrolla Katz (1972) al afirmar que, “la reciprocidad de trato solo tiene sentido cuando se enfrentan dos países con ritmos relativamente similares de gestación tecnológica”, aludiendo que la legislación actual beneficia considerablemente a los países desarrollados, ya que son estos los que tienen mayor conocimiento especializado acumulado, lo que les genera una ventaja en el momento de crear e innovar, y es por esto que un país en vía de desarrollo no tienen las mismas condiciones de competir, aun así tienen legislación que es muy similar.

Y añade a su argumento la baja relación que tiene el patentar de las corporaciones multinacionales en la transferencia tecnológica en un país en vía de desarrollo, por lo cual aunque en algunos países se presenten grandes cantidades de patentes, no es un indicador fiable de niveles de generación de conocimiento.

⁸ Comillas del texto original

⁹ Citado en (Cole, 1998)

¹⁰ Citado en (Viana Barceló, 2007)

De esta forma es posible comprender cómo la discusión en torno a los sistemas de patentes aún se mantiene y debe reformarse; no obstante se debe reconocer la importancia e impacto que tienen en la generación de innovación y crecimiento económico de una sociedad que se trata en la siguiente sección.

4. Sistemas de patentes como promotor de innovación y crecimiento económico

El sistema de patentes como herramienta estratégica de una Nación, ha mostrado los gobiernos mundiales. Es en relación a esto que, la búsqueda de instrumentos que puedan facilitar la implementación de mecanismos de apoyo para alcanzar este objetivo, se ha vuelto prioridad dentro de los planes de los países.

Las cifras entregadas por la OMPI (2010) demuestran que la capacidad de invención y posterior patente de las creaciones intelectuales, poseen un número mayor en aquellos impactos benéficos en su desarrollo económico y es uno de los objetivos primordiales de países que ostentan un nivel alto de ingresos económicos; es por esto que se ha llegado a creer y aseverar que, una adecuada implementación del sistema de patentes y el desarrollo económico poseen una estrecha correlación.

Sin embargo, es preciso tener en cuenta que los registros de patentes presentados por Naciones que ostentan el título de potencia económica, han señalado un número creciente en lo que respecta a invención por parte de ciudadanos extranjeros residentes en estos países, esto se debe principalmente a la legislación protectora que poseen los países desarrollados en cuanto a la propiedad intelectual, frente a la baja seguridad existente en la reglamentación de ciertos países.

En palabras de Vish–Wasrao¹¹ (1994), las leyes débiles dentro de una sociedad referente a las patentes pueden causar una baja calidad en su aplicación, y por lo tanto ser considerada como obsoleta, desencadenando un retroceso en el desarrollo económico que esta pueda generar.

¹¹ Citado en Maskus, 2000.

La poca seguridad que un país puede presentar en relación con la propiedad intelectual podría causar desconfianza frente a sus principales aliados comerciales; llevando a un relego de los acuerdos económicos existentes, debido a la poca innovación y tecnificación que este puede ofrecer dentro de un acuerdo comercial.

Surge aquí la pregunta, ¿Colombia posee un marco jurídico que proteja de manera integral la propiedad industrial? Para dar respuesta a esto la decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) plasma un régimen general sobre la propiedad industrial, en ella se puede encontrar quiénes son los propietarios de las patentes, cuáles son los requisitos, el trámite de la solicitud de una patente, entre otras cosas.

Por otro lado la legislación colombiana para la protección de la propiedad industrial los ha amparado desde varias esferas del derecho, tal vez la más efectiva protección es la brindada desde el código penal el cuál en su artículo 270 y siguientes, impone penas que oscilan entre dos y ocho años para aquellas personas que con su acciones afecten o violen los derechos que emanan de la propiedad industrial. Desde esta perspectiva hay que concluir que desde la órbita jurídica colombiana se brinda una protección efectiva a los derechos de una patente.

Los países que poseen un nivel alto de ingresos han diseñado sus propios sistemas en lo que respecta a la propiedad intelectual, además del sometimiento a los diferentes acuerdos internacionales existentes, sin embargo, esto no ha sido garante para el incremento en el número de patentes por parte de los países de élite económica. Es entonces donde se debe hacer claridad, en que poseer una normatividad importante en cuanto a la protección de los derechos de los inventores no es una muestra de garantía, para que las grandes empresas internacionales decidan invertir en los mercados de un país determinado. De acuerdo a un informe del CIPR¹² (CIPR & Barton, 2002), las condiciones que determinan la inversión internacional no solo depende de las leyes en relación con la propiedad intelectual, ya que se deben alinear otros factores para encaminar el sistema de patentes y su marco jurídico como una brecha para obtener ingresos económicos.

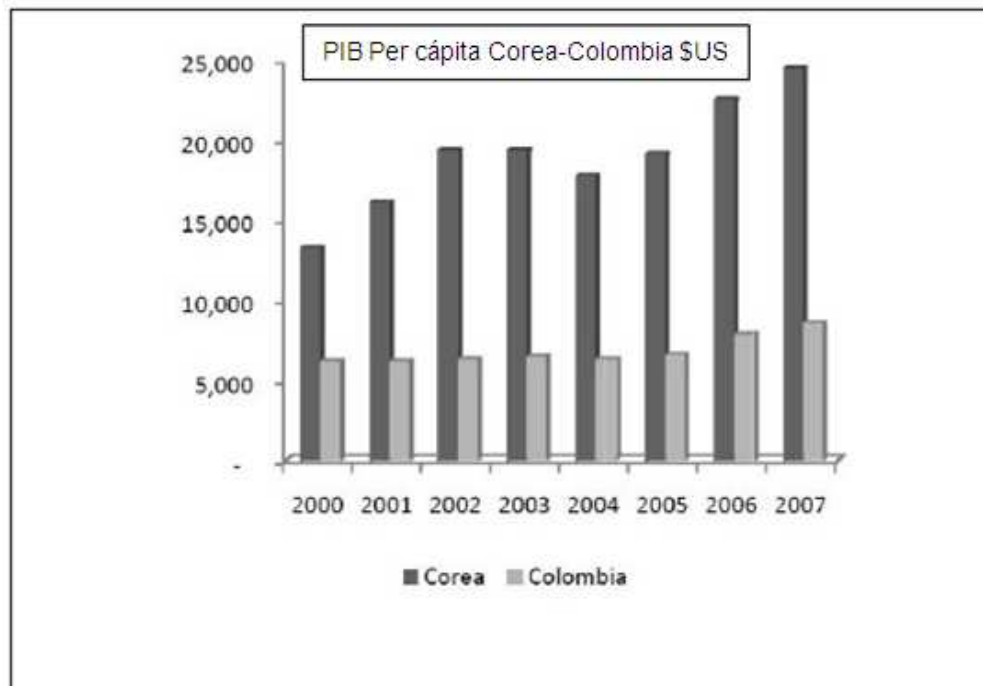
¹² Comisión de Derechos de la Propiedad Intelectual.

“El desarrollo de nuevas tecnologías conlleva una inversión considerable en investigación y desarrollo, cargada de importantes riesgos e incertidumbres” (Kuan, 2003, p. 10), que exigen el desembolso de dinero y en muchos casos algunos países no poseen el presupuesto necesario para incentivar el intelecto de sus ciudadanos, y muchos inventores pertenecientes a economías emergentes no poseen las condiciones necesarias para tramitar un registro de patentes en otro territorio (Bouazzaoui, 2003).

Con base en lo anterior, el poseer una nomenclatura jurídica en materia de patentes no es el único garante de que esta pueda generar desarrollo económico, es necesario también generar espacios de confianza en los escenarios internacionales en cuanto a la utilidad y favorabilidad de las investigaciones realizadas.

No obstante, la evaluación de algunos estudios de organizaciones especializadas en desarrollo económico, llegan a concluir que el incremento en los registros de patentes por parte de un país no se encuentra estrechamente ligado con el nivel de ingresos económicos que este pueda llegar a poseer. Razón por la cual se asevera que las cifras relativas a las patentes concedidas en países en desarrollo exageran la importancia de las patentes, ya que la mayoría de ellas poseen una importancia económica o tecnológica mínima, porque muchas no se explotan en esos países (Blankaney, 1989), además se debe tener presente que la capacidad de explotación de una patente no se presenta de manera uniforme en todos los países donde presenta aplicabilidad, ya que se ha comprobado variabilidad en los diferentes escenarios donde ha sido explotada.

Las invenciones de tipo tecnológico dentro del sistema de patentes han mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, presentando un avance en lo que respecta al intelecto humano y en una mayor adaptabilidad de este tipo de invenciones dentro del sistema económico. El porcentaje y el número de solicitudes de patente realizadas por y en los países en desarrollo parecen estar vinculados a su capacidad tecnológica.



Fuente: Index Mundi. Extraído de <http://indexmundi.com>

(Mengistie, 2003); por tanto, la hegemonía tecnológica presentada por estas naciones ha permitido que obtengan un nivel mayor de desarrollo, siendo este tipo de innovaciones el canal para alcanzar el posicionamiento mundial.

Sin la protección mediante patente, ninguna empresa se siente segura a revelar o transferir sus tecnologías (Idris, 2002), la propiedad intelectual se convierte así, en el instrumento generador de transferencia tecnológica entre países, ya que la acción fundamental de la patente en materia tecnológica es proporcionar los espacios de intercambio de conocimientos e incentivar la creación de nuevas invenciones con respecto a este sector económico.

Para el análisis que se desarrolla en este artículo se seleccionan como países objeto de estudio a Corea y Colombia ya que estos en la década de los 70 poseían un PIB y una inversión similar en I+D, pero, para el año 2009 el PIB de Corea era aproximadamente 3.5 veces el de Colombia que, se produce principalmente a sus altos niveles de industrialización e innovación.

En la siguiente gráfica se puede apreciar la evolución del PIB per cápita de Corea del Sur y Colombia entre el 2000 y 2007.

4.1. Sistema de Patentes República de Corea (CS)

Corea vivió durante los años sesenta un proceso de industrialización que se desarrolló a través de unos planes diseñados hasta el año 2000, donde se contemplaba la creación de industrias estratégicas llamadas "Chaebol"¹³ con el objetivo de reducir las desventajas que tenía el mercado local (Rivera, 2009).

Fue así como Corea según Lee (1989), vivió tres etapas para lograr su desarrollo industrial, en primer lugar se dio la imitación, en una segunda fase se dio la internacionalización y finalmente logró la generación de tecnología.

Durante la etapa de imitación la protección a la propiedad intelectual no era considerada relevante para el gobierno ya que la generación de patentes y modelo de utilidad eran bajos, promoviendo la utilización de las tecnologías extranjeras sin mayores restricciones; pero ya en la etapa de generación de conocimiento la protección aumento y se estableció con niveles internacionales (Bravo & García, 2007).

Sin embargo para el caso coreano fueron las empresas las que tomaron la iniciativa en la generación de políticas de Propiedad Intelectual como herramienta para el crecimiento económico y la innovación, generando presión sobre el gobierno para que iniciara trámites al respecto.

Así el gobierno de este país trabajó la gestión del conocimiento desde tres dimensiones: Creación, Protección y Explotación; bajo estos tres campos buscaba promover el recurso humano, la remuneración a la innovación y la transferencia de conocimiento (Rivera, 2009), aunque este trabajo fue apoyado por políticas con incentivos a las empresas y universidades que se destacaran en la creación de conocimiento.

La organización designada para apoyar este proceso y darle continuidad es la KIPO (Korean Intellectual Property Office), donde su papel fue fundamental en la formulación de leyes y el apoyo al sistema de patentes que durante los últimos dos decenios presentó un incremento promedio anual de 17.4% en patentes concedidas (WIPO, 2010).

¹³Kim, (1997) citado por Rivera (2009), define "un chaebol es un grupo de negocios que consiste en una variedad de empresas corporativas, comprometido en diversas áreas de negocios y típicamente manejado y dirigido por uno o dos grupos de familias interrelacionadas".

5. Sistema de Patentes Colombia

El sistema de patentes colombiano ha presentado constantes cambios a lo largo del tiempo, debido a modificaciones en las leyes que lo rigen (Viana, 2006). En la actualidad, Colombia se encuentra inmersa en los principales tratados internacionales existentes en lo referente a la propiedad intelectual, entre ellos el Acuerdo de Cartagena que es el esfuerzo de los países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN)¹⁴ por brindar una mayor protección a las obras originadas en estos países.

Ninguno de estos acuerdos ha dejado sin valor la normatividad interna de Colombia, lo que ha hecho es complementarla, además de orientar el alcance de un tema específico (Canaval, 2008), la Constitución Política Colombiana establece en los artículos 15 y subsiguientes que debe otorgársele una especial protección los avances de tipo tecnológico, industrial y científico, además de garantizar que cada individuo goce de una retribución económica debido a la creación de invenciones, sin verse atropellado por el Estado ni por ninguna organización que se presente como competencia.

La norma positiva expresa que la duración de la patente en Colombia para el disfrute y goce del derecho patrimonial tendrá una duración de 20 años, y que luego de esto pasará a ser patrimonio de la humanidad; los avances generados en la legislación se encuentran expresados en el código sustantivo de trabajo que, expresa claramente su posición, sanciones y demás indemnizaciones en el caso que no se cumpla con la autoría de los inventos registrados.

5.1 Ha dado esto, ¿efectos positivos en Colombia?

La racionalidad económica para la concesión de derechos de propiedad es que ello incentiva el desarrollo de nuevos productos, lo cual genera bienestar a la sociedad (Viana, 2006). Es con base en lo anterior que la aplicación de un sistema de patentes está encaminado a la indagación e innovación en lo referente a la creación de industria que atraiga capital extranjero que desencadene en desarrollo económico.

¹⁴ Integrado por Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia.

En cifras de la OMPI (1994-2002), Colombia junto con Ecuador son las dos naciones de la CAN que presentan una mayor fuerza en lo que respecta a leyes relacionadas con la propiedad intelectual, esto ha representado una confianza mayor en los mercados internacionales por parte de países desarrollados. Sin embargo se debe hacer claridad que “la actividad innovadora en el país está monopolizada por los inventores extranjeros, destacándose el sector económico que se encarga de la producción de productos y sustancias químicas” (Viana, 2006).

La teoría económica no precisa acerca de la relación entre inversión directa extranjera y los derechos de propiedad intelectual, debido a la complejidad del estudio que se requiere para precisar esta afirmación. No obstante los derechos de PI no son uniformes en todas las industrias donde se presentan invenciones, ya que estos varían entre los diferentes sectores industriales (Maskus & Yang, 1997).

El catalogar a la patente como un benefactor de la economía colombiana, puede ser impreciso debido a la baja creación presentada por parte de los inventores nacionales frente al registro de patentes dentro del país, además no todas las patentes registradas en Colombia son comercializadas y su medición frente a la economía del país puede poseer un alto grado de error.

6. Descripción de la industria electrónica (IE) en Corea y Colombia

La cadena electrónica es la parte del sector de la electrónica, la informática y las telecomunicaciones que, reúne todas aquellas actividades de investigación, desarrollo, fabricación, integración, instalación y comercialización de componentes, partes, subensambles, productos y sistemas físicos y lógicos, fundamentados en la tecnología electrónica (DNP).

Tal como afirma Sánchez (2002), los inicios de esta industria se remontan a la Segunda Guerra Mundial¹⁵ que, a través de la identificación del Germanio y el Silicio como elementos semiconductores potencializan el desarrollo de circuitos integrados.

¹⁵ Existen evidencias que esta industria tuvo aproximaciones anteriores, sin embargo los logros más significativos iniciaron en la época en la cual se desarrolló la 2da guerra mundial (1939-1945).

Desde el momento en el que se gesta este nuevo conocimiento al día de hoy, los avances en este campo han transformado el mundo, desde la creación de semiconductores a la fabricación de artefactos aeroespaciales; por lo cual toma gran relevancia en la historia de la humanidad.

En el año 2005 esta industria estaba estructurada en Telecomunicaciones y redes (25.6%), las computadoras y el procesamiento de datos (24.1%), y los electrodomésticos y equipos audiovisuales (24.1%), seguidos por los aparatos electrónicos industriales y médicos (14.5%), los equipos electrónicos para automóviles (8.1%) y la defensa y el espacio aéreo (6.6%) (CEPAL, 2006, p. 18).

De igual forma el impacto de esta industria sobre la economía mundial ha sido significativo. Fenómeno que se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla II

Nº de orden	Grupos de productos	Participación sobre el total del comercio mundial
1	Aparatos eléctricos y electrónicos	16.5%
2	Maquinaria y equipo	14.0%
3	Combustible minerales y sus destilados	11.7%
4	Vehículos terrestres, partes y accesorios	9.8%
5	Productos de la industria química y farmacéutica	9.0%
6	Alimentos y bebidas	7,1%
7	Hierro, acero y sus manufacturas	5.0%
8	Productos textiles	3.6%
9	Materias plásticas y sus manufacturas	3.4%
10	Metales no ferrosos y sus manufacturas	2.7%
	Resto	17.2%
	Total	100%

Fuente: (Queipo, 2007)

La tabla muestra la importancia que tiene el sector eléctrico y de la electrónica en el contexto económico mundial, ya que es el rubro que mayor participación tiene en el comercio mundial, seguido por la fabricación de maquinaria y equipo.

Sin embargo, la producción se encuentra concentrada en unos pocos países (Véase Cuadro II), donde China tiene el mayor porcentaje de

producción (22.6%), seguido por América de Norte (22.1%), lo que deja ver que son las potencias económicas actuales las que tienen el control sobre este campo. Cabe resaltar que los países asiáticos están tomando fuerza en este mercado ya que Japón se centra en producción de componentes esenciales y materiales sofisticados, la República de Corea en tecnología de procesos para componentes en gran escala por medio de sus Chaebol y China en tecnología de ensamblaje con modelos de empresas transnacionales de Singapur y Malsia (Joo, 2005 citado en CEPAL, 2006).

En la anterior sección se apreció el contexto de la industria electrónica en el mundo; ahora bien, a continuación se verán las condiciones de esta industria en el contexto Coreano y Colombiano, para finalmente realizar un paralelo entre estas dos situaciones y revisar los impactos que ha tenido el sistema de patentes en este medio.

6.1 Industria Electrónica en Colombia

Para el año 2008 la producción bruta de la industria electrónica representaba el 3.95% de la producción bruta¹⁶ total del país (DANE, 2008), lo que constituye un porcentaje aún muy bajo en la escala de la producción nacional; este mismo año presentó una Inversión Neta¹⁷ en el sector de 4.544% del total nacional, resaltando que solo dos de los diez rubros que se incluyen en esta industria tuvieron inversión positiva.

Tal como expone Hay Harb (2010), la industria electrónica está compuesta principalmente por pequeñas y medianas empresas, lo cual genera un aproximado del 63% de este sector, que ha sobrevivido, además, sin apoyo especial.

Lo anterior se ve reflejado en el cuadro de exportaciones¹⁸, entre el 2001 y 2005, de este sector que, muestra que se ha tenido un avance principalmente en el rubro de equipos de telecomunicaciones, y que es

¹⁶ Producción bruta: es igual al valor de todos los productos más los ingresos por subcontratación industrial más el valor de la energía eléctrica vendida más el valor de los ingresos por CERT, más el valor de las existencias de los productos en proceso al iniciar el año menos el valor de los productos en proceso al finalizar el año, más el valor de otros ingresos operacionales (DANE).

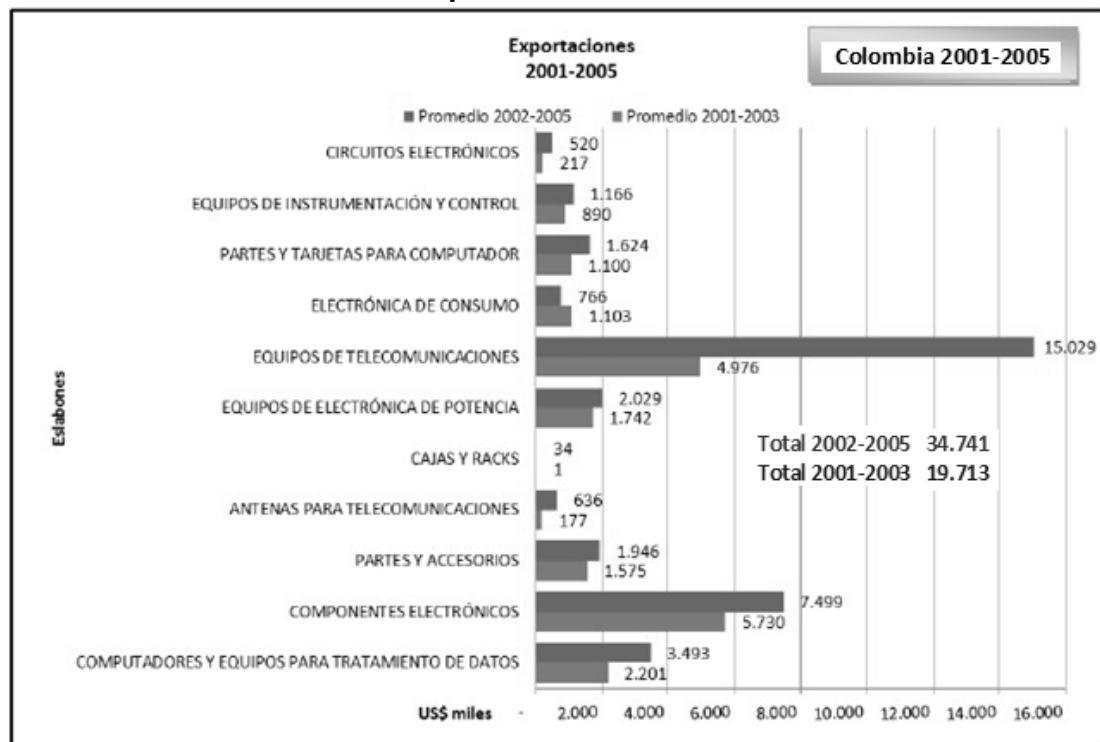
¹⁷ Inversión neta: corresponde al resultado de descontar de la inversión bruta la depreciación causada durante el año (DANE).

¹⁸ Véase Cuadro I: Exportaciones 2001-2005.

precedido por la fabricación de componentes electrónicos, que además expresa que la fabricación de componentes complejos no se ha desarrollado en niveles de alta calidad, y que sigue siendo un campo desconocido para los investigadores e ingenieros colombianos poco explorado.

Es importante resaltar que el principal destino de las exportaciones de este sector en Colombia entre 2001 y 2003 es Estados Unidos con un 48.8% (DNP); lo que podría ser un dato que se deba analizar ya que cabe la posibilidad de que la mayor parte de estas exportaciones sean partes subcontratadas por empresas multinacionales, lo que limita el conocimiento de los residentes.

Cuadro I: Exportaciones 2001-2005



Fuente: Hay Harb (2010, p. 13)

6.2 Industria Electrónica en Corea

La industria de fabricación de equipo eléctrico y electrónico de la República de Corea desde 1997 se ha incrementado con un promedio anual aproximado de 9.4% (OIT, 2007). Los principales productos fabricados en Corea son los equipos y aparatos de radios, televisión y

comunicaciones, teniendo una cuota superior al 65% del total de producción en esta industria¹⁹ además de ser los productos que a 2004 más se exporta.

Dentro de este contexto se presenta un fenómeno muy interesante ya que las exportaciones de producto terminado han crecido con un ritmo mayor a la producción, lo cual refleja que los se están exportando en su mayoría productos terminados y algunos de los componentes de estos productos son importados, tendencia que se ha incrementado en este país, convirtiéndolo en un exportador de producto terminado más que en desarrollador de productos intermedios.

En relación al empleo generado por esta industria se debe tener presente la crisis financiera que azotó a Asia entre 1997 y 1998. Lo que perjudicó fuertemente esta industria, así que entre 1997 y 2004 la tasa de crecimiento promedio del empleo fue del 3.5% (114.000 trabajos), haciendo énfasis que entre 1999 y 2004 la tasa de crecimiento fue de 6.1%. (OIT, 2007).

Tal como afirma Joo (2005) la industria electrónica coreana ha pasado de lo simple a lo complejo, en sus inicios su dedicación exclusiva era el ensamblaje de productos simples, luego se da el paso a la producción de semiconductores y finalmente para el 2000 ya diseñaban y realizaban su producción con mejoras tecnológicas (principalmente miniaturización).²⁰

¹⁹ Véase Cuadro II: República de Corea, fabricación de productos eléctricos y electrónicos, 1997-2004.

²⁰ Para conocer al detalle la producción y las exportaciones de la industria eléctrica y electrónica en Corea véase Cuadro III: Producción y exportaciones de la industria electrónica coreana 2005.

Cuadro II: República de Corea: Fabricación de productos eléctricos y Electrónicos (1997-2004)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1997-2004
Total, CIIU 30, 31 y 32	77,7	57,2	84,5	112,6	93,5	109,5	123,8	150,5	9,4
30 Fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática	14,0	9,3	15,8	23,3	18,6	18,4	20,7	24,3	7,9
31 Fabricación de maquinaria y aparatos eléctricos n.c.p.	16,4	10,1	15,9	19,1	17,5	19,4	21,1	25,0	6,0
3110 Fabricación de motores, generadores y transformadores eléctricos	3,9	2,6	4,2	4,9	4,4	5,7	5,5	6,1	6,3
3120 Fabricación de aparatos de distribución y control de la energía eléctrica	4,4	2,3	3,3	4,6	4,2	4,6	4,9	5,6	3,5
3130 Fabricación de hilos y cables aislados	4,3	2,9	4,2	4,6	4,0	3,5	4,1	4,9	1,7
3140 Fabricación de acumuladores y de pilas y baterías primarias	0,9	0,7	0,9	1,2	1,2	1,2	1,4	1,6	8,5
3150 Fabricación de lámparas eléctricas y equipo de iluminación	1,1	0,7	1,0	1,1	1,2	1,4	1,8	2,5	11,6
3190 Fabricación de otros tipos de equipo eléctrico n.c.p.	1,8	0,9	2,3	2,6	2,4	3,1	3,5	4,3	12,3
32 Fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones	47,3	37,7	52,8	70,2	57,4	71,8	82,0	101,3	10,9
3210 Fabricación de tubos y válvulas electrónicos y de otros componentes electrónicos	25,7	23,2	31,9	41,7	30,0	37,4	38,6	44,8	8,0
3220 Fabricación de transmisores de radio y televisión y de aparatos para telefonía y telegrafía con hilos	12,5	9,9	15,2	21,0	20,7	26,7	32,7	42,8	17,6
3230 Fabricación de receptores de radio y televisión, aparatos de grabación y reproducción de sonido y video, y productos conexos	9,1	4,7	5,7	7,5	6,7	7,7	10,6	13,6	5,7

Fuente: Estimaciones de Actividades Sectoriales de la OIT, basadas en datos del SECTOR *source* citado en (OIT, 2007).

Cuadro III: Producción y exportaciones de la industria electrónica coreana 2005

PRODUCCIÓN Y EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA ELECTRÓNICA COREANA, 2005				
<i>(En millones de dólares)</i>				
Segmento	Producción	Porcentajes	Exportaciones	Porcentajes
1. Equipos de información y comunicaciones	78 249	37,1	45 731	44,5
- teléfonos móviles	33 719	16,0	18 883	18,3
- computadoras y periféricos	25 775	12,2	14 117	13,7
- pantallas de cristal líquido	8 668	4,1	6 352	6,2
2. Piezas y componentes generales	60 273	28,5	10 871	10,6
- pantallas de cristal líquido	35 436	16,8	4 684	4,6
- placas de circuito impreso	8 250	3,9	1 346	1,3
3. Semiconductores	37 192	17,6	29 996	29,2
4. Electrodomésticos digitales	29 240	13,8	14 656	14,2
- línea blanca	7 194	3,4	2 966	2,9
- televisores digitales	2 630	1,2	1 431	1,4
5. Equipo industrial	6 174	2,9	1 450	1,4
Total	211 128	100,0	102 704	100,0

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre base de información de la Asociación de Industria Electrónica Coreana citado en (CEPAL, 2006).

Todo este proceso de industrialización coreana es palpable en la actualidad por medio de dos de las multinacionales más fuertes del sector tecnológico, que son Samsung y LG, las cuales tienen desafíos grandes al competir con China que en las últimas dos décadas ha mejorado considerablemente sus infraestructura en procesos productivos y tecnológicos.

Hasta esta sección se ha pasado por el conocimiento de sistemas internacionales de patentes que luego se han contextualizado en los dos países de interés para este artículo que son Colombia y Corea; luego se introduce un nuevo contenido que respecta a la industria electrónica, la cual ha tenido una expansión significativa en términos de comercio y ha impactado las dos naciones. Para finalizar realizaremos, entonces, un contraste de los niveles de patentes en la industria electrónica teniendo como casos específicos a Corea y Colombia, a fin de examinar los comportamientos de las mismas y poder concluir acerca de la influencia del sistema de patente en esta industria.

7. Contraste en el desarrollo de la IE bajo la aplicación de sistemas de patentes

Caso Colombia

Colombia se ha caracterizado por tener un bajo nivel de patentes, que en muchos de los años varia de forma negativa, tan solo entre 2004 y 2005 se contrajo aproximadamente el 36% (de 11 patentes a 7) en las patentes de residentes, que si bien fue una época donde la mayor parte de los países contrajo su número de patentes, el declive de Colombia se encuentra entre los más altos.

En la Tabla III se puede encontrar el número de patentes generados desde el 2003 hasta el 2007 en Colombia, donde se aprecia el bajo porcentaje de patentes que se realizan en el país, y es aún más grave revisar que solo el 3.5% de las patentes durante este periodo es conocimiento generado por residentes, cifra que es alarmante ya que expresa bajos niveles de producción de conocimiento (o de apoyo al mismo) y una alta concentración por parte de no residentes en la concesión de patentes.

Para puntualizar este fenómeno se analiza desde la industria electrónica, donde solo el 3.6% de las patentes concedidas en 2008 a residentes pertenece a este campo (CCB, 2009), información que corrobora el atraso tecnológico e investigativo del país; por otro lado la industria que mayores porcentajes de patentes tiene por parte de residentes es la ingeniería mecánica, que obtiene un 35.7% del total de patentes.

Luego de conocer el de forma general el caso de Colombia se pasa a revisar el caso Coreano, que se analiza desde la producción en la industria electrónica.

Tabla III

Patentes otorgadas		2003	2004	2005	2006	2007	Total
Colombia	Residentes	5	11	7	11	12	46
	No residentes	286	294	249	212	210	1.240
	Total	291	283	256	223	222	1.286

Fuente: Basado en información de RICYT (2009)

Caso Corea

La industria electrónica coreana ha registrado un aumento acelerado en el número de patentes desarrolladas en los últimos años. "Este aumento responde a la presentación de solicitudes de patentes por solicitantes procedentes de este país y, al mismo tiempo, de solicitantes extranjeros" (OMPI, 2007).²¹

Tabla IV

Patentes otorgadas		2003	2004	2005	2006	2007	Total
República de Corea	Residentes	30.525	35.284	53.419	89.303	91.645	300.176
	No residentes	13.653	13.784	20.093	31.487	32.060	111.077
	Total	44.178	49.068	73.512	120.790	123.705	411.253

Fuente: Basado en información de la WIPO.

El predominio en el número de patentes registradas por parte de los países Asiáticos entre los cuales se encuentra Corea, es muestra de unas políticas encaminadas al desarrollo económico a través del registro de creaciones, mostrándose un creciente auge en lo que respecta a industrias de base tecnológica y su perfeccionamiento en el área electrónica, convirtiéndose de esta manera la economía industrial coreana en una causante del creciente sistema de patentes conocidas en el mundo.

En cifras presentadas por la WIPO en el período comprendido entre 2000-2004, el número de patentes registradas por parte de los

²¹ Para información desglosada ver Tabla III.

inventores coreanos represento una participación mundial del 24% revelándose una contribución importante del sector tecnológico, así mismo “La solicitud de patentes presentadas en el sector de la electrónica representaron el 35% de las solicitudes de patentes [del campo de tecnología] entre 2000 y 2005” (OMPI, 2007) mostrándose una participación importante por parte de los inventores coreanos y residentes en ese país en lo que respecta a la innovación de dicha industria.

En lo referente a las industrias coreanas en “Cuanto a las actividades relacionadas con la investigación y el desarrollo, se clasificó novena en el mundo en términos de gasto (5900 millones de dólares), 16° en términos de innovación tecnológica y sexta en gestión de patentes” (CEPAL, 2006), además en 2008 Corea alcanza el cuarto lugar en patentes siendo superado por la república de China (WIPO, 2010); mostrándose un direccionamiento al desarrollo económico mediante la explotación y protección de instrumentos relacionados en la industria electrónica y esta como eje de su hegemonía tecnológica mundial.

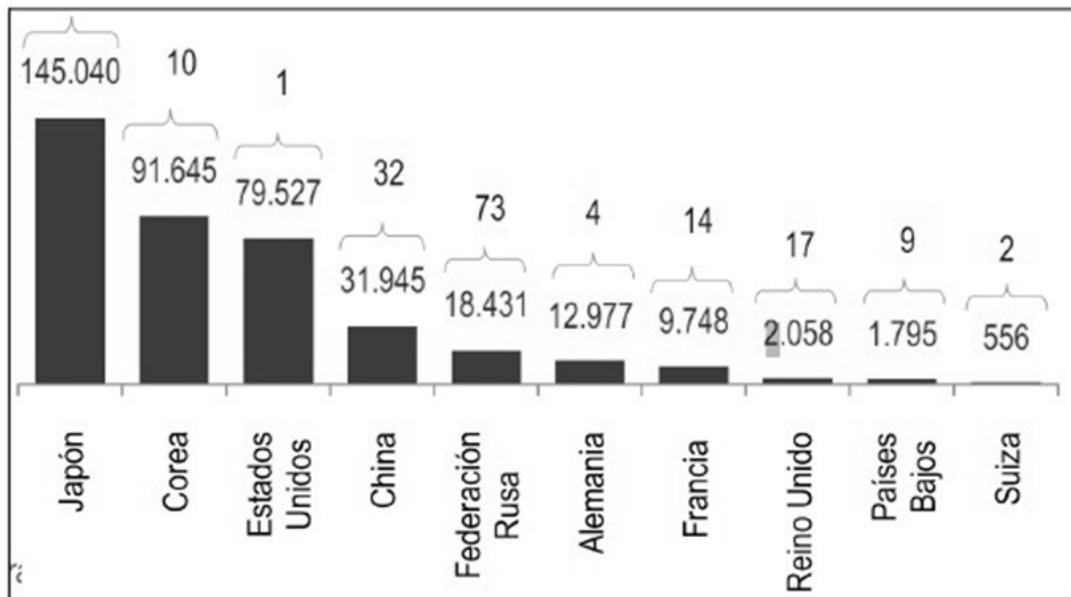
Contraste

Es claro hasta este punto que existen diversos sistemas de patentes; sin embargo presentan en su mayoría unas características similares ya que se han adherido en el transcurso del tiempo a tratados y convenios internacionales, pero esto no asegura su uniformidad ni impacto en los niveles de invención en diferentes naciones.

El contraste presentado entre la generación de patentes en la industria electrónica de Colombia y de Corea deja ver que en economías desarrolladas como es el caso del país asiático, los sistemas de patentes tienen un gran efecto en la generación de nuevo conocimiento, mientras que en economías en desarrollo el sistema no presenta tales efectos en la innovación y transferencia de conocimiento lo cual se puede apreciar en el gráfico I.

Por tanto se hace necesario que los países en vía de desarrollo evalúen las ventajas y las consecuencias desfavorables económicas y sociales que pueden estar produciendo los actuales sistemas de patentes en relación a la promoción y fortalecimiento de la innovación.

Gráfico I



Fuente: (CCB, 2009).

8. Conclusiones

En la actualidad, el sistema de propiedad intelectual ha mostrado evolución, teniendo como máxima pretensión el garantizar la protección de las obras originadas en los diferentes estados-nación mediante instrumentos facilitadores como la legislación, el desarrollo económico, la tecnología y demás ramas del pensamiento.

Lo anterior tiene como detonante el nacimiento de nuevas tecnologías y modos de operación que han surgido en los últimos años. La propiedad intelectual presentada en el país es sólida en comparación con sus homologas latinoamericanas, por otro lado aún se observa una baja invención por parte de los pobladores colombianos, siendo los extranjeros los que mayor número de patentes registradas poseen en el país, revelando una tendencia a nivel mundial acerca de este tipo de prácticas, principalmente en economías en vía de desarrollo.

La concesión de patentes a nivel mundial está enmarcada por el surgimiento de invenciones en el ámbito de la tecnología, mostrando en muchas ocasiones una correlación alta entre el desarrollo económico y patentar en el sector tecnológico. Así mismo se evidencia los beneficios que presenta un conjunto de leyes establecidas para el sistema de

patentes en la atracción de capital extranjero, y cómo esta situación se ve representada en ascensos dentro de los índices de exportación.

En relación al comportamiento presentado por la Industria Electrónica, la evidencia muestra la alta afinidad que tiene la producción de tecnología con los niveles de desarrollo económico, que es apoyado por el número de patentes que se generan anualmente en este sector.

Finalmente evaluar los sistemas de patentes es una tarea que deben desarrollar los países en desarrollo ya que en la actualidad se encuentran compitiendo bajo los mismos términos legales que los países desarrollados con el agravante que no tienen las mismas condiciones (tecnológicas y económicas), y esto desenlaza en reducción en los niveles de innovación y fuga de cerebros.

Referencias

- Blankaney, M. (1989). *Legal Aspects of the Transfer of Technology to Developing Countries*. London: ESC Publishing Limited.
- Bouazzaoui, A. (Septiembre, 2003). Repercusiones del sistema internacional de patentes en los países en desarrollo. *OMPI*. Documento presentado en Asambleas de los Estados Miembros de la OMPI, (cód. A/39/13 Add.2). Ginebra, Suiza.
- Bravo, C., & García, Á. (2007). Cerrando la brecha innovativa Latinoamericana: ¿qué podemos aprender de Corea, Israel y Finlandia? Serie Estudios Socio / Económico. *CIEPLAN*. Chile: CIEPLAN.
- Canaval, J. P. (2008). *Manual de propiedad intelectual*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario.
- CCB. (2009). *Informes de Competitividad*. Cámara de Comercio de Bucaramanga.
- CEPAL. (2006). La inversión extranjera en América Latina y el Caribe. *CEPAL*. Recuperado de <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/3/28393/lcg2336e.pdf>
- CIPR & Barton, J. (2002). *Integrating Intellectual Property Rights and Development Policy: Report of the Commission on Intellectual Property Rights*. Commission on Intellectual Property Rights.
- Cole, J. (1998). *¿Se justifican las patentes en una economía libre?* Recuperado de <http://fce.ufm.edu.gt/catedraticos/jhcole/LF-9%28Patentes%29.pdf>
- DANE. (2011). Encuesta Anual Manufacturera 2008. Colombia. Variables principales según grupos industriales y escala del valor de la producción. *DANE Colombia*.
- DNP. (s.f.). *Electrónica y equipo de telecomunicaciones*. Bogotá, Colombia.

- Hay, A. (2010). *Industria Electrónica Colombiana. Un camino por recorrer*. Scribd. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/141017809/Industria-Electronica-colombiana-Abdel-Karim-Hay>.
- Idris, K. (2002). *Intellectual Property: A Power Tool for Economic Growth*. WIPO.
- Joo, D. (2005). The current state of the Korean electronics industry and options for cooperation with Taiwan. *KIET Industrial Economic Review*, N°6.
- Katz, J. (1972). Patentes, corporaciones multinacionales y tecnología. Un examen crítico de la legislación internacional. *Jstor*. Recuperado de <http://www.jstor.org/discover/10.2307/3465994?uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102627750401>
- Kuan, E. N. (Septiembre, 2003). Las consecuencias del sistema internacional de patentes en los países en desarrollo. *OMPI*. Documento presentado en Asambleas de los Estados Miembros de la OMPI, (cód. A/39/13 Add.3). Ginebra, Suiza.
- Lee, W. (1989). *Industrial Policies of Korea and the republic of China. Direct Foreign Investment and technology Transfer*. Korea Development Institute.
- Márquez, S. (2004). *Principios Generales del Derecho de Autor*. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas (comp.), Tesis de pregrado en Derecho: promoción 2004. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Maskus, K. (2000). *Intellectual Property Rights in the Global Economy*. Washington D. C.: Peterson Institute.
- Maskus, K. & Yang, G. (1997). *Intellectual Property Rights, Foreign Direct Investment, Direct investment, and competition Issues in Developing Countries*. Recuperado de <http://www.adelaide.edu.au/cies/papers/9709.pdf>

- Mengistie, G. (Septiembre, 2003). Consecuencias del sistema internacional de patentes en los países en desarrollo. *OMPI*. Documento presentado en Asambleas de los Estados Miembros de la OMPI, (cód. A/39/13 Add.1). Ginebra, Suiza.
- OIT. (2007). *La fabricación de componentes electrónicos para las industrias de las tecnologías de la información: El cambio de las necesidades con respecto a la mano de obra en una economía mundializada*. Ginebra, Suiza: Oficina Internacional del Trabajo. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms_161175.pdf
- OMPI. (2007). Informe de la OMPI sobre patentes. Estadísticas sobre las actividades en materia de patentes a escala mundial. *OMPI: Patentes*, (932). Recuperado de http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/es/patents/931/wipo_pub_931.pdf
- OMPI. (s.f.). *World Intellectual Property Organization (WIPO)*. Recuperado el 30 de Julio de 2011, de http://www.wipo.int/about-wipo/es/what_is_wipo.html
- Pabón, J. (2009). Aproximación a la historia del derecho de autor: Antecedentes normativos. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (13), 59-104. Recuperado de [http://revistas.uexternado.edu.co/index.php?journal=propin&page=article&op=view&path\[\]=457&path\[\]=436](http://revistas.uexternado.edu.co/index.php?journal=propin&page=article&op=view&path[]=457&path[]=436)
- Pfister, L. (2005). ¿Es la propiedad literaria una propiedad? Controversias sobre el derecho de autor en el siglo XIX. *Revue internationale du droit d'auteur*, (205), 117-210.
- Queipo, G. (2007, 24 de mayo). La cadena de valor de la industria electrónica. *IADE*. Recuperado de <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=1691>
- Rengifo, E. (1996). *Propiedad Intelectual: El moderno derecho de autor* (2ª Ed.). Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.

- RICYT. (2009). Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología. Recuperado el 7 de Septiembre de 2011, de [http://bd.ricyt.org/explorer.php/query/submit?excel=on&indicadores\[\]=PATOTO&syar=1990&eyar=2009&](http://bd.ricyt.org/explorer.php/query/submit?excel=on&indicadores[]=PATOTO&syar=1990&eyar=2009&)
- Rivera, J. (2009). *Una propuesta de innovación del sistema de registro de marcas y patentes en Colombia*. Tesis de maestría no publicada, Universidad Nacional de Colombia, Medellín, Colombia.
- Sánchez, S. (2002). *Cambios rápidos de herramientas en la industria electrónica. Ciudad Universitaria*. Tesis de maestría no publicada, Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey, Nuevo León, México.
- SIC. (2010). Superintendencia de industria y comercio. Recuperado de <http://www.sic.gov.co/index.php?idcategoria=19622&ts=04600eed1bd16e8fe259baa0a436ed02>
- Sténeri, C. (s.f.). Patentes y Derechos de Propiedad: Mal innecesario.
- Stiglitz, J. (1999). Knowledge as a global Public Good. *Global Public Goods* (págs. 308-325).
- Viana, R. (2006). ZERDA, A. (dir.) *El sistema de patentes en Colombia 1994-2002*. Tesis de maestría, Catalogo Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- WIPO (2010). Indicadores Mundiales de Propiedad Intelectual. *WIPO*. Recuperado de http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/es/intproperty/941/wipo_pub_941_2010.pdf

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS CIENTÍFICAS COMO ELEMENTO CLAVE PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE LAS ECONOMÍAS DE AMÉRICA LATINA

Diana Carolina Quintero Giraldo ²²
Alejandra Castaño Franco ²³

²² Estudiante de Noveno Semestre de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Integrante del Semillero de Competencias Científicas, Grupo de Trabajo Académico Cultura para la Calidad de la Educación. E-mail: dcquinterog@unal.edu.co

²³ Estudiante de Séptimo Semestre de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Integrante del Semillero de Competencias Científicas, Grupo de Trabajo Académico Cultura para la Calidad de la Educación. E-mail: acastanof@unal.edu.co

Resumen

Los bajos niveles de productividad y de inversión en educación e innovación, han hecho que en las economías latinoamericanas, se genere una desventaja en términos de competitividad con respecto a las economías desarrolladas. Esta situación se traduce en un lento nivel de crecimiento y desarrollo económico y social, y en la exportación de productos con bajo valor agregado, asunto que dificulta superar las problemáticas existentes. En las economías emergentes la formación de un recurso humano de calidad ha sido uno de las estrategias para el desarrollo y el incremento de la productividad, todo sobre la base de un modelo educativo de calidad que desarrolla capacidades necesarias para formar ciudadanos competentes ante el mercado laboral global. En este contexto, el objetivo de este artículo es identificar la influencia del desarrollo de *Competencias Científica* en la generación de un recurso humano de calidad y con esto, en el aumento de la productividad de las economías latinoamericanas.

Palabras claves

Competitividad, Productividad, Educación en economías en Desarrollo, Competencias Científicas

Abstract

The low level of productivity and investment in sectors such as innovation and education have done in Latin American economies creates a disadvantage in terms of competitiveness relative to developed economies, resulting in a slow rate of economic growth, development and exports of products with low added value, and with it the difficulty to overcome the social problems present in Latin American societies. The formation of a quality human resource has been one of the approaches to the development and productivity growth in emerging economies, with base on a quality model education that develops skills necessary to become competent citizens to the global labor market. The aim of this paper is to identify the impact of the development of scientific expertise in the generation of quality human resource and thereby increasing the productivity of Latin American economies.

Keywords

Competitiveness, Productivity, Education in developing Economies, Scientific Skills.

Introducción

La globalización y la revolución de las tecnologías de información y comunicación, han llevado a que la economía mundial se base en el conocimiento y la innovación como motor de crecimiento. El acceso a un mercado global de clientes, proveedores, recursos capitales y humanos, se traduce en nuevas oportunidades y retos para las sociedades, que demandan una mayor competitividad de la economía y por ende, un incremento en la capacidad para que los bienes y servicios producidos en un país, estado o región compitan en el mercado internacional, buscando de esta manera mejorar los ingresos reales de la población y la productividad de sus empresas (OCDE, 2000. Citado por Wysokińska, 2003).

Si bien, la competitividad es un desafío para las economías mundiales debido al surgimiento de nuevas tecnologías, procesos y formas de hacer negocio (*Outsourcing, Offshoring*, está relacionado con el traslado de las funciones de la empresa hacia otros lugares; *Supply – Chaining* o cadena de suministros, la cual se dedica a optimizar la gestión de los flujos físicos; *Insourcing*, se enfoca en la generación de valor del recurso interno de la compañía; entre otros), que aceleran el acceso a la información y al mercado globalizado (Friedman, 2006); las economías en desarrollo poseen desventajas frente a las avanzadas en términos de competitividad, a causa de amplias brechas tecnológicas, baja inversión en desarrollo e innovación, como resultado de una situación y un enfoque que parece privilegiar la destinación de recursos a la solución de problemas sociales

Son diversos los rasgos del contexto: bajo crecimiento en infraestructura productiva, bajos niveles de inversión y comercio internacional, dificultades para diversificar exportaciones de productos de poco valor agregado (como la minería), problemáticas de estabilidad macroeconómica y altos niveles de inflación; informalidad empresarial y laboral; además las políticas gubernamentales no incentivan sectores

estratégicos como el de servicios, que en la actualidad genera un 60% de empleo en América Latina²⁴.

Este último sector posee una baja competitividad, que junto a los factores anotados, evidencian falencias estructurales de productividad, que disminuyen la competitividad de las economías en desarrollo (Martínez, 2009; Banco Interamericano de Desarrollo²⁵, 2010). No obstante, en la actualidad economías como Brasil y Chile han aumentado sus niveles de crecimiento económico y social. El panorama presentado anteriormente hace referencia al promedio de países Latinoamericanos con respecto a economías desarrolladas.

De otro lado, la Educación, ha sido un elemento clave para que economías emergentes como China incrementen su nivel de desarrollo social y su competitividad. (Universidad de Asia Pacífico, 2009). Allí, ayudados por políticas para desarrollar recurso humano cualificado, se vinculan conocimientos, destrezas y habilidades con una actuación ética y responsable consigo mismo y con su entorno. En esto, las personas necesitan adquirir también *Competencias Científicas* que, les permitan interpretar y comprender la realidad que los rodea (León, s. f.) en busca de generar las mejores soluciones a los retos planteados por la sociedad, para lograr el desarrollo sostenible.

Desde esta perspectiva podemos decir que, la educación y a su interior el desarrollo de *Competencias Científicas*, cumplen un papel relevante en la formación de un recurso humano de calidad que contribuya a mejorar las falencias estructurales de productividad en las economías en desarrollo, desde aspectos como la Innovación.

El objetivo de este artículo es identificar la influencia del desarrollo de Competencias Científicas en la generación de conocimiento, como fuente de desarrollo tanto académica como laboral; teniendo en cuenta como eje central el capital humano, para lograr así un aumento de la productividad de las economías especialmente Latinoamericanas.

El artículo inicia con una revisión de la problemática del bajo nivel de productividad de América Latina. Posteriormente se establece la

²⁴ Las desventajas que poseen las economías en desarrollo con respecto a las economías desarrolladas mencionadas anteriormente, se pueden verificar con base en Indicadores económicos y sociales provistos por Martínez, 2009 y Banco Interamericano de desarrollo, 2010.

²⁵ BID.

relación productividad, fuerza de trabajo y educación. Después se define qué son las Competencias y que son las *Competencias Científicas*, relacionando estas últimas con la innovación y la investigación; luego se muestran unas cifras actuales de inversión e investigación en América Latina, y se plantea unas posibles soluciones para este caso; por último se plantean unas conclusiones frente al tema tratado.

1. La baja productividad en América Latina

A pesar del crecimiento obtenido en los últimos años por los países latinoamericanos en indicadores económicos y sociales, evidenciados en una tasa de crecimiento del 3,3% anual y el aumento del ingreso per cápita en 1,9%, el crecimiento de la región desde una perspectiva de largo plazo es casi nulo con respecto al obtenido por las economías emergentes. Esto debido a una problemática estructural, que tiene raíz en una baja productividad, es decir, en el uso ineficiente de recursos como mano de obra, capital financiero y físico, conocimiento y administración, situación auspiciada entre otros factores por la informalidad y el crecimiento del número de empresas pequeñas y poco productivas, que son muy fáciles de crear, generan empleo y que en su mayoría cuentan con bajas tasas para su financiamiento. La problemática estructural que ha descrito encuentra otra razón en la baja inversión de la sociedad considerada en su conjunto en los frentes de educación y en los procesos de innovación.

Este panorama conduce a que no se presenten mejoras significativas en la producción, los procesos y la gestión, pues la innovación, no se trata solo de invertir en máquinas, sino en tecnología, en conocimiento, en capacitación y adaptación de la fuerza laboral.

Otro tema relevante, que constituye restricción para el mejoramiento es la infraestructura, que en el caso específico del transporte en todas las modalidades, encarece las exportaciones (Martinez, 2009; BID, 2010; Sandoval, 2010). Frente a esto, Colombia constituye caso especial, ya que las vías tan accidentadas y el precio de la gasolina "La segunda más cara del mundo"²⁶, teniendo en cuenta que somos un país petrolero, repercuten fuertemente en el costo de nuestras exportaciones.

²⁶ Tomado de:

http://www.avanzarcolombia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=220:los-

El BID (2010) señala que la productividad está vinculada directamente con el ingreso per cápita, importante medida del bienestar de una sociedad. Así mismo, el aumento en el nivel de productividad es “el que le permite a una sociedad alcanzar y mantener altos estándares de vida en el largo plazo” (Martinez, 2009, p. 32); por lo tanto, no solo se debe invertir en la solución de problemáticas sociales, sino también en el aumento de la productividad, con la finalidad de incrementar el nivel de ingresos y la calidad de vida de la población. Se trata aquí de asignar los recursos disponibles de manera eficiente con el fin que se maximice su contribución a la solución de problemas productivos.

La productividad depende del nivel de eficiencia con el que se emplean los factores de producción, la cual es medida por el BID (2010) a través de la Productividad Total de los factores (PTF), en donde el ingreso (Y) dependerá de la capacidad productiva de la fuerza de trabajo (H) y la capacidad productiva del Capital (K) y (A) es el punto de corte al intercepto, es el valor del ingreso autónomo, que no depende ni de K ni de H; matemáticamente esta relación se expresa:

$$Y = A.K.H$$

En donde H, es producto del número de individuos que conforman la fuerza de trabajo y su nivel educativo.

No obstante, ¿Qué características debe poseer la educación de tal manera que incremente más la capacidad productiva de la fuerza de trabajo?, si las aptitudes cognitivas, la calidad y cantidad de la fuerza de trabajo guardan una relación directa con la propensión a innovar (BID, 2010), ¿Qué cambios se deben realizar en los sistemas de innovación en América Latina para que esta genere incremento en la productividad?

Los anteriores interrogantes son muy amplios, puesto que la respuesta se encuentra en la interacción de diferentes factores; sin embargo, en este artículo se abordarán desde las *Competencias Científicas* en la Educación. Se busca establecer a través de aspectos específicos como la innovación y la coordinación de actores, el vínculo de las *Competencias Científicas* en la educación con la productividad de un país y la

precios-de-los-combustibles-en-colombia-y-el-resto-del mundo&catid=41:economia&Itemid=41)

competencia de la fuerza de trabajo con respecto al mercado laboral global.

2. Competencias científicas

Las competencias abordan la formación de los sujetos desde diferentes dimensiones de su desarrollo. Se definen como una combinación de atributos, potencialidades, destrezas, valores, cualidades y capacidades, en relación a procedimientos, habilidades, conocimientos, actitudes y responsabilidades que se evidencian a través de acciones en un campo determinado; permiten que el sujeto se desempeñe con eficiencia como ser productivo y con responsabilidad social, desarrollando una relación adecuada con la sociedad y el entorno. Por lo tanto, no solo se trata del *Saber*, sino también del *Saber Hacer*, el *Saber Ser* y el *Saber Convivir*. De esta forma, las competencias trascienden los saberes y destrezas manuales, e incluyen elementos del ser humano al considerar aspectos sociales, culturales y actitudinales (León, s. f.; Cejas, s. f.; Ministerio de Educación Nacional, 1998, 2007; Bravo, 2007).

Las *Competencias Científicas* hacen referencia a la capacidad de establecer relaciones con las ciencias, para que sea más fácil comprender, diferenciar y explicar diversos fenómenos; y recoger y seleccionar información de forma más asertiva²⁷.

Las dimensiones mencionadas ayudan a formar y aclarar conocimientos tecnológicos y científicos que permiten comprender e interpretar el entorno –Saber–; así mismo, se vinculan a destrezas o habilidades prácticas que le permiten al individuo actuar en situaciones específicas –Saber Hacer– (León, s. f.). Las *Competencias Científicas* desarrollan habilidades como la crítica reflexiva y analítica, la argumentación y la comprensión del entorno, indispensables en la vida en sociedad, que enriquecen la formación ciudadana y permiten formar sujetos participativos en las decisiones sociales, y con conciencia de la conservación de su entorno y los recursos naturales (Saber Ser y Saber Convivir) (Hernández, 2005).

Hernández (2005) considera que, las competencias científicas pueden desarrollarse desde dos horizontes:

²⁷ http://www.esap.edu.co/esap/hermesoft/portal/home_1/rec/arc_10184.pdf

- Las Competencias Científicas necesarias para hacer ciencia, es decir, las que requieren científicos e investigadores para desempeñarse en su campo.
- Las Competencias Científicas a desarrollar en todos los ciudadanos, definidas como un "conjunto de saberes, capacidades y disposiciones que hacen posible actuar e interactuar de manera significativa en situaciones en las cuales se requiere producir, apropiar o aplicar comprensiva y responsablemente los conocimientos científicos" (Hernández, 2005, p. 21).

Desde esta última perspectiva, las competencias científicas tienen como objetivo "la formación de un modo de relación con las ciencias (y con el mundo de las ciencias), coherente con la idea del ciudadano en el mundo de hoy" (Hernández, 2005 p. 2); "impregnado por los avances científicos y tecnológicos, para que este sepa adoptar actitudes responsables, tomar decisiones pertinentes y resolver problemas cotidianos desde una postura de respeto por los demás y el entorno" (Macedo, 2006, p. 4).

El mundo contemporáneo está siendo cambiado por la ciencia y el avance en las tecnologías de comunicación e información, generando así una transformación de la sociedad hacia la sociedad del conocimiento; es decir, aquella "con capacidad para generar conocimiento sobre su realidad y su entorno, y con capacidad para utilizar dicho conocimiento en el proceso de concebir, forjar y construir su futuro" (Salazar, 1999. Citado por González, 2006, p. 104)

Es importante que se desarrollen las *Competencias Científicas* con la ayuda de la sociedad, por medio del trabajo en equipo, la cooperación, solidaridad y comunicación, derivadas de las prácticas científicas, que se caracterizan por ser una construcción colectiva (Hernández, 2005). Además, se deben tener en cuenta en todo momento a los estudiantes que forman parte de la academia, ya que ellos son la fuente principal de desarrollo del futuro.

La ciencia ha aportado respuestas a las problemáticas y a la satisfacción de las necesidades de la sociedad; por ejemplo, a través de tecnologías de producción, comunicación e información.

En este mismo camino, las *Competencias Científicas* aseguran el desarrollo de profesionales que no solo poseen habilidades y conocimientos en el área de su formación, sino también en ciencias, posibilitando así el entendimiento y uso de la tecnología, la representación de hipótesis, la argumentación de sus ideas y la comunicación de estas, también la resolución de problemas, la capacidad de análisis e interpretación de fenómenos, el desarrollo de las disciplinas y la constancia en el esfuerzo.

Lo anterior, favorece, la comprensión y transformación del mundo a través de “la ciencia como un sistema de conocimientos útiles para la vida” (Ibíd., p. 13), y contribuye a mejorar la calidad de la educación, fortalece los espacios de formación de valores y capacidades, desarrolla profesionales competentes en un mercado laboral global, orientados a la satisfacción de las necesidades de la empresa, la sociedad y el país, con potencial innovador y emprendedor, capaz de interactuar, adaptar y generar tecnologías y procesos productivos acordes a su realidad.

Es por esta razón, que el fortalecimiento de los Sistemas Nacionales de Ciencia y Tecnología y la formación de recurso humano para la investigación y la innovación, debe convertirse en una prioridad para los países en desarrollo. Esta es la clave para lograr un modelo productivo que con sustento en la ciencia, la tecnología, la innovación y la educación, oriente el desarrollo económico sostenido (Ministerio de Educación Nacional República de Colombia, 2010).

Este reconocimiento, sumado a la configuración de un ambiente favorable para la creación de riqueza, contribuye a que un país pueda “adoptar y difundir conocimiento, y aplicar dicho conocimiento al proceso productivo, lo cual aumenta los niveles de productividad y mejora la competitividad del país” (Martinez, 2009, p. 34).

Las *Competencias Científicas* resultan entonces de importancia en el desarrollo de la productividad. Países latinoamericanos como Colombia han incluido dentro de sus políticas para el incremento de la competitividad, el fortalecimiento de la educación a través del desarrollo de *Competencias* de Investigación (Ibíd., p. 52) dentro de los currículos de formación de la Educación básica, media, vocacional y superior, y han generado programas e instituciones para la formación en la ciencia y la investigación, como lo son Colciencias, la Asociación Colombiana para el avance de las Ciencias y Colfuturo, entre otras.

Así mismo, se han generado proyectos transnacionales como el Proyecto Tuning- América Latina, que busca la creación de un entorno de trabajo, donde los profesores de diversas instituciones de educación superior, establecen puntos de referencia para el mejoramiento de las estructuras educativas a través del diagnóstico de la Educación Superior en América Latina, la implementación de competencias en los currículos y el desarrollo de perfiles profesionales y la comunicación de nuevas prácticas (Bravo, 2007), aunque se han mejorado los esfuerzos entorno a la inversión, todavía sigue haciendo falta, como afirmación a lo anterior se expondra a continuación algunas cifras.

3. Cifras y posibles soluciones

No obstante, a pesar del desarrollo de iniciativas, proyectos y programas, el nivel de innovación y desarrollo tecnológico es bajo en Latinoamérica, mientras en los países pertenecientes a la OCDE (Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico) “el promedio es de 7 investigadores por 1000 habitantes, en América Latina no llega ni siquiera a 1 por 1000 habitantes” (BID, 2010, p. 280).

La baja inversión de los gobiernos latinoamericanos en innovación y tecnología, respecto a la proporción del PIB invertido por economías desarrolladas, queda evidenciada en una inversión del 0,6% del PIB para 2006, frente al 2,2% del PIB invertido por lo países de la OCDE en este mismo concepto.

Otro indicador desfavorable lo constituye el que la inversión se encuentra altamente concentrada en el sector Gubernamental, un 60% en el caso latinoamericano, comparado con el 36% en los países de la OCDE (BID, 2010). En esta situación, la mayoría de recursos destinados a Investigación y Desarrollo son invertidos en Universidades y Centros académicos de Investigación (los cuales suelen tener escasos vínculos con el sector productivo) y no en empresas (Martinez, 2009).

Además de la baja proporción del PIB destinada a Investigación y Desarrollo, la realización de actividades de innovación alejadas de las demandas y en desconexión con el sector productivo, se identifican otros aspectos problemáticos como el déficit en la oferta de capacidad tales como: servicios tecnológicos, personal técnico y profesional calificado con aptitudes para la innovación, así como la falta de

comunicación y coordinación entre los componentes de los sistemas nacionales de innovación (BID, 2010). Con todo lo descrito, se dificulta el avance en materia de innovación y desarrollo tecnológico en América Latina, generando de esta manera una brecha con respecto a la frontera tecnológica alcanzada por los países desarrollados.

Es evidente la necesidad de fortalecer los procesos de formación y enriquecerlos a través de *Competencias Científicas*, que orienten hacia la innovación, el entendimiento del entorno, el análisis y la interpretación de necesidades, la solución de problemas y la anticipación a los impactos de las alternativas tecnológicas. En este escenario, se generan mayores beneficios de actividades de innovación y tecnología por medio de personal calificado y con aptitudes para la innovación, buscando capitalizarla como eje estratégico para el avance en términos de productividad.

Si bien, países como México, Brasil y Chile, han generado grandes avances en investigación, que han dado como resultado el incremento de artículos publicados en revistas indexadas a nivel internacional, no existe un vínculo entre la investigación y la actividad empresarial; es por esta razón que las empresas Latinoamericanas, “a diferencia de las empresas de los países OCDE, que contratan el 64% de los investigadores de su país” (BID, 2010, p. 280), posee pocos nexos con el conocimiento científico y exportaciones de productos de bajo contenido tecnológico.

El que la actividad investigativa no responde a las necesidades del sector productivo, y las universidades no evalúen las demandas del mercado laboral para establecer las competencias que componen el perfil profesional de sus egresados, encuentra una importante causa el hecho que los elementos de los Sistemas Nacionales de innovación se encuentran descoordinados.

Como producto de esta discordancia, se forman profesionales poco competitivos ante el mercado laboral global, quienes no poseen aptitudes para la investigación, ya que a pesar de las recientes políticas, predomina todavía la concepción que el espacio adecuado para la formación en investigación es el nivel de posgrado, no obstante, de los 15.7 millones de estudiantes de Latino América en Educación Superior matriculados para 2005, tan solo 500.000 lograron acceder al nivel de Posgrado (Rama, 2006), evidenciando una baja proporción de la

población que continua en procesos de formación académica a niveles de maestría y doctorado.

En estas condiciones, se dificulta el alcance de la competitividad sistémica de un país, ya que existen falencias en la interacción dinámica de cuatro niveles económicos y sociales que componen un sistema nacional: El nivel Micro, referido a las empresas; el nivel meso; correspondiente al Estado y los actores sociales, que desarrollan políticas de apoyo específico; el nivel macro, el cual, ejerce presiones sobre las Empresas mediante exigencias de desempeño, e instituciones como el Banco Central quien hace seguimiento a la política monetaria; y el nivel meta, que se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica (Esser, Hilebrand, Messner & Meyer-Stamer, 1996). Dichos niveles, deben generar capacidad social de organización e integración, capacidad de los actores para la integración estratégica, diálogo y articulación permanente, con la finalidad del desarrollo de una competitividad sistémica en la economía.

El desarrollo de *Competencias Científicas* dentro de los currículos, contribuye a generar capacidades orientadas a los procesos de innovación e investigación, eje estratégico en el incremento de la productividad de una economía en desarrollo. Contribuye a formar ciudadanos para el mundo de hoy, con la capacidad reflexiva y argumentativa requerida para la participación en la toma de decisiones sociales, y el desarrollo de una relación con la ciencia y la tecnología, bases del motor de crecimiento de la economía global.

No obstante, el desarrollo de dichas competencias debe estar acompañado de políticas de educación orientadas a la formulación de currículos con base en competencias complementarias y coherentes con las necesidades de la empresa, la sociedad y el país. También, es importante a este propósito, el desarrollo de una plataforma que estimule la investigación desde la educación básica, orientada a modelos educativos que incentiven al sujeto a ser un elemento activo dentro de su proceso de formación, teniendo como objetivo formar seres productivos competentes en el mercado laboral global y con conciencia y responsabilidad con su entorno.

En Latinoamérica el desarrollo de una competitividad sistémica se dificulta también por causas culturales y de formación, que evidencian

dificultades para el trabajo cooperativo y la construcción colectiva. Estos aspectos se podrían mejorar a través de la implementación adecuada de *Competencias Científicas* en los currículos en los diferentes niveles de formación. En este camino, resulta relevante el desarrollo de metodologías de enseñanza adecuadas a los modelos educativos demandados por la empresa, la sociedad y el país, que difieren de las metodologías de aprendizaje memorístico, pues las competencias se interiorizan, por lo tanto, el estudiante debe ser el agente activo y principal dentro de su proceso de aprendizaje.

Además de esto, se hace indispensable generar un vínculo entre el desarrollo de las *Competencias Científicas* a nivel de educación básica, media y superior; siendo necesario por una parte, docentes formados en investigación y con una firme convicción de que a través de la educación, innovación y la investigación se genera el desarrollo, por medio de la creación de nuevo conocimiento, así como, modelos educativos que superen el enfoque trasmisionista centrado en el maestro; y por la otra, instituciones educativas con una vocación investigativa, orientadas al establecimiento de redes de investigación interinstitucionales con otras entidades de educación, la empresa privada y el Estado.

Conclusiones

Las sociedades Latinoamericanas demandan de recurso humano de mayor calidad competente en el mercado laboral global y aportante al incremento de la productividad de la economía, buscando de esta manera, generar desarrollo social, ya que es a través de la productividad, que las sociedades logran incrementar su calidad de vida sostenidamente en el tiempo al aumentar las tasas de ingreso per cápita. Dicho incremento de productividad en la fuerza laboral, es influenciado por la calidad de la educación y la posibilidad que tiene esta para el desarrollo de habilidades, conocimientos y competencias exigidas por el mercado laboral global.

Si bien, la calidad de la educación es una variable que depende de gran cantidad de factores, desde este artículo es abordada desde el desarrollo de *Competencias Científicas* como medio para la formación de un recurso humano de calidad y de incremento de la productividad de las economías Latinoamericanas a través de la formación de ciudadanos

para el mundo de hoy, con capacidad reflexiva y argumentativa requerida para la participación de la toma de decisiones sociales, y el desarrollo de una relación con la ciencia y la tecnología, bases del motor de crecimiento de la economía global. Así mismo, se establece la importancia de la interacción de Estado-Universidad-Empresa para temáticas como Educación e Investigación, las cuales deben responder a las necesidades de la sociedad y la economía en busca del bienestar social.

La formación en *Competencias Científicas* no es entonces algo que se pueda decidir. Las sociedades de los países latinoamericanos no pueden dejarla a la libre elección de los estudiantes, los profesores, o las instituciones de educación. Este frente de formación resulta en un imperativo social de cara a contribuir para el desarrollo de la formación de una sociedad.

Referencias

- Bravo, N. (Agosto, 2007). *Competencias Proyecto Tuning-Europa, Tuning-América Latina*. Documento presentado en evento de capacitación docente en la Universidad de los Llanos. Recuperado de http://acreditacion.unillanos.edu.co/contenidos/cpacitacion_docente_2semestre_2007/competencias_proyectotuning.pdf
- Cejas, M. (s. f.). *La educación basada en competencias: una metodología que se impone en la Educación Superior y que busca estrechar la brecha existente entre el sector educativo y el productivo*. Recuperado de http://sicevaes.csuca.org/attachments/134_La%20educaci%C3%B3n%20basada%20en%20competencias.pdf
- Esser, K., Hilebrand, W., Messner, D. & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política. *CEPAL*, (59), 39-52.
- Friedman, T. (2006). *La tierra es plana*. España: Mr Ediciones.
- Hernández, C. (2005). *¿Qué son las competencias Científicas?* Documento presentado en el Foro Educativo de Competencias Científicas 2005, Ministerio de Educación Nacional. Bogotá, Colombia: Open Services Ltda.
- León, A. (s. f.). *Perfil de Egreso en el Ingeniero Mecánico bajo un enfoque de competencias*. Bucaramanga, Colombia: Universidad Industrial de Santander.
- Macedo, B. (2006). *Habilidades para la vida: Contribución desde la Educación Científica en el marco de la Década de la Educación para el Desarrollo Sostenible*. Documento presentado en el Congreso Internacional de Didáctica de la Ciencia. La Habana, Cuba
- Martínez, P. (2009). *Desarrollo Económico de Santander*. Bucaramanga, Colombia: Universidad San Martín.
- MEN. (1998). *Lineamientos Curriculares*. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.

- MEN. (2007). *Política de Articulación de la Educación con el Mundo Productivo*. Recuperado de http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/investigacion/file.php/39/ARCHIVOS_2010/PDF/Formacion_de_Competicencias_Laborales.pdf
- MEN. (2010). *Formación Avanzada de Investigadores*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-article-235091.html>
- Pagès C. (Ed.) (2010). *La era de la productividad. Cómo transformar las economías desde sus cimientos*. Washington, D.C.: Fondo de Cultura Económica.
- Rama, C. (2006). *Las nuevas 10 tendencias de la Educación Superior en América Latina*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/claudiorama/las-tendencias-de-la-educacion-superior-en-amrica-latina>
- Sandoval, H. (2010). En Colombia persiste el problema de baja productividad: BID. *El Espectador*.
- Universidad de Asia Pacífico. (2009). *El desarrollo en la Educación en China*. Recuperado de http://www.asiapacifico.edu.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=132:el-desarrollo-de-la-educacion-en-china&catid=3:noticias
- Wysocka, Z. (2003). Competitiveness and Its Relationships with Productivity and Sustainable Development. *FIBRES & TEXTILES in Eastern Europe*, 11(3 (42)), 11-14.

DERECHOS HUMANOS EN LAS GRANDES ORGANIZACIONES DE MANIZALES: PERCEPCIÓN DE JEFES DE GESTIÓN HUMANA

Karen Ballesteros Valencia²⁸
Diana Milena Morales Patiño²⁹

²⁸Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. E-mail: kballesterosv@unal.edu.co

²⁹Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. E-mail: dmmoralesp@unal.edu.co

Resumen

Las organizaciones ejercen un impacto importante sobre los seres humanos, su influencia sobre la vida de los individuos es fundamental. Las organizaciones constituyen un espacio de aplicación de los Derechos Humanos³⁰. La ponencia mostrará la percepción que, tienen los jefes de Gestión Humana (GH) de las Grandes Empresas de la Ciudad de Manizales (constituidas por 200 empleados o más), frente a la ocurrencia de eventos constitutivos de vulneración a los DD.HH. Se inicia con una documentación mínima de algunas generalidades sobre ellos. Luego se expone la metodología empleada y algunas características de los encuestados y de las organizaciones en que laboran. Después, se describen los hallazgos frente a la percepción de vulneración de los DD.HH., las políticas de empresa frente a ellos, y los mecanismos empleados por los jefes y las organizaciones para denunciar y proceder ante la ocurrencia de este tipo de abusos. Por último, se discuten los resultados y se presentan las conclusiones. En ellas, se argumenta respecto a la no existencia de políticas y prácticas claras sobre DD.HH., y sobre cómo el reconocimiento por parte de los Jefes de GH, de la ocurrencia vulneración a los DD.HH. en las organizaciones, confirma la percepción de los empleados (estudio anterior), llevando a plantear que, tal vulneración es una realidad innegable y que se da de manera significativa en las organizaciones.

Palabras Clave

Derechos Humanos, Gestión Humana, Dignidad Humana, Ética Empresarial.

Abstract

The organizations have a significant impact on human beings, their influence on the lives of individuals is essential. The organizations provide a forum for the application of Human Rights. The paper will show the perception of the heads of Human Resources (GH) Major Companies of the City of Manizales (consisting of 200 employees or more), compared to the occurrence of events that constitute a human rights violation. It starts with a minimum of some general

³⁰En adelante DD.HH.

documentation on them. Then the methodology employed and some characteristics of respondents and the organizations in which they work. Then, we describe the findings in relation to perception of violation of human rights, company policies against them, and the mechanisms used by the leaders and organizations to report and proceed to the occurrence of this type of abuse. Finally, we discuss the results and conclusions are presented. In them, the argument regarding the absence of clear policy and practice on human rights, and how the recognition by the Heads of GH, the occurrence of human rights violations in organizations, confirms the perception of employees (study above) being raised such prejudice is an undeniable reality, and given significantly in organizations.

Keywords

Human Rights, Human Resources, Human Dignity, Ethics.

Introducción

En los espacios académicos, se ha fortalecido la comprensión de que las organizaciones son pequeñas sociedades. Las normas que se construyen a su interior se subordinan a normas externas. Los Derechos Humanos (DD.HH.) forman parte del sistema normativo externo y las organizaciones son un campo de su aplicación que ha empezado a despertar el interés, especialmente, desde el contexto de la ética empresarial y la responsabilidad social empresarial.

Las acciones que aparecen como vulneración de los DD.HH., son desde lo legal y lo moral, una negación parcial y en algunos casos total de la humanidad del otro, del otro que acompaña la cotidianidad de la vida en el trabajo. Siguiendo los trabajos de Cruz (2002-2003) y Rojas (2003), la vulneración de los DD.HH. constituye actos de inhumanidad y se convierte en un deber para los interesados en las organizaciones, lograr que la presencia de este conjunto de hechos sea reducida en los procesos de dirección del trabajo. Las organizaciones son un espacio donde la vulneración de los DD.HH. se presenta en la cotidianidad de las relaciones de trabajo (Carvajal, 2010; Carvajal, Montoya, & Valencia, 2011).

El propósito de la presente ponencia es mostrar los resultados de un trabajo que exploró la percepción y experiencia de los jefes de Recursos Humanos frente a los DD.HH. en las Organizaciones. La investigación se realizó considerando las grandes empresas de la ciudad de Manizales y las vivencias de los integrantes del segmento del año 2009. La ponencia es un producto parcial, de una línea de investigación que pretende construir espacios y fortalecer los existentes, para la reflexión sobre la situación de los DD.HH. en las organizaciones. Asunto que está cobrando interés para Colombia, ya que los eventos que vulneran los DD.HH. se hacen más públicos. Situación a la que no escapan las organizaciones, que se ven afectadas en su productividad y competitividad, aplazando la posibilidad de desarrollo de las capacidades humanas de sus integrantes. Además pretende, hacer un llamado a la reflexión de quienes dirigen el talento humano en la organización.

1. Referente Teórico

Generalidades de los DD.HH.

"Los DD.HH. están soportados en realidades jurídicas"(Madrid-Malo, 1995, p. 14). Son "un conjunto de facultades e instituciones que, en cada momento histórico, concretan las exigencias de la dignidad, la libertad y la igualdad humanas, las cuales deben ser reconocidas positivamente por los ordenamientos jurídicos a nivel nacional e internacional" (Perez, 1984, p. 46). El Estado se limita a reconocerlos, Los DD.HH. "son las condiciones de la vida social [...] no son independientes de la sociedad, sino inherentes a la misma" (Monroy, 1980, p. 1).

Para Valencia & Salazar, los DD.HH., "son un ideal político y social que representan un anhelo común basado en: La autonomía, la felicidad y el bien común" (Valencia & Salazar, 1998, p. 6). En su documentación, sobresalen los conceptos de dignidad, igualdad y libertad, y entre sus principales características incluyen considerárselos como innatos o inherentes³¹, inalienables e intransferibles³², universales³³, indivisibles³⁴, interdependientes³⁵, inviolables³⁶ y también plenamente exigibles (Mujica, 2010; Prandi & Lozano, 2006).

En la evolución de los DD.HH., y de manera discutida, se identifican tres generaciones: Los de "Primera Generación"³⁷, conocidos como

³¹Esto es, que le pertenecen a la persona por su condición de ser humano.

³²Vale decir, que no solo nadie puede, sin renunciar a su dignidad, renunciar a sus derechos y libertades fundamentales, sino que tampoco los Estados pueden disponer de los derechos de sus ciudadanos sin afectar su dignidad. Pueden en verdad, en circunstancias extremas y justificadas, limitarlos o suspenderlos, pero en ningún caso alienarlos – es decir, eliminarlos o extinguirlos" (Mujica, 2010, p. 166).

³³Los DD.HH. corresponden a todas las personas, sin importar el género, la raza, el origen étnico, la nacionalidad o cualquier otra distinción (Prandi & Lozano, 2006).

³⁴Esto quiere decir que no es posible garantizar la vigencia de unos derechos con prescindencia o peor aún, con desmedro de otros (Mujica, 2010).

³⁵Dado que todos los DD.HH. se consideran fundamentales, no es posible establecer una jerarquía entre ellos y menos creer que unos son más importantes que otros. Su pertenencia a una totalidad cuyo propósito es asegurar la dignidad humana explica su indivisibilidad e interdependencia (Mujica, 2010).

³⁶Nadie está autorizado a atentar, lesionar o destruir los DD.HH.(Mujica, 2010).

³⁷En este grupo están los Derechos a la Vida, a la Integridad y Trato Humano, a la Igualdad, a la Libertad y Seguridad Personales, a la Intimidad Personal y Familiar, a la Autonomía Personal, al Debido Proceso, a la Nacionalidad, a la Circulación y Residencia, a la Libertad de Conciencia, de Religión y de Cultos, a la Libertad de Expresión y de Información, de Reunión, a Escoger Profesión u Oficio, Derecho de Petición, de Participación en el Gobierno, a Elegir y ser Elegido.

"Individuales", "Clásicos", "Fundamentales" o "Civiles y políticos". Se consideran en el período que cubre desde el siglo V hasta mediados del siglo XIX. Hacen parte de este grupo, los de la persona individualmente considerada y los de la persona en relación con otras. Resultan de la lucha de los grupos marginados y explotados contra los grupos de explotadores.

La segunda generación surge a comienzos del siglo XX. Conocidos como "Derechos sociales, económicos y culturales"³⁸, corresponden a los pueblos o comunidades; surgieron por el crecimiento de fuerzas sociales que reclamaban igualdad de condiciones y oportunidades (Díaz, 1993). Promueven condiciones de bienestar social y económico que permitan el libre desarrollo de los derechos individuales (Valencia & Salazar, 1998). Exigen la participación del Estado en la dirección y control de su desarrollo.

La tercera generación o "Derechos Colectivos y Derechos de los Pueblos"³⁹, se da en un período que comprende desde las guerras mundiales hasta nuestros días. A partir de 1950, la destrucción de Europa y las dificultades del tercer mundo "hicieron pensar en el desarrollo de las sociedades y en el uso óptimo de los recursos llamados colectivos, correspondientes al desarrollo de la paz y el medio ambiente" (Valencia y Salazar, 1998, p.9). La filosofía de esta generación está basada en la protección de la vida humana, para que la especie no desaparezca.

En Colombia la Constitución de 1991, fue el producto de una crisis en la que las normas y los mecanismos legales e institucionales no respondían adecuadamente para hacer valer los derechos (Valencia & Salazar, 1998); ella está basada en los DD.HH. y se estima que, es "la Carta Magna más proteccionista que existe en el mundo" que, propende por la protección y goce de los DD.HH. (Ayala, 2001, p. 85)⁴⁰.

³⁸En este grupo están los Derechos a la Libertad de Asociación, al Trabajo, a la Familia, a la Salud, a la Seguridad Social, de Huelga y de Negociación Colectiva, Derechos del Niño, a la Educación, de Propiedad, a la Participación en la Vida Cultural, la Libertad Artística y de Gozar del Progreso Científico e Investigaciones Científicas.

³⁹En este grupo están los Derechos al Desarrollo, al Medio Ambiente, de Prohibición de Armas Mortíferas, de Preservación y Protección del Espacio Público y Derecho a la Paz.

⁴⁰A pesar de esto, Amnistía Internacional (2010) destaca como situaciones problemáticas las siguientes: Conflicto armado interno, derechos de los pueblos indígenas, ejecuciones extrajudiciales por las fuerzas de seguridad, la "parapolítica", la acción de grupos paramilitares,

A continuación, se presenta una documentación mínima sobre cada uno de los derechos analizados, éstos son: Derecho a la igualdad, derecho a la salud, derecho a la integridad y trato humano.

1.1 Derecho a la igualdad de las personas y la prohibición de discriminación

“Todas las personas son iguales ante la ley, y tienen derecho sin discriminación a igual protección de la ley”⁴¹ El Pacto Mundial,⁴² hace referencia a la prohibición de la discriminación, en el principio número 6, así, “las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”. En las empresas se presenta la discriminación, cuando hay trato diferenciado o intolerante por razones de raza, género, origen familiar o nacional, religión, preferencia política, también por pertenecer a grupos de personas como, discapacitados, ancianos, o menores de edad. También se dan casos de discriminación fundada en las preferencias sexuales⁴³, las limitaciones y la apariencia física, la forma de vestir y el estrato socio económico (Gaviria & Ocampo, 2000), o causada por el sitio de origen, la profesión y las amistades que se tienen.

1.2. Derecho a la salud

Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure [...] la salud y el bienestar, [...] la asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene asimismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, viudez, vejez u otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad. (Declaración Universal de los DD.HH. Art. 25)

la acción de grupos guerrilleros, los secuestros y toma de rehenes, violencia contra mujeres y niñas, agresiones contra sindicalistas y defensores y defensoras de los derechos humanos.

⁴¹Artículo 26 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

⁴²“El Pacto Mundial es una iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas. Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción” (Pacto Mundial, 1999).

⁴³La población de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales (LGTB) es objeto de preocupación por comunidad académicas y organismos del Estado. Para ampliar información. Véase (Gómez, 2007), (De la Espriella, 2007; Viveros, 2006).

Este derecho se viola por parte de las empresas, cuando no se afilian a los empleados a salud y a riesgos profesionales. También, se considera vulnerado este derecho, cuando las instalaciones representan peligro para la integridad física de los empleados o las condiciones dentro de las cuales el trabajo se desarrolla representan riesgo para su bienestar y la empresa no provee los medios para asegurar su protección.

Se indagó sobre la ocurrencia en la empresa de alguna de las siguientes situaciones: No afiliación a un plan de salud, víctimas de accidente, Sienten que las presiones del trabajo afectan la salud física y mental, existencia de instalaciones del trabajo inseguras, y situaciones en las que empleados hayan sido obligados a trabajar indispuestos o disminuidos física o mentalmente.

1.2 Derecho a la familia

El Artículo 23 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos afirma que, "la familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y debe ser protegida por la sociedad y el Estado"⁴⁴. Las empresas violan este derecho entre otras formas, cuando formulan prohibiciones respecto a la conformación de parejas entre empleados de la misma organización, cuando extienden exageradamente los horarios reduciendo al posibilidad de compartir con esposas e hijos, negando permisos o impidiendo asistirlos en casos de enfermedad o en asuntos escolares donde se exige su presencia; entre otros, en estos casos se configuran situaciones que generan conflictos familiares que llevan a quebrantar la integridad de la familia.

1.4. Derecho a la integridad y trato humano

El artículo 5º de la Declaración Universal de los DD.HH. expresa que, "nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes"⁴⁵. Para que un comportamiento conlleve a tal calificación se debe tener en cuenta las características y condiciones de las personas y el impacto que tengan en ellas, los tratos crueles a nivel, físico y psicológico (Cepeda, 1992).

⁴⁴Artículo 17 (1) Convención Americana sobre Derechos Humanos (OEA 1969. Antecedentes en el Derecho internacional.

⁴⁵Rojas (2000) y Cruz (2002 y 2003) trabajan en la reconstrucción teórica de lo inhumano y en aplicaciones a problemas organizacionales.

Frente a este derecho se indagó sobre la ocurrencia de eventos como amenaza o amedrentamiento, acosa u hostigamiento, agresión física y psicológica, persecución, chantaje y entorpecimiento para la realización de su trabajo.

2. Diseño Metodológico

La investigación realizada es de tipo exploratorio descriptivo. Se tomó una muestra no probabilística de 40 jefes de Recursos Humanos, de las empresas grandes de la ciudad de Manizales. Se les contactó y se les invitó a participar de la investigación. De una población de aproximadamente 60 empresas⁴⁶ aceptaron participar 40. A su interior, se les aplicó la herramienta a aquellos jefes que brindaron las condiciones dentro del lapso previsto para el trabajo de campo.

La metodología consistió en la aplicación de encuestas a los Jefes de Recursos Humanos, sobre su percepción del estado de los DD.HH. en sus áreas de trabajo. Los datos fueron recolectados durante diciembre de 2009 y marzo de 2010. La información fue procesada en el software estadístico SPSS.

El estudio considero variables socio-demográficas y rasgos de las organizaciones donde laboran los jefes de RRHH.

2.1 Características generales de la muestra y las organizaciones en que laboran

El Cuadro 1, muestra los rasgos que permiten una descripción general de los encuestados.

El 82.5% de los jefes de Gestión Humana, son mujeres. Más de la mitad de la muestra sobrepasa los 40 años de edad (57.5%) y se evidencia un nivel educativo alto, ya que más del 75% tienen estudios de postgrado, de los cuales el 55% se encuentra relacionado con el área de Gestión Humana.

⁴⁶Según registro de cotizantes de CONFAMILIARES Caldas.

Cuadro 1. Características de los encuestados

Género	%	Rango edad	%	Nivel Educativo	%	Estudios relacionados con G.H	%	Estudios no relacionados con G.H	%
Femenino	82,5%	Entre 20 y 30	15,0%	Pregrado	22,5%	Pregrado	15%	Pregrado	7,5%
		Entre 31 y 40	27,5%						
Masculino	17,5%	Entre 41 y 50	40,0%	Especialización	52,5%	Especialización	40	Especialización	12,5%
		Más de 50	17,5%	Maestría	25,0%	Maestría	15	Maestría	10%

Fuente: Elaboración Propia

En el Cuadro 2, se muestra la caracterización de las organizaciones en las que trabajaban los encuestados.

Cuadro 2. Caracterización de las organizaciones en las que trabajan los encuestados

Sector	%	Naturaleza	%
Industrial	27,5	Privada	70
Comercial	5,0	Pública	22,5
Servicios	67,5	Mixta	7,5

Fuente: Elaboración Propia

Se destaca, el 67.5%, son organizaciones del sector servicios, y el 70% son de naturaleza privada.

3. Resultados

Los resultados presentados, corresponden al análisis de datos. Se presentan los datos ante el reconocimiento de los hechos de vulneración de los DD.HH., se analizan algunas formas de proceder y la implementación de políticas y mecanismos generales por la organización ante la vulneración de algún DD.HH. estudiado.

3.1. Ocurrencia de contravenciones

Se elaboraron un conjunto de enunciados, con los que las situaciones que vulneran los DD.HH. son descritos en la literatura disponible, para cada uno de los Derechos analizados. Dado el tiempo y el espacio brindado en esta ponencia, se presentan solo los totales en el reconocimiento de vulneración. Los resultados se muestran en el cuadro 3.

Cuadro 3. Reconocimiento de vulneración por Derechos

	TOTAL (muestra %)
Derecho a la igualdad	17,5
Derecho a la Salud.	65,0
Derecho a la Familia.	15,0
Derecho a la Integridad y Trato humano.	37,5
Total percepción de algunos de los Derechos Mencionados.	72,5

Fuente: Elaboración Propia

El total de reconocimiento de las situaciones indagadas y consideradas como vulneración a alguno de los Derechos descritos en la anterior tabla es de un 72,5% de la muestra. Se observa que el Derecho a la Salud es uno de los derechos de mayor percepción de vulneración, presentando un porcentaje del 65%, en el se presentaron casos como, accidentes de trabajo, sobrecargas de trabajo o que la persona se haya sentido obligado a trabajar sin estar en condición de hacerlo.

3.2 Políticas, mecanismos y capacitación en Derechos Humanos

Cuadro 4. Existencia de políticas para denunciar abusos

	TOTAL %
Referencia a Normas existentes	50,0
No hay	40,0
No sabe / No responde (3 – 1)	10,0

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro 4, presenta los resultados, respecto a si la empresa tiene una política definida para situaciones que vulneren los DD.HH. de los empleados. En las respuestas la tasa mayor está representada por la

“referencia a normas existentes” con un 50%. Dichas normas suelen ser: el reglamento Interno de Trabajo, allí se regula la interacción social y los comportamientos individuales y es posible identificar algunos aspectos que conecten con algunos DD.HH., pero la consideración de los DD.HH. dentro de estos documentos, no necesariamente obedece a una intención de generar políticas sobre ellos. También se halla que algunas empresas mencionan los Estatutos como documentos donde citan políticas frente a la vulneración de los DD.HH.

Cuadro 5. Mecanismos o Instrumentos para denunciar abusos

	TOTAL %
Unidades cuya naturaleza involucra atender estas denuncias	43,6
Unidades cuya naturaleza NO involucra atender estas denuncias, pero las atienden	50,0
Debido proceso	7,5
Jerarquía superior	10,0
No hay	15,0

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro 5, muestra los mecanismos utilizados para denunciar abusos, en él se observa que el mecanismo consistente en acudir a las Unidades cuya naturaleza no involucra atender estas denuncias, pero las atienden, presenta la mayor tasa, con un porcentaje del 50%. Dentro de estas oficinas se encuentra el departamento que reciben quejas, reclamos y sugerencias, también está dentro de estas unidades la Oficina de Control Interno y el Comité de Dirección.

Se observa que las unidades cuya naturaleza es atender estas denuncias, refiere a la Oficina de Control Disciplinario, el Comité de Convivencia Laboral, el Comité de Acoso Laboral y el COPASO (Comité paritario de salud ocupacional), todas estas unidades reflejan un porcentaje del 43.6%.

Cuadro 6. Mecanismos de 2da instancia para denunciar abusos, diferente a jefe inmediato

	TOTAL %
Oficina de GH	72,5
Jerarquía Superior	27,5
Unidades cuya naturaleza involucra atender estas denuncias	5,0
Unidades cuya naturaleza NO involucra atender estas denuncias, pero las atienden	20,0
No responde	5,0

Fuente: Elaboración Propia

Las Unidades cuya naturaleza no involucra atender las denuncias, refiere al comité de evaluación y desempeño, el cual está representando una tasa del 20% mientras que la oficina de GH maneja una tasa mayor del 72.5%. Se observa que el 27.5% de la muestra acude a Jerarquía superior como mecanismo de segunda instancia.

Cuadro 7. Capacitación sobre DD.HH. directamente a jefes de GH

	TOTAL %
SI	32,5
NO	67,5

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro 7, muestra si los Jefes de GH, han recibido o no, capacitaciones relacionadas con DD.HH. La cruda realidad refleja que una gran mayoría de ellos no han recibido capacitación alguna con relación en DD.HH., mientras que un 32% de la muestra, argumentó haber recibido capacitaciones relacionadas con DD.HH. Estos es indicativo, del desconociendo de la aplicación de los DD.HH. en las organizaciones.

3.3 Formas de proceder de los jefes de GH frente a la vulneración de los DD.HH.

El cuadro 8, muestra los resultados de la forma de proceder de los jefes de gestión humana ante la presencia de eventos que vulneren los DD.HH. Se destaca la toma de medidas correctivas y disciplinarias como la forma de proceder más frecuente (27.5%). Seguido de la comunicación o el reporte a las áreas de salud ocupacional o a las ARS y

EPS con un 20% cada uno, dado que los mayores eventos de vulneración son los referidos al derecho a la salud.

Cuadro 8. Formas de proceder ante eventos de vulneración por parte de los jefes de GH

	TOTAL %
Dialogar con ambas partes	10,0
Acudir a jerarquía superior	10,0
Comunicar a Salud Ocupacional	20,0
Realizar campañas de sensibilización	2,5
Reubicar a la persona	2,5
Reportar a la ARP y EPS	20,0
Realizar investigación de lo Sucedido	15,0
Terminar el contrato	12,5
Tomar medidas correctivas y disciplinarias	27,5

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 9, se presenta las formas de proceder de la empresa.

Cuadro 9. Formas de proceder de la empresa en caso de vulneración

	TOTAL %
Referencia a normas existentes	22,5
Debido proceso	82,5
Jerarquía superior	27,5
Unidades Internas cuya naturaleza involucra atender estas denuncias	20,0
Instancias externas a la organización	5,0

Fuente: Elaboración Propia

La tasa mayor la representa, "el debido proceso" con un 82.5% y hace referencia a iniciar un trámite en el proceso disciplinario, en donde se procede a dialogar ambas partes con el fin de llegar a una conciliación, en este proceso se hacía una investigación de lo sucedido y se procedía a realizar un plan de mejora, con acompañamiento médico. En algunas ocasiones se proseguía con movimiento de personal, o se sancionaba y en el caso más extremos se desvinculan a la persona.

4. Conclusiones

Al realizar el estudio con la percepción de empleados sobre la ocurrencia de vulneración a los DD.HH. en las organizaciones de Manizales, se encontró en el 2009, un reconocimiento de la ocurrencia eventos por más del 60% de los 422 empleados encuestados.

Este resultado en su momento tuvo que ser matizado, pues se argumentaba por los evaluadores de los informes, que el componente subjetivo de las respuestas de los empleados, quienes podrían estar comprometiendo afectividad negativa frente a la empresa o frente sus jefes.

El reconocimiento de los Jefes de Gestión Humana de las grandes empresas de Manizales, que alcanza un 70.0%, resulta entonces con dos implicaciones:

1. Atenúa la crítica de los evaluadores de la primera investigación.
2. Confirma claramente que la ocurrencia de eventos constitutivos de vulneración a los DD.HH. es una realidad de las organizaciones de la ciudad.

Los resultados también indican que en las organizaciones estudiadas no hay políticas concretas y explícitas sobre la problemática de los DD.HH. Esto puede ser un indicador respecto a que la ocurrencia de estos eventos no representa un problemática importante para los dirigentes de estas organizaciones. De hecho se trabaja en la hipótesis respecto a que, por ejemplo, el uso de la autoridad en exceso o los eventos de maltrato que se presentan en las organizaciones no distan mucho de lo que sucede al interior de las familias, de las escuelas, de los colegios y las universidades. Parece que se acepta que la ocurrencia de este tipo de eventos es la forma natural de la vida en interacción con otros en condiciones aceptadas o *legales* de subordinación.

Como una consecuencia de la falta de políticas concretas y explícitas sobre la problemática de los DD.HH, las prácticas que se llevan a cabo frente al conocimiento formal de la ocurrencia de estos eventos, traducidas en mecanismos de denuncia y en formas de proceder, resultan por decir menos respaldadas más por la dinámica de solución de problemas de la organización en general o de la legislación existente en

particular, que de una definición formal dentro de la estructura, producto de una política frente a los DD.HH.

Conviene continuar con la indagación en:

- Las empresas grandes de la ciudad ampliando la muestra a los jefes de grupos de trabajo
- En organizaciones más medianas, pequeñas y micro.
- Extender la investigación a otras ciudades. Para lo cual la metodología se encuentra disponible para los interesados en utilizarla.

Resulta pues apremiante ampliar los espacios para la reflexión sobre los problemas humanos de las organizaciones, en especial sobre la vulneración de los DD.HH a su interior. La presencia de eventos de vulneración termina reduciendo las posibilidades del desarrollo de las capacidades racionales de los integrantes, afectando negativamente el desempeño dentro y fuera de la organización, y con efectos negativos sobre la productividad y la competitividad de las empresas.

Referencias

- Carvajal, J. (2010). *Relaciones dirigentes-dirigidos: Un acercamiento desde los Derechos Humanos*. Documento presentado en el 2do Congreso de Investigación en Administración. Paipa, Boyacá, Colombia.
- Carvajal, J., Montoya, Y., & Valencia, J. (2011). El derecho a la integridad y trato humano en las organizaciones. *Relaciones Dirigentes-Dirigidos Un acercamiento a los Derechos Humanos*. Documento presentado en XV Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas. Veracruz, México.
- Cepeda, M. (1992). *Los Derechos Humanos en la Constitución*. Bogotá D.C.: Temis.
- Cruz, F. (2002). El mundo del trabajo y las organizaciones desde la perspectiva de las prácticas inhumanas. *Cuadernos de Administración*(27), 13-22.
- Cruz, F. (2003). La presencia de lo inhumano en la cultura y en las organizaciones. En R. Carvajal (Ed.), *El lado inhumano de las organizaciones*. Cali, Colombia: Fondo Editorial Facultad de Ciencias de la Administración.
- Díaz, P. (1993). *La constitución política colombiana: procesos, estructuras y contexto*. Bogotá D.C.: Temis.
- Madrid-Malo, M. (1995). *Estudios sobre derechos fundamentales*. Bogotá, Colombia. Defensoría del pueblo.
- Monroy, M. (1980). *Los Derechos Humanos*. Bogotá, Colombia: Temis.
- Mujica, P. (2010). Desarrollo internacional de las obligaciones legales de las empresas respecto de los Derechos Humanos. *Derecho PUCP*,(64), 165-185.
- Ocampo, M. & Gaviria, W. (2000). *Relaciones de trabajo y Convivencia en las organizaciones un acercamiento desde los Derechos Humanos y constitucionales*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Colombia, Manizales, Colombia.

Pérez, A. E. (1984). *Los Derechos Fundamentales*. Madrid, España: Tecnos.

Prandi, M. & Lozano, J. (2006). *Guía práctica de Derechos Humanos para Empresas*. Barcelona, España: Escola de Cultura de Pau (UAB) y ESADE.

Valencia, M. & Salazar, L. (1998). *Los Derechos Humanos*. Manizales, Colombia: Personeria Municipal de Manizales.

EL DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN

Víctor Manuel Bustamante Aristizabal⁴⁷
Jaime Eduardo Arana Salcedo⁴⁸

⁴⁷ Estudiante de Noveno Semestre de Administración de Empresas. Unidad Central del Valle del Cauca. Semillero de investigación: Gestión Empresarial. Grupo de Investigación en Desarrollo Empresarial –GIDE.-.

⁴⁸ Estudiante de Noveno Semestre de Administración de Empresas. Unidad Central del Valle del Cauca. Semillero de investigación: Gestión Empresarial. Grupo de Investigación en Desarrollo Empresarial –GIDE-. E-mail: Victor_busta001@hotmail.com

Resumen

El *Desarrollo de la Organización*, permite la integración de los factores internos y externos en procesos que direccionen la empresa hacia el futuro, partiendo de diagnósticos previos, implementando y reconociendo los elementos que dinamizan su quehacer, procesos que resuelven las problemáticas; es necesario reconocer situaciones que sirven para generar el óptimo desarrollo de las organizaciones para obtener niveles de competitividad deseados, como también ser proactivos ante los cambios y atender de manera efectiva los procesos de globalización. Se entiende *Desarrollo de la Organización* como una constante evolución donde se reconoce la capacidad de permanecer en procesos de mejoramiento direccionados por los diferentes administradores entre otras personas que intervienen en la organización, de igual manera citando acciones importantes como las desarrolladas por "Henry Ford y Bill Gates quienes fueron más allá de la propia creación de empresas, transformaron la tecnología, el modo de hacer los negocios y a la propia sociedad" (Amaru, s. f., p.1).

Palabras clave

Desarrollo, Organización, Evolución, Recursos.

Abstract

The organization development, allows the integration of internal factors that routed the Business processes into the future, start on previous diagnoses, implementing and recognizing the elements that solve the difficulties is necessary to recognize situations serving for optimal development organizations to receive levels desired competitive, also be proactive to changes and effectively address the processes of globalization. That's mean organization development, as a constant evolution which recognizes the capacity and ability to staying in processes improvement addressed by different administrators between other persons involved in the organization like persons involved in the organization like mentioning important actions as developed for "Henry Ford and Bill gates our profile were beyond the limits changing society and business creation.

Keywords

Development, Organization, Evolution, Resources.

Problemáticas actuales

Muchas de las organizaciones creadas en el país carecen de un grado de estrategias gerenciales y herramientas que permitan darles un rumbo determinado hacia la consecución de objetivos de manera adecuada. Sin atender a esfuerzos congruentes a corto y largo plazo, la carencia de conocimiento gerencial hace que muchas de las empresas en el país presenten una tendencia hacia la insolvencia económica y por ende a cerrar sus puertas en sus primeros años de vida; los empresarios deben pensar en empresas para un mañana, es así, como desde el Desarrollo de la Organización se pretende que, no se improvise en la obtención de objetivos, se dé un buen uso a los recursos empresariales y la estructura de la toma de decisiones y se haga participe a todos sus integrantes, de manera que, estas acciones permitan que la organización pueda integrarse e interactuar con su medio externo.

Otras de las perspectivas abordadas desde el Desarrollo de la Organización, es la consolidación del proceso administrativo, como uno de los factores que más conllevan a que las empresas trasciendan de un estado a otro, garantizando su supervivencia a través de procesos de innovación y de generación de valor en sus procesos y procedimientos. Por lo tanto, desde el Desarrollo de la Organización se proyectan, se dimensionan y se integran los recursos físicos, tecnológicos, financieros y el capital humano.

El Desarrollo de la Organización y su perspectiva de integración interna y externa, generan cambios en toda la estructura de las empresas, por consiguiente, la forma de pensar, actuar y controlar de los dirigentes, permite mantener los indicadores de supervivencia, rentabilidad y permanencia en el medio, reconociendo siempre que la innovación y la gestión son factores de desarrollo.

Dado esto, se pretende hacer un escrito en donde se aborden las diferentes temáticas y conceptualizaciones que conduzcan a reconocer el Desarrollo de la Organización, como un escenario en el cual se conjugan los elementos del proceso administrativo, no como el mero

hecho de tenerlos presentes para garantizar la permanencia de la organización en el medio empresarial, sino como herramientas que coadyuvan a su posicionamiento, mediante procesos de innovación y de generación de valor.

Conceptualizar el desarrollo de la organización

No son muchos los escritos que al respecto se encuentran. Se hace una abstracción de los conceptos que acompañan el Desarrollo de la Organización, los cuales permiten atender de manera efectiva las exigencias del medio empresarial, como también de las nuevas perspectivas de mercado, siendo estos algunos de los elementos que conllevan a dinamizar la organización, y a que los empresarios, administradores, dirigentes y líderes empresariales, asuman la responsabilidad de alinear a todos los colaboradores, tal y como lo propone Rensis Likert (1969), la correlación que debe de existir entre toda la estructura organizacional, desde los gerentes hasta los operarios, conllevan a tener un clima y un ambiente laboral propios para el óptimo cumplimiento de los objetivos y la efectiva utilización de los recursos, de igual manera Likert, propone la existencia de un estilo participativo para la toma de decisiones, lo que permite que todos los procesos y los procedimientos se integren hacia un mismo objetivo.

Los empresarios, gerentes, administradores y líderes, deben propender que las organizaciones prevelezcan en el tiempo, atendiendo de manera oportuna las exigencias del mercado, es por lo que se propone desde el Desarrollo de la Organización, que se definan objetivos claros, las metas y los tiempos de realización, los que conlleva a que se haga una óptima utilización de los recursos, que las personas que la integran reconozcan sus funciones como sus líneas de autoridad y demás consideraciones que motivan en su interior un clima y una cultura organizacional propia para alcanzar los niveles de competitividad y productividad en su sector.

El Desarrollo de la Organización, se puede concebir como una herramienta integradora de estrategias internas y externas que, permite atender los cambios del entorno y que conllevan a los cambios en las estructuras y en las formas de generar los procesos y los procedimientos propios del quehacer de las organizaciones. Es así, como la innovación y la generación de valor, se convierten en pilares para alcanzar la competitividad.

Todo mecanismo o proceso del Desarrollo de la Organización, debe responder a las iniciativas frente a las metas, objetivos, visión y misión de la empresa; es decir, el proceso del Desarrollo de la Organización se da en varias etapas, en las cuales primero se debe identificar la empresa como tal, conocer las necesidades, cualidades y debilidades de la organización; a partir de este diagnóstico se generan estrategias de innovación mediante las cuales se puedan solucionar los inconvenientes que se presenten.

Las herramientas de dirección y ejecución que brinda el Desarrollo de la Organización se moldean al contexto. No existe una organización igual a la otra en todo su esplendor, de tal manera que sus gerentes u organismos de dirección deben tener la capacidad de moldear su propio proceso formativo y evolutivo ante la consecución de sus objetivos.

Las organizaciones en la historia presentan una tendencia a evolucionar y propenden a ser cada vez más grandes, si se retoman conceptos de la antigüedad, una de las primeras evidencias de organización a gran escala, se hizo presente en la construcción de las pirámides de Egipto, donde se organizaron muchas personas en un mismo rango jerárquico para realizar labores que llegaran a un objetivo o un fin común que era culminar la construcción todos bajo el mando del faraón, hoy en día, las organizaciones son mucho más grandes, pero de igual manera han evolucionado en su composición jerárquica, toda vez que las organizaciones han involucrado especialistas, se crean nuevos niveles jerárquicos, de manera que las organizaciones presentan incremento en el personal, el cual con la llegada del recurso tecnológico se ve afectado en la actualidad. Las organizaciones, gracias a la llegada de los avances tecnológicos han presentado una sistematización que ha generado en ellas, ciertas transformaciones, hasta el punto que muchas concentran en su núcleo de personal especialistas, dando un viraje a lo que anteriormente se presentaba donde el personal operativo era el núcleo de las organizaciones. Las máquinas realizan tareas operativas reemplazando lo que realizaban una cantidad representativa de operarios.

El “*managerial grid*” o modelo de la red de gestión

Es un modelo que se acerca un poco más al objetivo de la organización; haciendo un paralelo o una relación directa entre la preocupación por la producción y la preocupación por el personal, obteniendo de esta relación, por ejemplo, estrategias de liderazgo. Esta es una teoría que a pesar de su antigüedad no ha dejado de evolucionar y desarrollarse moldeándose a las necesidades y característica de cada organización, variando de acuerdo a la vocación y objetivos establecidos.

Esta permite direccionar los objetivos hacia el personal, y la producción en un término equilibrado, cada una de ellas con unos requerimientos en las acciones tanto gerenciales como de personal, distintas pero no excluyentes de las demás, para obtener un clima laboral propicio y concordante a la consecución de los objetivos empresariales.

En un mundo globalizado es de mucha importancia para las empresas tener una perspectiva precisa del concepto de organización, el desarrollo parte de ella, la cual no dependerá del esfuerzo de una sola persona sino más bien de un equipo de trabajo integrado para la obtención de los objetivos; se piensa en el Desarrollo de la Organización como un proceso sistemático y racional, dicho aspecto permite la competitividad entre las empresas, se debe fomentar en la organización un ideal desde el cual esta tenga un personal idóneo y capacitado para prever todo lo necesario hacia el alcance de los objetivos. El Desarrollo de la Organización así propuesto o pensado se dirige a que la empresa tenga mayor capacidad de eficacia y de eficiencia, en el ideal manejo de los recursos, lo cual hace pensar en la prioridad de que dicho desarrollo, se sustente en un recurso humano con perspectiva hacia el futuro de la organización y un equipo de trabajo con capacidades fluidas para colocar la organización en el estatus del mercado.

Este proceso no depende de una persona en especial, sí demanda un liderazgo, pero es mucho mejor cuando este se presenta a nivel del grupo o del equipo de trabajo, este liderazgo da a conocer la esencia social de la empresa y por ende un equipo de trabajo siempre dispuesto a dar respuesta a aquellos interrogantes básicos que se pueden presentar, el Desarrollo de la Organización se determina desde las funciones administrativas fundamentales, en especial la de la planeación. El Desarrollo tampoco se presenta como algo fácil o

gratuito, de hecho hay detrás de él todo un esfuerzo, un trabajo y por ello se recalca la esencia social del Desarrollo de la Organización, todo el grupo de personas trabajando sistemática y ordenadamente para lograr un objetivo en común. Esto parece tener cierta proporcionalidad con el alcance de las metas, es el punto donde la empresa puede sentirse o verse realizada integralmente.

Es bueno conocer cuáles han sido los principios que han hecho parte del desarrollo de muchas empresas del pasado y así poder asimilar puntos críticos que puedan afectar el desarrollo de las empresas en el contexto actual, el Desarrollo de la Organización demanda de un aprendizaje o un conocimiento, y depende de una inherente capacidad de visualizar o de soñar la empresa en el éxito contextual, este desarrollo debe presentarse como un eficaz y eficiente trabajo de equipo. En la teoría de los recursos humanos se presenta como esencial la calidad de vida de las personas, tal desarrollo depende de la gran capacidad de innovación y del progreso en la toma de decisiones; el Desarrollo de la Organización se da porque las empresas cuentan con los mecanismos y el aprendizaje adecuados, teniendo el conocimiento y el recurso humano potencial.

El Desarrollo de la Organización es de gran ayuda tanto para los emprendedores como para los expertos, el manejo y el comportamiento de los mercados no depende de un estilo determinado, es más factible que una empresa tenga enfoque de investigación y desarrollo con la cual pueda obtener conocimientos y generar procesos de innovación, de los cuales, se derivan planes significativos dentro del desarrollo, de esta manera este proceso se presenta como el producto de los integrantes de una empresa. Dentro del estilo de los procesos que se realizan para llegar al desarrollo de una organización, también se puede mencionar la superación, no se deben tener modelos o tendencias de desarrollo, lo ideal es que siempre se generen ideas que preserven la organización; el Desarrollo de la Organización ira en pro de la evolución de la empresa en la sociedad y en el mercado, el cual depende del estilo de dirección. Por eso, este es el que más tiene responsabilidad, cada organización marca su propio camino de desarrollo, en ello influye mucho la capacidad racional de las personas que conforman el equipo de trabajo, esto demanda mucha innovación e inteligencia, toda vez que algunas empresas cuentan con la suerte de tener un personal dotado de cualidades de proyección y por lo tanto asumen el poder de determinar un posicionamiento en el mercado; el Desarrollo de la Organización

tiene vínculos con el recurso humano y este debe crear su propio mecanismo de inspección para que el proceso se lleve a cabo de la mejor forma, de esta manera se llega a tener disposición de contribuir con el modelo de desarrollo.

Actualmente las empresas buscan la evaluación y el estudio permanente de su proceso de desarrollo en términos del mismo, estos deben ser: hechos, cambios y transformaciones, los cuales deben realizarse de manera oportuna, de lo contrario se pueden generar riesgos en cuanto al Desarrollo de la Organización. Actores externos a la empresa pueden llegar a incidir sobre el desarrollo, es decir, el mecanismo de evolución puede surgir de un *outsourcing* pero tal medida puede generar que se pierda la autonomía y la independencia de la organización. Para tener la capacidad de determinar una evaluación de desempeño de la organización, se necesita un cambio de mentalidad innovadora y ante todo conseguir la información crucial desde la dirección hasta la parte operativa pasando por todos los niveles jerárquicos. Debe tener en cuenta una transformación a la hora de pensar la organización de una manera más innovadora. Estos procesos no se dan de inmediato, existe la necesidad de un estudio permanente del estado de la organización, para iniciar un proceso sistemático de introducción a los nuevos comportamientos y procesos para revisar las tareas que se vienen realizando, este cambio brinda la oportunidad de omitir todo lo que pueda poner en peligro el alcance de las metas, por eso, el Desarrollo de la Organización debe empezar desde los recursos humanos, por ende el personal tiene permanente información de la situación actual del mercado de manera tal que se puedan optimizar los procesos dándoles un diseño adecuado.

El Desarrollo de la Organización depende mucho del trabajo desempeñado por los individuos que hacen parte de ella, se empieza por un buen reclutamiento y selección de los nuevos integrantes, con esto se busca que las personas tengan un alto sentido de pertenencia desde su ingreso a la organización. Se recomienda para el Desarrollo de la Organización tener orden, se indica como en el equipo de trabajo se deben tener pautas y etapas que permitan alcanzar las metas, existe una buena medida la cual es revisar las prácticas laborales o el trabajo que se hace, este define el alcance de un desarrollo dentro de la organización.

La gran responsabilidad del Desarrollo de la Organización depende de la dirección, de los individuos pero más allá es necesario contar con una persona, líder o gerente que direcciona alternativas y estrategias diferentes, que conlleven a que la organización alcance los niveles de competitividad y productividad deseados. Y tener en cuenta que para lograr el Desarrollo de la Organización se necesita un ambiente democrático en el cual los integrantes puedan gestionar iniciativas de innovación, entonces en las organizaciones se dan a la tarea de formar equipos de dirección con alto grado de competencia. Otro aspecto para el Desarrollo de la Organización está delegado en recursos humanos, producción, marketing y todos los departamentos que compongan la organización, de manera que se invierta en innovación, toda vez que los integrantes tengan participación en propuestas y lluvias de ideas. La puesta en marcha del plan operativo se da en las divisiones o departamentos mencionados anteriormente.

En la sociedad moderna todo se resume a un cambio constante en el ámbito empresarial, de manera tal que las empresas tienden a verse involucradas en una constante evolución, buscando la manera de adaptarse al cambio generacional de las personas y los avances tecnológicos, la globalización introdujo un término en las empresas que hoy por hoy marca el rumbo y el éxito de estas, toda vez que la finalidad de los países y organizaciones se basan en el término de competitividad.

Si se sumerge en la era de una economía de información se puede mencionar que esta transición afecta tanto a las organizaciones como a la sociedad misma, generando nuevas necesidades en las personas, necesidades de consumo impuestas por un manejo adecuado o inadecuado de información, de ahí surgen los interrogantes ¿en qué forma deberán reaccionar las personas y como deberán alinear sus empresas y su personal para lograr un éxito sólido en un mundo afectado por el cambio?

Las organizaciones buscan soluciones a problemas nacientes mediante una necesidad de cambio continuo, buscando esas diferencias entre las empresas exitosas, toda vez que el empresario como tal busca herramientas de apoyo que le permitan llegar al éxito empresarial, midiéndose con las empresas más calificadas y aun así lograr mejores resultados en términos comparativos de competitividad. La gerencia como papel fundamental en la etapa de transformación evolutiva de la

organización permite a la cabeza estratégica generar políticas que eviten esas fluctuaciones que ha de presentar en el manejo de direccionamiento, toda organización necesita una etapa de adaptación la cual propende a generar un vacío o distracción de los integrantes mientras desarrollan la adaptación, al concluir este proceso los resultados serán visibles a medida que pase el tiempo.

La gerencia se ve obligada a presentar un papel de adaptabilidad al entorno, trazándose objetivos a largo plazo, pero que puedan moldearse a los cambios que presenta el mundo en constante desarrollo, los gerentes deben poseer capacidad de reacción a esos nuevos avances o inconvenientes que se presenten, técnicas como la diversificación, la innovación y el carácter emprendedor son elementos a tener en cuenta en una gerencia moderna dentro de las grandes organizaciones de la actualidad, que marcan un parámetro o un punto de partida toda vez que estos son solo unos pocos de los elementos que se utilizan para contrarrestar el cambio constante del mundo evolutivo.

El ambiente cambiante hace que los gerentes cada vez necesiten estar mejor preparados para cualquier cambio que se pueda presentar en cuanto al entorno de la organización sea bueno o malo; las organizaciones se tienen que amoldar a los cambios del entorno o de la sociedad en vez de intentar cambiar a este, ya que es imposible romper un paradigma de la noche a la mañana, por esto, la gerencia necesita realizar varios modelos para tener en cuenta en el momento que el entorno cambie y así tener varias opciones; si el cambio que efectúen en algún momento dado no funciona, puedan implementar otro de manera rápida y que este no perjudique la organización. Para los gerentes de hoy, es importante tener gran capacidad para diseñar y desarrollar una visión estratégica definida, como también es importante para estos saber implementarla o adaptarla a la cultura organizacional; se hace necesario que los gerentes tengan una excelente capacidad de comunicación con los integrantes de su organización, con respecto a retos organizacionales, a metas y actitudes que el gerente desee que tengan los demás miembros de la organización, para lograr que las personas tengan una buena actitud el gerente debe dar el ejemplo, esto puede realizarse mediante charlas o reuniones improvisadas para que los empleados generen inquietudes y aportes que puedan servir de mucha ayuda.

Con todo lo expuesto se busca hacer una aproximación conceptual acerca de un tema tan importante hoy en día como es el Desarrollo de la Organización, que busca que las organizaciones estén en una constante evolución, tomando todo lo necesario desde la gerencia hasta los niveles operativos, para no sucumbir ante los avances que se vienen presentando en este mundo globalizado, donde la competitividad y la capacidad de innovar en sus procesos para una obtención de objetivos en tiempos más razonables, sea una realidad en todo tipo de organizaciones, influenciadas por diversos factores y bajo escenarios políticos, económicos, sociales y demás, en los cuales se pueda obtener el desarrollo deseado.

Referencias

- Amaru, A. C. (2008). *Administrador para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México D. F.: Pearson.
- Duggan, W. (2008). *Intuición Estratégica. La Chispa creativa en la realización Humana*. Bogotá D.C.: Grupo Editorial Norma S.A.
- Hacon, R. (1978). *Eficiencia personal y de la organización*. Barcelona, España: Editorial Hispano Europea.
- Likert, R. (1969). *Un nuevo método de gestión y dirección*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Manucci, M. (2010). *Contingencias*, Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma S.A.
- Robbins, De Cenzo. (2009). *Fundamentos de Administración. Conceptos Esenciales y Aplicaciones*. México D. F.: Editorial Pearson. Prentice Hall.
- Van Der Erve, M. (1990). Fragmento gestación de una nueva conciencia. *El Futuro De La Gerencia*. Bogotá D.C.: Legis Editores S. A.

TRICOTOMÍA DE LA ADMINISTRACIÓN

Diego Hernando Ferrucho Álvarez⁴⁹

Jimena Cecilia Pérez Sánchez⁵⁰

Ivonne Ximena Suarez Becerra⁵¹

⁴⁹Estudiante de Administración de Empresas. Semillero Grupo de Investigación PODER. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia –UPTC-.

⁵⁰Estudiantes de Administración de Empresas. Semillero Grupo de Investigación PODER. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia –UPTC-.

⁵¹Estudiantes de Administración de Empresas. Semillero Grupo de Investigación PODER. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia –UPTC-. E-mail: jimena.perez07@hotmail.com

Resumen

La tricotomía de la administración en este artículo, se refiere a la división por enfoques que a lo largo de la historia se han dado en esta materia, la cual ha generado múltiples discusiones acerca de su diferencia o complementariedad. Dichos enfoques son artísticos, técnicos y científicos. La importancia de profundizar en este tema resulta del hecho de que nos da una perspectiva general de los principios básicos considerados como la esencia de la administración, llevándonos por la propuesta de diferentes autores que han sido sobresalientes. En este artículo, nos sumergimos en cada uno de los componentes de la tricotomía administrativa, apoyando o refutando ideas que puedan de alguna manera llevarnos a un entendimiento más profundo del arte, la técnica y la ciencia como componentes principales de la administración.

Palabras clave

Administración, ciencia, arte, técnica.

Abstract

The trichotomy of administration in this article, refers to the division approaches throughout history have occurred in this area, which has generated many discussions about the difference or complementarily. These approaches are artistic, technical and scientific. The importance of understanding of this subject is the fact that it gives us an overview of the basic principles considered as the essence of management, leading by different authors proposed that have been outstanding. In this article, we dive into each of the components of the administrative trichotomy supporting or refuting ideas that might in some way lead to a deeper understanding of art, technology and science as major components of the administration.

Keywords

Administration, science, art, technique.

La tricotomía: Arte, Técnica o Ciencia

La Administración como Arte

El arte es el uso de la habilidad y la imaginación para crear objetos, experiencias o entornos con el fin de lograr la satisfacción de diferentes necesidades. La administración como arte, es un planteamiento abordado por primera vez en el libro *El Arte de la Administración Japonesa* de Anthony Athos y Tanner Pascale, donde se evidencian los valores como “herramientas o enfoques gerenciales” (Codina, 2004). Y definen los valores corporativos como:

Reglas o pautas mediante las cuales una compañía exhorta a sus miembros a tener comportamientos consistentes con su sentido de existencia (orden, seguridad y desarrollo). Son propósitos supremos a los cuales la organización y sus miembros deben dedicar toda su energía. (Codina, 2004)

Los autores resaltan una fuerte proximidad a un mundo energético, un mundo equilibrado en sus fuerzas cósmicas del bien y el mal y sobre todo una tendencia a darle sentido artístico a todo lo que se refiere al manejo de las empresas; el manejo artístico se refiere a dar relevancia al *ser*, a lo que el individuo puede crear, a lo que el individuo es capaz de creer en torno a lo que una empresa puede llegar a ser y por sobre todo, lo que el individuo tiene que crecer en su sabiduría espiritual, para llegar a un equilibrio emocional capaz de tomar decisiones con base en sus experiencias personales.

Lo relevante en la definición de la administración como arte es lo referente al sentido de los valores en un plano gerencial, debido a que a partir de estos tendremos una base sólida en construcción de un ser complejo y apto para el desempeño de una actividad empresarial; siendo los valores base primordial en la creación de un ser integro, establecidos por la adquisición de cohesión, sentido de pertenencia y compromisos éticos, resulta en que la empresa como un todo, se adapte a los gustos del cliente, y así adquirir una nueva dimensión más conjunta entre empresa y cliente.

Hoy en día, la dirección por valores se ha tornado un eje fundamental en lo que concierne al manejo de una empresa, por eso cada día se

profundiza más en sembrar en las personas los valores requeridos para el funcionamiento conjunto entre empresa y colaborador; de ahí que es un arte el sembrar en cada persona una serie de valores, creando y dando vida a un estilo de dirección único, que muy difícilmente se puede copiar o imitar.

El abordaje de las empresas con un sentido más humano, ha dado lugar a que Pascale (1982), se haya referido a ellas como sistemas vivientes, esto está directamente relacionado con el arte, ya que solo sistemas vivientes pueden disponer de atributos artísticos en el desarrollo de actividades; con la ayuda de Antony Athos, se consolidó por fin la base de las siete "s", con la única finalidad de mantener una empresa prospera en el ámbito de los estilos de dirección.

Parte de la definición de sistema viviente se deriva del comportamiento de las empresas, ya que evidenció que estas se mueven en ciclos, pasan de un ciclo a otro, pero no lo hacen de forma simple, en este cambio tienen que implementar técnicas que van intrínsecas en el estilo de dirección de cada empresa, y así adaptarse con rapidez a los cambios que le genere el ambiente empresarial.

Las siete "s" constan de las partes fundamentales que deben tener los estilos de dirección en cada empresa, ya que según este modelo, las empresas deben tener las mismas misiones y compartir los mismos valores para llegar a ser exitosas; estrategia, estructura, sistemas, estilo, *staff*, habilidades, y valores compartidos comprenden los siete pilares de este modelo orientado a un estilo de dirección donde todo y todos tengan un propósito, y encaminado en una escala de valores para llegar a crear un sentido de pertenencia con la empresa mucho más transparente.

Esto parecía fino en el tiempo porque permitió que a empresas brindaran la regularidad. Pero si usted acepta que las empresas están viviendo sistemas, una cosa que comprendemos sobre el equilibrio en la naturaleza es que es un precursor a la muerte. (Pascale & Athos, 1982)

Vida y muerte, referencia que oímos constantemente del profesor Pascale. Al hacer un análisis más profundo podemos entrever el gran apego por tratar a la empresa como un ser vivo, con alma, formada por

sistemas, los cuales fueron contruidos desde sus bases, con valores corporativos, enfocando cada esfuerzo del hombre a la realización completa de la empresa, que visto desde un nivel superior y presenciándolo como un todo, denota una armonía, un estilo único, algo más parecido al arte, arte que se aplica para cada tipo de empresa dependiendo de sus necesidades y por supuesto las del cliente.

La Administración como Técnica

Como técnica, la administración ha sido principalmente abordada por los autores neoclásicos, quienes creían que los conocimientos solo eran válidos si eran aplicables. Sus estudios tienden a mostrar la administración como una disciplina técnica social, usa procedimientos establecidos, y por ello, la literatura de estos refleja un sentido de practicidad despreocupándose por los conceptos filosóficos y aterrizando a la administración como un conjunto de herramientas a utilizar que ellos exponían ampliamente.

La técnica es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos, que son aplicados para obtener un resultado deseado. En la técnica por tanto, se considera que se requiere cierta habilidad manual e intelectual y que usa herramientas sistemáticamente diseñadas.

En este sentido, ¿es posible hablar de administración como técnica? Ante esta pregunta es necesario entender que la administración cumple con muchos requisitos para ser considerada técnica social, ya que utiliza diversas herramientas de tipo matemático, estadístico, y se ha establecido un proceso sistemático que la guía, que además se caracteriza por actuar en mejora de la sociedad, por tanto puede ser tomada como un instrumento social.

La administración como técnica social ofrece herramientas consistentes en orientar, dirigir y controlar los esfuerzos de un grupo de individuos para conseguir un objetivo común. Desde este punto de vista diversos autores han visto a la administración.

Peter Drucker (1954) publica en *The Practice of Management*, la importancia de la corporación, e intenta codificar los principios administrativos, describir habilidades requeridas para la eficiencia y brinda unas bases sólidas para la disciplina administrativa.

Drucker pensaba que los logros de Sloan y otros grandes líderes corporativos de la primera mitad del siglo XX eran modelos del desempeño técnico exitosos (...) la característica común de todos estos era una visión guía que lograron traducir en innovaciones específicas en la metodología financiera, el diseño estructural, la estrategia de mercados y la capacitación de personal; muchas de estas se convertirían en los fundamentos de la teoría de Drucker. (Flaherty, 2001)

Con lo anterior podemos notar la constante preocupación de Drucker por crear una relación entre los principios y la práctica. Drucker veía a la administración como una disciplina que destacaba la práctica sobre el conocimiento, y afirmaba que era posible de aprender gracias a la práctica, y manifestaba que el aprendizaje de esta se daba especialmente de lo que se hace bien.

Por su parte, Newman (1974) en su libro *Programación, organización y control* define la administración como, "la guía, conducción y control de los esfuerzos de un grupo de individuos hacia algún objetivo común". Identifica para el desarrollo de esta un proceso administrativo, compuesto por técnicas sistemáticas: planificar, organizar, coordinar los recursos, dirigir y controlar. Newman afirma además que, la dirección por sí misma no existe; está íntimamente ligada con las operaciones. Esto implica su clara posición de concebir a la administración como un conjunto de técnicas a poner en práctica.

Koontz y O'Donnell (1967), en su obra *Curso de administración moderna*, estudian a la administración como el cumplimiento de los objetivos deseados mediante el establecimiento de un medio ambiente favorable a la ejecución por personas que manejan grupos organizados. Su teoría administrativa se basa en un sistema apoyado en otras áreas del conocimiento, fundamentando como eje central la escuela administrativa operacional, la cual establece un esquema conceptual considerando así la administración como un proceso universal; también la considera una forma de organizar la experiencia.

Esta escuela principalmente se basa en la administración como un proceso operativo que debe ser estudiado a partir del proceso administrativo, los principios pueden ser considerados elementos o

herramientas, hasta que se demuestre lo contrario, que sirven para ejercer la administración.

¿La administración moderna puede ser considerada una técnica? La administración moderna, se basa en esencia en la teoría de Drucker que ve a la administración como un conjunto de saberes multidisciplinares, usados en forma práctica para conseguir un objetivo social. La administración moderna usa técnicas como la contabilidad que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. En otras áreas fundamentales de la empresa, también es notoria la aplicación de técnicas matemáticas y estadísticas para la toma de decisiones.

Por tanto, la administración sí puede ser considerada un conjunto de herramientas claramente definidas en el proceso administrativo, además, centra su estudio en desarrollar instrumentos y organizar recursos y personas para conseguir los objetivos.

La Administración como Ciencia

Para hablar de la administración como ciencia es necesario considerar a la ciencia como un conjunto de conocimientos ordenados y sistematizados de validez universal. Fundamentados en una teoría referente a verdades generales, la administración es considerada como una ciencia que estudia a las empresas y organizaciones con fines de descriptivos para comprender su funcionamiento, evolución y conducta.

La administración como ciencia se fundamenta en los clásicos Taylor y Fayol, de ahí nace los primeros cimientos para tomarla como ciencia; a partir de numerosos estudios Taylor (1947) dice que, "toda planeación que bajo el sistema antiguo era llevada a cabo por los obreros, como resultado de su propia experiencia, debe necesariamente, bajo el nuevo sistema ser hecha por la administración de acuerdo con las leyes de la ciencia". De allí surge la importancia de los métodos científicos en la planeación, apoyados, de otra parte, por los resultados obtenidos. Es tal la importancia de la administración científica, que logra el máximo de la capacidad producida por el hombre.

Para Taylor (1947) la administración debe ser tratada como una ciencia y no de otra manera, pues en su teoría aplicó una metodología sistemática

en el análisis y la solución de problemas como base, en esto declaró sus principios científicos que sirvieron de plataforma y como común denominador para el tema aquí tratado; sus estudios se orientaron en ir más allá del trabajo del obrero y conocer cómo funcionaba su entorno y la interacción de estos con el medio de trabajo, su aporte estuvo enfocado a principios y normas que permitieran obtener un mayor rendimiento de la mano de obra y los materiales. Principalmente abordó temas como el estudio de tiempos y movimientos, selección de obreros, métodos de trabajo, incentivos, especialización e instrucción.

Por otro lado la contribución de Fayol consistió en dividir la función administrativa en cinco partes: planeación, organización, autoridad, coordinación y control. Él consideraba la planeación como la parte más importante y difícil de las responsabilidades administrativas; entendiendo la organización como un problema material y humano respecto a la organización. Se notan dos líneas fundamentales de desarrollo de las teorías, por un lado encontramos a Taylor con la trascendencia de la aplicación del método científico en los problemas técnicos que se dieron principalmente en fábricas como: las normas de operación, los métodos y procedimientos, movimiento y almacenamiento de materiales.

“La administración ya no fue concebida desde la perspectiva de una simple administración de taller de Taylor, si no como un conjunto universal de principios aplicables a cualquier establecimiento funcional y organizado” (Follet, 1942). Por otro lado, desde el punto de vista de Fayol se denota una administración más estructurada y procedimental que opera bajo principios flexibles y susceptibles de adaptación, generando unos cimientos firmes que más adelante se tomarán como básicos de la administración como una ciencia.

En el desarrollo de la administración como una ciencia, el autor Oliver Sheldom (1923), se enfrentó con los problemas de la administración industrial desde la más amplia perspectiva de la organización. Igualmente resaltó la importancia de las responsabilidades sociales de la administración basados en principios éticos y científicos y agregó:

En cuanto al trato de la administración con las cosas, sus métodos pueden ser reducidos a términos de principios científicos; pero tocante a los tratos con hombres y mujeres, solamente puede usarse

el método científico en la medida en que los hombres y mujeres estén dispuestos a someterse a ello. (Sheldom, 1923).

Entendiéndose el método científico como la reunión de conocimientos acumulados que tiene una mejor comprensión del hombre y del medio ambiente, este ha jugado un papel decisivo en el logro de los conocimientos de la administración y de las habilidades administrativas.

Epistemológicamente el objeto de la ciencia de la administración es el ser humano, que también es compartido como objeto de otras ciencias pero se diferencia de estas porque tiene diferentes perspectivas y ángulos frente a este.

Conclusiones

¿Por qué es necesario encontrar a la administración como una ciencia? ¿Acaso si esta es un arte o una técnica pierde su valía? O ¿su aporte a la sociedad deja de ser significado? Y ¿qué ocurriría si finalmente concluimos que la administración es una factorial, una suma de saberes artísticos, teóricos y científicos?

Un administrador debe entender su actividad como un arte, cuando requiere de sus virtudes, su habilidad, experiencia e incluso manías para orientar las organizaciones a buen camino, igualmente en el desarrollo de sus funciones diarias y rutinarias el administrador usa herramientas técnicas, consecutivas previamente diseñadas para gestionar los recursos de la organización e igualmente usa el método científico y procesos sistemáticos que son de carácter universal e inducen a encontrar la verdad y la solución a los problemas.

Referencias

- Codina, A. (2004). Los valores como herramientas gerenciales. *De Gerencia: Portal de Gerencia y Negocios en Hispano América*. Recuperado de http://www.degerencia.com/articulo/los_valores_como_herramientas_gerenciales/imp
- Drucker, P. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Row.
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial management*. London: Pitman & son. Ltd.
- Flaherty, J. (2001). *Peter Drucker: La esencia de la administración moderna*. (1ª Ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- Follet, M. P. (1942). *Dynamic Administration: The Collected Papers of Mary Parker Follett*. New York: Harper & Brothers.
- Koontz, H. & O'Donell C. (1967). *Curso de Administración Moderna: Un análisis de las funciones de la administración*. (3ª Ed.). Castilla: Ediciones Castilla.
- Newman, W. (1976). *Programación Organización y Control*. (7ª Ed.). Barcelona: Ediciones Deusto.
- Pascal, R. & Athos, A. (1982). *El arte de la dirección japonesa*. New York: Warner Books.
- Sheldon, O. (1923). *The Philosophy of Management*. Edición americana. Prentice-Hall Inc.
- Taylor, F. (1947). *Scientific Management*. New York: Harper & Brothers Publishers.

RELACIONES ENTRE LITERATURA Y ADMINISTRACIÓN EN LA OBRA CIEN AÑOS DE SOLEDAD

Johana Marcela García Martín⁵²

⁵²Estudiante Escuela Administración de Empresas. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Semillero de Investigación PODER. E-mail: jo_marti@hotmail.com

Resumen

Dentro del proceso pedagógico se hace necesario vincular formas artísticas que permitan la integración de los conceptos prácticos y teóricos, tales como la música, el cine y la literatura, puesto que en tal vía se garantiza una participación activa y agradable en el proceso de aprendizaje por parte del estudiante. Ello debido a que por medio de estos, se logran poner en discusión situaciones de la realidad que se relacionan con la teoría aprendida en los currículos de cada carrera. Es así, como en el estudio de la ciencia de la administración, la literatura puede proporcionar herramientas ágiles para el entendimiento de las teorías del pensamiento administrativo, ya que si se parte del vínculo existente entre la expresión de la sociedad en las novelas, poemas, cuentos, entre otros, y el carácter social de dicha ciencia, desde el análisis de los casos que se vislumbren se puede llegar a conclusiones sobre la misma administración. En la presente propuesta se señalan los resultados hallados en la novela Cien Años de Soledad, pues en la descripción de la vida de Macondo, se ponen en evidencia diferentes aspectos relacionados con la administración.

Palabras Clave

Administración, autoridad, burocracia, emprendimiento, impacto social, liderazgo, pensamiento administrativo.

Abstract

Within the educational process is necessary to link art forms that allow the integration of concepts and skills, such as music, film and literature, since in such way ensures an active and enjoyable learning process the student. This is because through these, they manage to put in discussion the reality situations that relate to the theory learned in the curriculum for each race. Thus, as in the study of management science, literature can provide agile tools for understanding the theories of management thinking, as if part of the link between the expression of society in novels, poems, stories, among others, and the social nature of this science, from the analysis of the cases that glimpse can reach conclusions on the administration. This proposal identifies the results found in the novel One Hundred Years of Solitude, as in the description

of the life of Macondo, are brought out different aspects of management.

Keywords

Administration, authority, bureaucracy, entrepreneurship, social impact, leadership, management thinking.

Introducción

En la actividad académica, los libros juegan un papel fundamental dentro de las ciencias, ya que a través de ellos se puede conocer la teoría primordial en la que se basa la práctica futura. De este modo, se ha dado gran relevancia a textos que expresan los resultados de investigación, las conclusiones teóricas, el análisis científico y todo aquello que proporcione el enriquecimiento de los estudios académicos. No obstante, lo que se ha denominado literatura ha quedado relegado a las humanidades y no es usual que ingenieros, médicos, biólogos, matemáticos, entre otros profesionales que se sitúan en las ciencias naturales, inclinen su gusto por novelas, cuentos o poemas, y si así es, no es tanto por encontrar allí respuestas similares a las que les suministran los libros enfocados en su área de aplicación, sino por pasatiempo o afición. No obstante, existen innumerables ejemplos de la relación entre el arte y los demás campos del conocimiento. Así, en general en la ciencias, se pueden encontrar relaciones entre la física cuántica y los textos de Borges, los trabajos de Einstein, las pinturas de Dalí y las esculturas de Henry Moore, las propuestas de Escher y los escritos de Calvino, la historia del doctor Jekyll y Mr. Hyde con la psicología del siglo XX, entre otros ejemplos. Por lo cual, se puede afirmar que la literatura presenta una relación con los científicos a través de la ciencia ficción principalmente (García y González, 2007). Sin embargo, la situación es muy particular en las ciencias sociales, puesto que si se parte de la premisa que estas se dedican al estudio del comportamiento del ser humano en sucesos de un tiempo específico (Barreto, 2008), es inevitable que la literatura para muchas de estas ramas, pueda convertirse en una fuente ideal de conocimiento y análisis.

Es decir, teniendo en cuenta que las diferentes formas de literatura han conseguido un papel mágico en cuanto a la inmersión que le permiten al lector en un mundo integrado por lo verosímil y lo fantástico, por medio de la caracterización de personajes que vivencian situaciones similares a la cotidianidad humana, expresando pensamientos, sentimientos, hábitos, los miedos que atemorizan a cualquier hombre, se logra dar un papel a las alucinaciones o deseos que únicamente pueden movilizarse por el cauce de la imaginación y no encuentran un espacio en circunstancias reales, pero si se les puede dar lugar por medio de las letras apasionadas del escritor; en las obras literarias existe la expresión de la realidad y la descripción minuciosa de las actitudes,

rasgos físicos y por supuesto de los sucesos, que permiten visualizar el comportamiento humano, principalmente temas primordiales de estudio de áreas como la historia, la psicología, la antropología, las comunicaciones, el derecho, la economía, ciencias políticas o administración.

De tal manera, siendo la administración una ciencia social, se encuentra que su estudio puede darse desde la literatura teniendo en cuenta los aspectos anteriormente indicados.

Es necesario tener en cuenta que el discurso de los Administradores de Empresas no puede quedar supeditado a las teorías de las llamadas ciencias exactas, cuando la misma esencia y naturaleza de la administración no lo permite, en vista de que su objeto de estudio es la gestión de las organizaciones, que se conforman por personas que se interrelacionan en busca del cumplimiento de un objetivo común, así que al ser los individuos los integrantes de estas, la vida dentro del contexto organizacional está determinado por las conductas humanas, las cuales no se pueden reprimir en la generalización, como sí sucede en ámbitos como el de la ingeniería, por ejemplo. Sin embargo, es pertinente anotar que dicha relación no se ha examinado en gran medida y hasta podría decirse que es un campo inexplorado a pesar de la riqueza académica que puede existir en este.

Así, el objetivo de la presente propuesta es examinar las relaciones existentes entre la obra Cien Años de Soledad del escritor colombiano Gabriel García Márquez y la ciencia de la Administración, para de tal manera describir el impacto que pueden tener los aspectos administrativos en el desarrollo de las poblaciones, tal y como se evidencia en el lugar escenario de esta, valga decir, magnífica novela, cuyo epicentro es el pueblo ideal y mágico en su realismo: Macondo.

La investigación se encuentra enmarcada por el proyecto titulado "Relaciones entre Literatura y Administración" dirigido por el profesor e investigador de la Escuela de Administración de Empresas de la UPTC, Jaime Ignacio Bermúdez. Por lo que la metodología se desarrolla en referencia a tres categorías analíticas propuestas por su indispensabilidad en los currículos y que se entrelazan de modo sustancial con la naturaleza del proyecto, las cuales son el pensamiento administrativo, el enfoque sistémico de la administración y el entorno internacional.

En el presente Encuentro de la Red de Filosofía, Teoría y Educación en Administración en su VI versión, se darán a conocer los hallazgos encontrados hasta el momento, que giran respecto a cuatro pilares a saber: la *autoridad*, basada en la teoría de la Burocracia de Max Weber, evidenciado dicho aspecto principalmente por la actividad bélica que promulgó el Coronel Aureliano Buendía en las guerras civiles; el *liderazgo* y *emprendimiento*, incentivados por los distintos personajes que dieron origen a Macondo, pero además los sucesivos cambios que afectan la aldea; los *estilos de administración*, propuesto por Douglas McGregor, visualizados en las formas opuestas de administrar la casa de los Buendía por parte de Úrsula Buendía y Fernanda del Carpio; y por último se hace referencia a la *administración pública*, visible en las actitudes injustas y los intentos de administración de algunos de los personajes ligados con la vida cotidiana de Macondo.

Finalmente se expresarán algunas conclusiones parciales a las que se ha llegado hasta el momento.

2- Cien Años de Soledad

La premiación de un Nobel, a pesar de que en nuestros días resulta ser un galardón más, es el resultado de un gran esfuerzo de quienes son privilegiados de esta condecoración y en muchas ocasiones es la consecuencia de un proyecto de vida. Es así como no hay ninguna duda en que la obra de Gabriel García Márquez, Cien Años de Soledad objetivamente es merecedora del nobel de 1982, pues diversos análisis se han dado hacia la novela en los que se han llegado a conclusiones como que en ella se describe la realidad de Latinoamérica, se muestra la supremacía del olvido en países como el nuestro y hasta se da una versión psicológica de lo que somos los humanos. Por ello, es pertinente aclarar que al ser una de las obras más representativas de la literatura universal, es seleccionada por la comunidad académica de los colegios para ser estudiada. Empero, si la experiencia de disfrutar de la lectura de inigualable libro no se dio en esta etapa de formación, muchos la han tomado como uno de sus referentes de pasatiempo incitados quizás por la curiosidad o recomendación. Luego, es una obra que ha tenido gran acogida y se ha convertido en una de las más solicitadas por los lectores.

No obstante, la manera como se lee la obra en los colegios no podría generar conclusiones apreciables, puesto que el estudiantado no cuenta

con la formación suficiente para dar una apreciación analítica y encontrar el verdadero mensaje que el autor busca expresar. Pero, es irrefutable que *Cien Años de Soledad*, ha dejado en muchos de sus lectores la inquietud para examinarla a fondo y realmente logra hacer pensar en todas las situaciones que García Márquez describe en ella, y por tanto deja de ser considerada como uno más de los libros leídos para convertirse en una huella en algunos de quienes la leen.

En ese contexto, la oportunidad que ofrece el ámbito universitario de apreciar situaciones que parecen totalmente cotidianas con un punto de vista profundo y crítico, se hace ideal para explorar la fantasía y supremacía del gran trabajo del escritor colombiano.

Así que entre la admiración por García Márquez y el reconocimiento de su obra magistral, se hace del interés de la autora relacionar la fabulosa novela con la administración, puesto que gracias a las lecturas previas realizadas a la misma, se descubre que verdaderamente existen interconexiones que resultan significantes para el entendimiento de las teorías administrativas, de tal manera que, el aprendizaje de dichas resulte didáctico y divertido, a la par que se contextualiza en un escenario que aunque imaginario manifiesta una realidad indudable.

2.1 Una contextualización de la obra

Antes de describir los hallazgos encontrados, es preciso señalar que la obra se escribe en el año 1962, durante el desarrollo de lo que se denominó "El Boom Hispanoamericano", el cual surge como respuesta a muchos actos decisivos para Latinoamérica, por parte de varios autores como Jorge Luis Borges, Mario Vargas Llosa, Carlos Fuentes y Gabriel García Márquez. Paralelo a esta producción literaria se realizó la Revolución Cubana, que obtuvo gran influencia en los países de la región. Es por ello que muchos analistas sugieren que la novela expresa la realidad de los países latinoamericanos en esta época y las dificultades que padecen el "Tercer Mundo" por la dominación de las naciones desarrolladas.

La obra narra la vida de una población que refleja la cotidianidad colombiana ambientada en el escenario del Caribe, describiéndose lugares de la Ciénega, las costumbres, gastronomía y muchos otros rasgos distintivos de dicha región. Principalmente se cuentan las

experiencias de la familia Buendía, desde que fundó Macondo hasta la terminación de la estirpe, después de 100 años de alegrías, dificultades y amores de sus integrantes. El autor hace énfasis en el olvido y el pasar del tiempo en cada uno de los capítulos, lo que para muchos analistas es interpretado como el olvido de la sociedad hacia su propia historia. Además en la obra se describen múltiples aspectos de política, religión y cultura que hacen pensar en la tradición colombiana, su esencia, atributos característicos y todo aquello que la hace tan peculiar y familiar para sus habitantes.

En definitiva, gracias a todo ello es que el autor recibe el Premio Nobel de Literatura en 1982, puesto que con un lenguaje común y coloquial "Gabo" transmite un mensaje de inconformismo que pone en discusión muchas de las situaciones presentes en Latinoamérica y de Colombia específicamente. Asimismo, incita a reflexionar en la cotidianidad de la vida y en lo rutinaria que puede tornarse con el pasar del tiempo, mientras únicamente el individuo vive de manera circular, repitiendo los acontecimientos, originándose así el inconveniente del olvido que enfría los sentimientos y perpetua la emoción de cada día.

3- Hallazgos

3.1- El Coronel Aureliano Buendía, un revolucionario sin ideal

Si existe algo tan antiguo como la misma existencia del ser humano son las guerras, ya que la necesidad de la supervivencia y la lucha por las mejores condiciones han llevado a desatarse batallas sangrientas en gran parte del mundo. Contextualizando esto, podría decirse que Colombia es un Estado belicoso y aún más muchos han coincidido en nominarlo a uno de los países más violentos. Uno de los periodos más sangrientos en Colombia ha ocurrido durante el siglo XIX, entre 1812 y 1886, en el que se libraron un total de nueve guerras civiles, hubo alteración del orden público, afectó la tranquilidad de los habitantes, y por supuesto el debate ideológico de los partidos conservador y liberal enlodó de sangre la tierra colombiana. Un aspecto relevante es que lo que se disputa en ellas, no es la toma del Estado, o el cambio del sistema, como en las revoluciones, sino escuetamente la participación burocrática, la incorporación al aparato institucional de las fuerzas ocasionalmente excluidas (Sánchez, 1991).

De esta forma, se vuelve interesante la representación que hace Gabriel García Márquez en *Cien Años de Soledad* de lo que la guerra ha significado para nuestro país, que tal como se evidencia en Macondo, cumple con un papel devastador y muestra la forma en que el orgullo de unos cuantos, como es el caso del Coronel Aureliano Buendía, mata sueños, destruye sentimientos y entorpece el desarrollo de las localidades que se encuentran en medio de uno y otro bando.

Por todo esto, por los evidentes problemas que han dejado las distintas guerras que se han desatado en nuestro territorio, por esas actitudes arrogantes y egoístas que buscan su ansia de poder es que la personalidad de Aureliano Buendía resulta ser exquisita de análisis, dentro del entendimiento de los postulados de Max Weber sobre la clasificación de las autoridades, inmersa en la teoría de la Burocracia.

Para comenzar, hay que decir que la dominación que logra ejercer el personaje se enmarca inicialmente como carismática, puesto que teniéndose en cuenta que según Weber dicha autoridad está influenciada por el valor personal de un hombre que se distingue por su heroísmo y ejemplaridad (Freud, 1967), puede visualizarse que ante la indignación que le causa ver diferentes acontecimientos como la ilegalidad realizada en las votaciones por parte de su suegro don Apolinar Moscote, y la forma en que sin piedad los soldados que custodian la aldea matan a una mujer que fue mordida por un perro; Aureliano con solamente decidir y ordenar armarse para irse a la guerra, logra comandar a muchos de sus amigos y conocidos, también indignados, hacia la Ciénega para combatir a los conservadores (García Márquez, 1967). Realmente él no contaba con ninguna ley que respaldara su actitud, únicamente bastaba con la influencia que tenía en la población para lograr que muchos se unieran a su propósito, hasta tal punto que Arcadio recibió la orden de quedarse al mando de Macondo sin ninguna refutación, aunque luego este se tomara atribuciones que no le correspondían y terminara siendo un dictador más que un protector. Contrario a esta conducta, se evidencia que la autoridad que logra tener Apolinar Moscote en Macondo se da por el respaldo que tiene del gobierno, y cuyo decreto que lo certifica es su única prueba de que es el corregidor de allí; sin embargo logra el respeto por la tregua que realiza con José Arcadio Buendía (García, 1967, p.81). Entonces podría señalarse, que este caso corresponde a una autoridad legal, en

términos weberianos, pues concuerda con preceptos o normas que son consideradas legítimas (Chiavenato, 1999).

A pesar del papel influenciador del que goza el Coronel en sus primeros años de guerra, es notable que con el pasar del tiempo se muestra la falta de ideal y el vacío que encuentra, lo que le termina llevando a un carácter basado en todo menos en los sentimientos y alejado de su propia familia y amigos. Por lo que en este nuevo acontecer se puede contrastar lo que en la teoría de Yetton y Vroom se clasificaría como un liderazgo autocrático, pues las decisiones son tomadas únicamente por Aureliano, el supuesto líder, y sus seguidores se resignan a hacer lo que se les encomienda sin otorgarles opinión alguna.

Es así como la obra enlaza este complicado escenario de la guerra, y de manera inherente invita a pensar en lo que es Colombia gracias a las acciones equivocadas que muchos dirigentes participes de la violencia ejecutan sin verificar el daño que le causan a la misma. Hace reflexionar sobre los comentarios existentes en la prensa sobre los actuales cabecillas de los grupos insurgentes que más que el espíritu revolucionario y de libertad, siguen combatiendo por lo que representa el negocio del narcotráfico, la apropiación de tierras abundantes en producción y explotación de minerales, es decir, se han interesado más por el poder que les permita garantizar su bienestar y satisfacción de ambición, antes que la protección y respeto de vidas inocentes que no han pedido ni han merecido ser enmarañados en ese pantano de desgracia.

3.2- Desde la creación de Macondo hasta las ideas de negocios dinamizadas por el espíritu emprendedor

Definitivamente unas de las características primordiales de un administrador son su liderazgo y el espíritu emprendedor. En el desarrollo de Cien Años de Soledad dichos aspectos se revelan en varias de las actitudes de los personajes. Inicialmente se encuentra en José Arcadio Buendía, quien por medio de su iniciativa logra ser el fundador de Macondo, gracias a que en el momento que se atrevió a emprender una odisea hacia la Ciénega, fue acompañado por varias familias. Su carácter era la fuerza en los comienzos del pueblo, debido a que guiaba la vida de este lugar, se ingeniaba las maneras de hacer la convivencia agradable y equitativa, repartía las tierras, daba costumbres que se

convertían en modas para todos los habitantes (García, 2007), en verdad era el líder en esta población.

También se muestra el emprendimiento en las diferentes ideas de negocios que surgen en Macondo, empezando por la empresa de caramelos que instaura Úrsula y que será la fuente de subsistencia de la familia por muchos años, además de la empresa de la invención de los helados del hermano de Pietro Crespi. Igualmente se sitúan los intentos de los diferentes hombres Buendía por modernizar Macondo, a través de la traída de navíos, trenes, telégrafos que tanto influirían en la tranquilidad de sus habitantes. Por último, se encuentra liderazgo en aquellas revolucionarias situaciones en las que Aureliano Buendía en su guerra, dirige a sus amigos al mismo tiempo que José Arcadio Segundo emprende la huelga contra la compañía bananera por las múltiples injusticias que dicha organización cometía hacia los trabajadores.

De esta forma, se acierta en que tal como sucede en la cotidianidad, el emprendimiento no solo está inmerso en actitudes empresariales, sino que se hace participe en el desarrollo de los proyectos de vida y el alcance de los sueños de las personas.

3.3- Una misma casa, dos administraciones diferentes

Dentro de la cuestión del discurso administrativo es irrefutable que la administración que logran las mujeres en las familias tiene la esencia del arte de administrar, pues se toman decisiones, se delegan tareas, se ejerce autoridad, se vislumbra una cultura, entre muchos otros factores que son propios de la gestión de las organizaciones. En este caso en un tipo de organización en que el escenario es un hogar y el objetivo de quien lo dirige es administrar ese hogar. En la obra Cien Años de Soledad, uno de los rasgos más radicales e influyentes en la vida de los Buendía es la administración, que logra en primer lugar Úrsula y posteriormente Fernanda del Carpio.

En relación a esto, se puede notar las teorías de los estilos de administración planteadas por McGregor. En cuanto a la Teoría X, a Fernanda del Carpio puede considerársele como una representación de esta, ya que desde que tuvo la oportunidad de hacerse cargo de la casa de los Buendía decretaba rutinas diarias en la comida, en la forma de comportarse, y buscaba estar controlando la vida de todos los miembros

de su familia y quienes se rehusaran a formar parte de su mando quedaban relegados a no ser dignos de su trato. Así, durante sus años de existencia toma las decisiones más autocráticas sin tener en cuenta la opinión de sus víctimas, tal el caso de su hija Meme, cuya tragedia fue producto de la inconsciencia de su madre (García, 2007).

De esta manera, su consideración de que el esposo es un holgazán al igual que su yerno, y su decisión a controlar los movimientos de todos en la casa, muestran como esta mujer, descrita por García Márquez como una de las más bellas en el mundo, reconoce a las personas con carácter pasivo y por ende su administración está sujeta al control, a las recompensas y a mandar (Chiavenato, 2001), lo que en nuestra ciencia se resume en esta teoría.

Por otro lado, Úrsula Buendía se hace pionera en este caso, de la teoría Y, ya que su carácter es hospitalario, fuerte, guiador y paciente en ocasiones. Su dirección de la casa estaba basada en el trabajo continuo y siempre conseguía quien le ayudara en sus reestructuraciones de la casa, en su empresa de caramelos y todos los quehaceres necesarios. Además se interesaba porque los hombres de la estirpe aprendieran la legendaria tradición de la platería y la lectura de los pergaminos de Melquiades. Pero sobre todo, no había quien mejor que ella que conociera en realidad a los integrantes de la familia y por ende intentaba poner las cosas en orden por medio de lo que los motivaba. Esta mujer trabajadora, nunca concibió algún imposible y mientras pudo mantuvo la casa en pie, convirtiéndola en una de las más grandes y bellas de la aldea. Su influencia llegaba hasta las personas externas como se nota en su intento de interceder por la vida del primer alcalde de Macondo en el tribunal (García, 2007).

En este orden de ideas, las dos mujeres dirigentes de la casa de los Buendía se diferencian en el modo que ven a las personas que la integran. Una concibiéndolas como perezosas, locas, arrebatadas y obsesivas; mientras, la otra, alcanza reconocer a cada quien por lo que realmente es y promueve su espíritu emprendedor y trabajador en todos los rincones de su hogar.

3.4 La administración pública inmersa en la creación y desarrollo de las poblaciones

La rama de la administración encargada de la gestión de las organizaciones estatales, permite analizar el papel que desempeñan en realidad los gobernantes con respecto a la autoridad o delegación que se les ha concedido para administrar los recursos que le corresponde a quienes los han elegido en la búsqueda del bienestar y calidad de vida de los mismos. En contraste con la teoría, en la práctica esto se ha convertido en un conflicto entre el interés particular y el del pueblo, porque en la actualidad muchos de los dirigentes apuestan y se alían con las posturas que más les favorece a sí mismos, más que con la preocupación de la sociedad en general. Relacionando todo esto con Cien Años de Soledad, se pueden encontrar específicamente dos situaciones que invocan la administración pública. La primera se refiere al papel que juega el comandante Arquel Moncada como primer alcalde de Macondo, pues permite el desarrollo de distintos avances en la población y en verdad se convierte en todo un gestor de la prosperidad en medio de los desastres que ya había provocado la guerra. (García, 2007).

En segunda medida, se establece conexión con la tendencia burocrática de las actuales organizaciones, en que la burocracia reprime el buen servicio y atendimiento urgente a las necesidades de los usuarios y todo se convierte en un sinfín de trámites que suenan ridículos ante las soluciones que se terminan generando, dicho enlace se da por la ausente respuesta a los comandantes pensionados de la guerra, que nunca recibieron ayuda alguna por parte del gobierno y su anhelante esfuerzo quedo reducido en una espera, como las que tienen que sufrir los colombianos registrados al régimen subsidiado de salud de las EPS a las que se han afiliado.

Con ello, se denota que si se tiene en cuenta que Cien Años de Soledad narra la vida de un pueblo, Macondo, en varias ocasiones se ve sujeto a las posturas eclesiásticas, de los combatientes y en ausencia de administración pública puede provocarse la acción de cualquiera, como el caso de José Arcadio, hijo, que empieza a cobrar tributos por las tierras que habitaban los amigos de su padre fallecido, quien de estar vivo no habría permitido dicha práctica.

Es así, como se indica que quizás la historia de Colombia no ha cambiado mucho y la experiencia de ser víctimas de la desorganización y la indiferencia ciudadana no ha servido y solo seguimos cayendo en el mismo error de olvidarnos de que a pesar de que el voto es una forma de participación, es necesario el control y el aporte continuo a nuestros dirigentes.

Conclusiones

Por medio del análisis realizado a Cien Años de Soledad, se descubre que la administración cobra un papel primordial dentro de la cotidianidad a través de su consideración como arte, puesto que de forma empírica varios de los personajes de Macondo como José Arcadio Buendía, hijo y padre; Úrsula, Aureliano, José Arcadio Segundo, Apolinar Moscote, Fernanda del Carpio y Arquel Moncada, desarrollan actitudes evidentes relacionadas con la gestión de las organizaciones. Sin embargo, lo relevante aquí, radica en la influencia que cada una de estas acciones tuvo en la vida de la aldea o la repercusión que encontró para un grupo de personas en específico. Se percibe en la obra que, en varias ocasiones se daban giros inesperados a la historia debido a las decisiones que tomaban, la forma en que se tomaban o quienes las declaraba.

Además, junto con las actitudes de los personajes, se hace relevante el rol que juegan las empresas descritas en la obra, pero principalmente se destaca la compañía bananera. Es increíble la manera como la llegada de esta cambia totalmente la aldea, dividiéndola en dos poblaciones diferentes, generando nuevas modas, contribuyendo a la expansión de Macondo, promoviendo la abundancia pero a su vez el derroche, entre otros aspectos. Sin embargo, se debe tener en cuenta, que la misma creación de la compañía se da por la iniciativa de uno de los Buendía de traer el ferrocarril, y efectivamente entre muchos de los viajeros a la zona llega Mr. Herbert, quien se interesa por el banano que allí se cultiva. Un acontecimiento que nadie tenía idea de todos los cambios que vendrían de ahí en adelante.

Así que, valga la representación para mostrar el impacto social de la administración, que en verdad modela en muchos casos las tendencias de vida de los habitantes. Por lo que, las empresas además de ver la población para buscar satisfacer alguna necesidad que ha surgido, deben darle importancia en cuanto sus movimientos la afectan

directamente, para que de tal modo, se pueda ser un factor motriz en la construcción de la vida de las personas. Es decir, partiéndose que como ciencia social, la administración tiene la obligación de ayudar a fomentar el desarrollo y bienestar en las comunidades, las formas de obrar dentro de las empresas no solamente deben ver el beneficio desde una perspectiva interna, sino que, las decisiones tomadas deben contribuir a la generación de soluciones para los problemas de la sociedad.

Referencias

- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. Bogotá D.C.: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración: Proceso administrativo*. Bogotá D.C.: McGraw Hill.
- Fayol, H. (1971). *Administración industrial y general*. México D.F.: Herrero Hermanos.
- Freund, J. (1967). *Sociología de Max Weber*. Barcelona: Gráficas Tosaal.
- García, G. (2007). *Cien años de soledad*. Bogotá D.C.: Editorial Norma.
- García, J. & Gonzales, E. (2007). Entre la Literatura y las Ciencias Experimentales: hacia una Mirada Estética para el Desarrollo Didáctico de una Cultura Científica. *UNI-PLURI/VERSIDAD*, 7(1), 39-45. doi: 11921/10803
- Guzmán, I. (1966). *La ciencia de la Administración*. México D.F.: Editorial Limusa.
- Lussier, R. & Achua, C. (2002). *Liderazgo: Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades*. México D. F.: Thomson Learning.
- Morin, E. (2001). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO. Bogotá D.C.: Editorial Magisterio.
- Salazar, O. (s. f.). *La Crónica del Geist*. Recuperado de <http://asale.org/ASALE/pdf/CienASoledad/cas-guatemala.pdf>
- Sánchez, G. (1991). *Guerra y Política en la Sociedad Colombiana*. Bogotá D.C.: El Ancora Editores.

PROYECCIÓN SOCIAL, PRÁCTICA
EMPRESARIAL Y ASESORÍA EMPRESARIAL
EN LA UNIVERSIDAD PILOTO DE
COLOMBIA

María Del Pilar Ibáñez Ballesteros⁵³

⁵³ Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Piloto de Colombia. E-mail: mibanez53@upc.edu.co

Resumen

Esta investigación corresponde a una propuesta cuyo propósito principal es el de presentar una nueva opción de grado que fusione la práctica profesional y el trabajo de grado, desarrollado en un ámbito de proyección social en la modalidad de asesoramiento empresarial, para obtener el título de Administrador de empresas de la Universidad Piloto de Colombia (UPC). Para ello se analiza en primer lugar el marco legal de la propuesta, donde se puede ver la manera en que las entidades gubernamentales regulan la práctica profesional y el trabajo de grado en las universidades en Bogotá D.C. – Colombia. Una segunda parte corresponde a explorar cómo han sido las experiencias de proyectos similares en otras universidades privadas en la ciudad y además se estudian algunos casos internacionales a fin de tener un punto de comparación con la UPC. El siguiente segmento presenta el tema de Responsabilidad Social Empresarial y Universitaria como fundamento teórico del proyecto. Luego se indaga si los actores de la propuesta (Universidad y Estudiantes) están interesados en participar de la iniciativa, para ello se aplican las respectivas encuestas y se analizan sus resultados. Por último, se encontrará planteada la propuesta de la nueva opción de grado al sector social de parte de la UPC, presentado en Organizaciones no gubernamentales (ONG) y microempresas, seguido de las conclusiones finales.

No obstante, es importante aclarar que no se incluye la puesta en marcha del mismo, ya que esto corresponde a una segunda fase del proyecto.

Palabras Clave

Práctica empresarial, trabajo de grado, responsabilidad social empresarial y universitaria, ONG, microempresas.

Abstract

This investigation corresponds to an offer which principal intention is of presenting a new option of degree that fuses the professional practice and the work of degree, developed in an area of social projection, to obtain the title of Business Administration in the Universidad Piloto de Colombia (UPC). For it the legal frame of the offer is analyzed first, where

it is possible to see the way in which the governmental entities regulate the professional practice and the work of degree in the universities in Bogota D.C. - Colombia. The second part corresponds to exploring since they have been the experiences of similar projects in other private universities in the city and in addition some international cases are studied in order to have a point of comparison with the UPC. The following segment presents the topic of Corporate Social Responsibility and Social university responsibility as theoretical foundation of the project. Immediately it is investigated if the actors of the offer (University, Students) are interested in taking part of the project, for it there are applied the respective surveys of which his results are analyzed. Finally there will be raised the offer of the new option of degree to the social sector on behalf of the UPC, presented in not governmental Organizations (NGO) and micro companies, followed by the final conclusions. Nevertheless it is important to clarify that the putting march of the same one is not included since this corresponds to the second phase of the project.

Keywords

Managerial practice, work of degree, social managerial and university responsibility, NGO, micro companies.

Introducción

En Colombia es necesario promover acciones solidarias que impulsen el desarrollo de los sectores emergentes del país, en especial del microempresario que precisa de asesoramiento empresarial para sostenerse y crecer en el mercado, pero esta no es una función exclusiva del Estado, también es una misión de la Academia y de los futuros profesionales, es por eso que este artículo propone que los Estudiantes de Administración de Empresas de la UPC, hagan su aporte a través de la práctica empresarial y el trabajo de grado unidos en un solo proyecto, poniendo al servicio de la sociedad sus conocimientos para el fortalecimiento empresarial y el desarrollo del país, además ayudaría a robustecer el trabajo en proyección social que ha venido desarrollando el programa de Administración de la UPC.

Este artículo esta soportado en el trabajo de grado titulado “Nueva opción de grado en proyección social para estudiantes de administración de empresas” (Ibáñez, 2012) el cual contó con la asesoría de los profesores Javier José Niño Ballesteros y Andrés Mauricio Chaves Remolina docentes de la UPC; dicho trabajo fue elaborado durante un año de investigaciones y corresponde a una primera fase que busca dar respuesta a tres objetivos principales. El primero, analizar como han sido las experiencias de proyectos similares en otras universidades privadas de Bogotá D.C.; para ello se tuvo en cuenta que las condiciones institucionales fueran similares a la Universidad Piloto de Colombia, además se estudiaron algunos casos internacionales, con el fin de tener un punto de comparación con el modelo local.

El segundo objetivo, enfocado en plantear la propuesta de la nueva opción de grado al sector social (ONG) y microempresas. Aquí es importante resaltar que no se incluye la puesta en marcha del proyecto, porque se requiere de una segunda fase investigativa la cual deberá incluir aspectos como indagar si los microempresarios están interesados en la propuesta y el diseño de implementación de tal manera que sea adecuado para la universidad.

Para el tercer objetivo se indaga el interés de los actores de la propuesta (Universidad y Estudiantes) en participar del proyecto, para esto se diseña una investigación de tipo cualitativo y cuantitativo cuya técnica de recolección fue la entrevista a través de un cuestionario aplicado a un

grupo específico de estudiantes en la UPC, que después de una tabulación de datos permite presentar las conclusiones del caso.

Metodología

El desarrollo de la propuesta se basó en la metodología de proyectos la cual se define de la siguiente manera: “plan de trabajo, conjunto de tareas que tienden a una adaptación individual y social, y que son emprendidas de forma voluntaria por el involucrado” (Océano, 2011). En primer lugar se realizó una búsqueda en fuentes de información con el fin de lograr la contextualización por temas. Así como la realización del barrido bibliográfico que se dividió en los siguientes temas: Marco Legal, Marco Contextual, Responsabilidad social Empresarial y Universitaria.

La segunda etapa incluyó la consecución de recursos humanos y tecnológicos, elaboración de esquemas de trabajo, cronogramas, trámites de autorizaciones y contactos con funcionarios de entidades universitarias, públicas y estudiantes; y por último la tercera etapa que, consistió en el diseño y revisión de instrumentos tales como entrevistas y encuestas de tipo cuantitativo y cualitativo, con la posterior realización del trabajo de campo consistente en la aplicación de dichos instrumentos.

Marco legal de la propuesta

El Estado Nacional supervisa las facultades de Administración de Empresas de las Universidades por medio de instituciones como el Ministerio de Educación Nacional (MEN), quien vigila que la calidad de la educación sea desarrollada bajo los parámetros exigidos por las normas estatales. El MEN es una de las entidades más consolidadas y estructuradas de nuestro país, constituye el ente fiscal de la educación en Colombia, y su misión es la de garantizar uno de los derechos fundamentales de los individuos, la educación.

Además de las funciones constitucionales y de ley, se encuentran las que se contemplan en el “Artículo 2 / Decreto 5012 del 28 de diciembre de 2009” (MEN, 2009), tales como la formulación de la política de educación, velar por el cumplimiento de la normas y actividades inherentes al sector, la formulación de lineamientos para la supervisión y control administrativo y pedagógico, regir el proceso de evaluación de la

calidad superior entre otras. Esta última, es importante en la medida que cuenta con el SACES (Sistemas de Aseguramiento de la Calidad en Educación Superior), que fundamentalmente busca el mejoramiento continuo de la calidad de los programas educativos en las diversas universidades e Instituciones de Educación Superior (IES) del país.

En este sistema están alineadas diversas entidades gubernamentales y privadas como el Consejo Nacional de Acreditación, el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior y las instituciones educativas; que enfocan sus esfuerzos en lograr un mejoramiento continuo de los programas para garantizar que la formación de profesionales esté en continuo desarrollo, de ahí, la importancia de lo expresado por (Monte, 2011) en la entrevista realizada:

El MEN permite que las universidades diseñen y manejen las estructuras curriculares de sus programas académicos de manera autónoma, sin embargo realiza inspecciones mediante un instrumento llamado el Registro Calificado, con el cual verifica y aprueba las condiciones de calidad de la educación, su estructura curricular y plan de estudios. (Monte, R., 2011)⁵⁴

En este sentido el Programa de Administración de Empresas de la Universidad Piloto de Colombia UPC, ha venido trabajando desde el año 2006 bajo una política de aseguramiento de la calidad (UPC, 2009) que le permite mejorar cada uno de sus procesos educativos y formativos.

Con base en lo anterior, el Programa de Administración de Empresas de la UPC cuenta en su malla curricular o pensum con 144 créditos que deben ser cursados y aprobados para poder acceder al título profesional; de los cuales doce créditos son destinados a la Práctica Empresarial, (UPC. F. D., 2011). Adicionalmente se exige que el estudiante realice una de las cinco modalidades para la obtención del título profesional: Trabajo de Investigación, Trabajo de Grado, Trabajo de proyección social (realización de un estudio o propuesta innovadora que busca contribuir con la solución de problemáticas organizacionales, administrativas, productivas o sociales en las comunidades a nivel regional a fin de mejorar la calidad de vida del entorno); aprobar un Seminario de Investigación Aplicada; obtener uno de los diez primeros lugares en los exámenes SABER PRO a nivel nacional por profesión (UPC, 2011). Cabe

⁵⁴ Entrevista realizada por el autor del presente artículo a R. Monte el 27 de septiembre de 2011.

aclarar que las tres primeras exigen la presentación de una monografía la cual es calificada y sustentada.

Modalidades de obtención de grado para el Administrador de Empresas Análisis en Bogotá (Colombia)

Para la investigación, además de la UPC, se tuvo en cuenta el caso particular de universidades como: Javeriana, Andes, San Buenaventura, Minuto de Dios, Externado de Colombia, Rosario, Santo Tomás, Bosque y EAN.

Cada ente educativo diseña su currículo de acuerdo con sus objetivos de formación y se encontró que las modalidades más comunes son: la práctica empresarial, proyecto empresarial o creación de empresa, monografía y trabajo de grado, esta última con enfoques diversos como la investigación o la proyección social. Sin embargo, existen otras alternativas diferentes como los programas de extensión, convenios y cooperación interinstitucional, obtener uno de los diez primeros lugares en los exámenes SABER PRO, cursos de postgrado, certificaciones y plan coterminal (homologación de materias al realizar la maestría).

De acuerdo con los intereses particulares de cada institución se propende por la formación óptima de sus egresados y al mismo tiempo contribuye a través de su plan de estudio, al fortalecimiento de sus instituciones y al desarrollo del país. No obstante, se pueden fomentar otras modalidades que promuevan la participación de los estudiantes de Administración de Empresas de la UPC en proyectos o trabajos de índole social que contribuyan con el desarrollo de sectores vulnerables o microempresas con limitantes de asesoramiento en temas administrativos.

Si se compara el esquema de la UPC frente a otras universidades estudiadas, se puede concluir que, si bien está dentro de los parámetros generales del entorno al tener dentro de sus opciones de graduación tanto el trabajo de grado, como la práctica empresarial entre otras alternativas, resulta importante fortalecer la opción de grado en proyección social, lo que representaría para la Universidad una herramienta competitiva adicional y ratifica la posición presentada en este proyecto en cuanto a la necesidad de robustecer y ampliar los campos de acción en el ámbito social.

Por todo lo descrito anteriormente surge la presente propuesta, en el sentido de generar una alternativa de proyecto de grado que fusione la práctica empresarial con el trabajo de grado y el trabajo de proyección social; brindando de esta manera una figura similar a un Consultorio Jurídico, el cual se puede entender como lo describe la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad Javeriana:

Centro de Prácticas en el que los estudiantes de últimos semestres se preparan para su futura vida profesional mediante la integración y puesta en práctica de sus conocimientos y se constituye en un Servicio Social para las personas de escasos recursos que requieren asesoría jurídica, traducéndose en un escenario adecuado para que los estudiantes también se familiaricen con la realidad nacional. (UPJ, 2005)

Análisis Frente a Otras Universidades Internacionales

Para el estudio se analizaron países como España, México y Argentina, de lo cual se puede deducir que, si bien, existen algunas similitudes en cuanto a las modalidades para obtención del título profesional como son el trabajo de grado y las prácticas profesionales, el modelo Colombiano posee diferencias muy marcadas frente a estos países, aspectos como la Responsabilidad Social Empresarial son tratados de manera más profunda, a través de especializaciones, maestrías, doctorados, asociaciones, fundaciones y programas que fortalecen y dan un espectro más amplio al que se le da en Colombia.

Además existe una diferencia de gran magnitud y es que, en Colombia el número de instituciones de carácter público es mínimo en comparación con otros países y las proyecciones de cooperación internacional resultan escasas frente a ellos. De la misma manera, las prácticas profesionales en universidades extranjeras buscan que sus estudiantes realicen sus prácticas no solo a nivel Nacional sino Internacional, mientras que en Colombia de manera generalizada, las pasantías se hace solo de manera local.

La Responsabilidad Social Empresarial y Universitaria como fundamento de desarrollo de la propuesta

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Universitaria son motores que contribuyen con la cooperación en la búsqueda del progreso social.

La RSE está orientada al desarrollo de estrategias, políticas y prácticas en pro de una mejora continua frente al desarrollo sustentable con una conciencia de compromiso social y ambiental en beneficio de las empresas y la sociedad, con la vinculación integral de los *stakeholders*, (partes interesadas en un proyecto: Estudiantes, Universidad y Empresarios), con el beneficio de permitir al sector industrial incrementar su rentabilidad y competitividad.

Cabe resaltar en este aparte el concepto de Cortina (1977), quien en su libro *Ética Aplicada y Democracia Radical*, parte del hecho de que las empresas fundamentan su existencia bajo dos objetivos: el primero, consistente en la maximización de recursos en términos económicos, de poder y reconocimiento; y el segundo, centrado en la ética, que corresponde al cumplimiento de la legalidad y pertinencia a las leyes del entorno en que se encuentra y de las que tenga establecidas como propias a nivel interno.

Cortina propone que, la ética en las organizaciones es rentable en la medida en que estas promuevan un sentido de pertenencia entre sus empleados y confianza en sus clientes y proveedores, todo esto en un contexto deontológico; es decir, fundamentado en el deber y las normas morales que unidas entre sí conforman la cultura organizacional de las empresas, lo que permite su diferenciación frente a la competencia.

Responsabilidad Social Universitaria (RSU)

En concordancia con lo expuesto anteriormente, se puede decir que, la RSE es un tema que hoy en día compete no solo al Gobierno y a los empresarios, sino que compromete también la academia, porque juega un papel fundamental en su desarrollo por medio de programas de extensión, especialización y posgrados entre otros, por lo tanto, es pertinente entrar a explicar en qué consiste la RSU y qué está haciendo la UPC al respecto:

La RSU de acuerdo a los autores De la Cruz *et al.* (2008) busca:

Resituar a la Universidad en la Sociedad, alineando la gestión, docencia, investigación y extensión con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, con la participación de la comunidad universitaria y los actores sociales que en la búsqueda de la transformación efectiva del ejercicio del saber en la sociedad hacia la solución de problemas de exclusión, inequidad, e insostenibilidad. (De La Cruz *et al.* 2008, p. 87)

Adicionalmente, dichos autores, consideran que la RSU se desarrolla en cuatro ámbitos fundamentales: *Organizacional* (que funciona como ente empresarial); *educativo* (enfocado a la formación de los estudiantes); *del Conocimiento* (que tiene la responsabilidad de hacer desarrollos investigativos) y en *lo Social* (en la interacción con las comunidades y el entorno). Ya no se trata solamente de que los estudiantes hagan voluntariado en carreras como medicina o psicología su compromiso va más allá, es un asunto que busca la formación de individuos inmersos en la realidad social.

Esos cuatro ámbitos tienen impactos directos en cada área, así por ejemplo en lo organizacional, deja huellas en la vida personal de los individuos (estudiantes, cuerpo docente y administrativo) y en el medio ambiente; en lo educativo, tiene que ver con la formación de profesionales en sus respectivos roles con una conciencia social orientada al desarrollo sostenible del país. En cuanto al impacto cognitivo, las universidades son los entes productores de saber y por ende son responsables del conocimiento que se imparte. Por último, la influencia social no hace referencia solo a la formación de ciudadanos profesionales, sino de capital humano, como aporte a una sociedad con el compromiso de promover el desarrollo del país con proyección a los entornos internacionales.

Interés de los estudiantes de Administración de Empresas de la UPC en la propuesta

Con el fin de conocer la opinión de los estudiantes de Administración de Empresas, se tuvieron en cuenta 436 estudiantes inscritos en la Facultad de Administración de Empresas de la UPC, de los cuales fueron seleccionados los estudiantes que estaban cursando entre quinto y

noveno semestre (I SEM 2012), jornadas diurna y nocturna, con énfasis en séptimo; debido a que eran ellos quienes estaban en el proceso de la toma de decisión para realizar tanto la práctica empresarial como el trabajo de grado, cifra que correspondió a una población finita de 240 estudiantes para el cálculo estadístico, dando como resultado, al aplicar la fórmula, de un n de 97 encuestas realizadas.

El instrumento de la investigación fue un cuestionario estructurado en dos partes, la primera (ítems del 1 al 9) fueron de orden temático con las cuales se atendieron los objetivos propuestos dando los siguientes resultados (Ibáñez, 2012):

De manera general se puede afirmar que con un nivel de confianza del 95% y un margen de error estimado del 7.5%, 67 de 97 estudiantes aceptaron la nueva opción de grado para estudiantes de Administración de Empresas, consistente en la fusión de la práctica profesional y el trabajo de grado en un ámbito social con un 69.1% a favor, dando así una respuesta afirmativa al objetivo general propuesto que era establecer el nivel de aceptación de la nueva opción de grado.

Aunque el rango que se tuvo en cuenta fue de quinto a noveno semestre, la encuesta se enfocó principalmente a los estudiantes de séptimo semestre, dado que son ellos quienes están en el proceso de la toma de decisión para realizar tanto la práctica empresarial como el trabajo de grado; y en cuanto a la jornada se hizo énfasis en la nocturna, teniendo en cuenta que el origen de la propuesta surge de allí y además porque es la jornada que más se beneficiaría con la nueva opción de grado, debido a la continuidad y optimización del tiempo que se obtiene con la fusión.

Las preguntas tres y cuatro se realizaron con el fin de identificar en qué punto se encontraban los estudiantes en cuanto a su práctica laboral y trabajo de grado, a lo que respondieron 82.5% y 70.1% de los estudiantes, este resultado se debe a que la mayoría de ellos fueron de séptimo semestre, periodo en que se definen ambos temas.

La pregunta cinco, referente a las modalidades de grado mostró una tendencia marcada hacia los planes de negocio y el trabajo de grado, seguida de la investigación y el trabajo de proyección social, esto dado

en parte a la formación de la Universidad; pero también, al hecho que las opciones de grado están desligadas de la práctica empresarial.

Con los enunciados seis y siete, se buscaba conocer si los estudiantes estaban interesados por lo social, dando como resultado una inclinación por el tema de forma positiva, lo que lleva a pensar que los futuros profesionales poseen una conciencia social que, puede ser utilizada de manera adecuada si se enfocan estas perspectivas hacia los programas curriculares.

El interrogante octavo y noveno fueron puntos fundamentales del estudio, porque orientaban al objetivo principal que era saber si la propuesta presentada como opción de grado era interesante para ellos, dando como resultado una tendencia positiva que refuerza la viabilidad del proyecto.

En cuanto a los datos clasificatorios de los puntos diez, once y doce, nos permiten concluir varias cosas: En primer lugar que, el interés por los temas sociales se da en mayor grado en las mujeres que en los hombres. De otra parte el estrato 3-4 conocen más los problemas de vulnerabilidad o marginalidad debido a su cercanía con ellos. Por último, la edad de mayor respuesta fue de los 21 a los 30 años, lo que refleja que a pesar de ser personas jóvenes, se están formando como profesionales con conciencia social.

Planteamiento de la propuesta al sector social y microempresas de la nueva opción de grado

Aquí se presentan dos alternativas de aplicación para la nueva opción de grado: La primera opción está dirigida a organizaciones no gubernamentales (ONG) y la segunda a microempresarios, ambas iniciativas son planteadas en esta investigación como alternativas de implementación con énfasis en el asesoramiento empresarial.

Propuesta a sector social

En Colombia la economía está dividida en tres grandes sectores de acuerdo a lo estipulado por el Departamento Nacional de Planeación (DPN, 2010): el primero, corresponde al extractivo o agropecuario; el segundo, es el industrial y el tercero o de servicios, que produce bienes

intangibles como por ejemplo servicios profesionales, comercio, transporte, servicios de educación, servicios profesionales y financieros.

A este último sector pertenecen las organizaciones no gubernamentales (ONG), que son sociedades civiles que hacen referencia a agrupaciones de personas que se asocian con el fin de trabajar en pro de los derechos de la comunidad. "Sus miembros son personas del común que sin importar su clase social, religión, raza, tribu, clan o ideología se reúne para defender los derechos humanos" (Londoño, 2002). En otras palabras, las ONG, han sido creadas para coadyuvar al trabajo del Estado en áreas donde las políticas públicas no son satisfechas en su totalidad, o existen falencias por causa de aspectos como corrupción o escases de recursos (ONGS, 2012).

En este sentido, la nueva opción de grado en proyección social donde se fusiona la práctica profesional y el trabajo de grado, encuentra una alternativa de aplicación pertinente, si se gestiona la vinculación de los estudiantes de Administración de Empresas para que realicen planes de mejoramiento en procesos administrativos en organizaciones no gubernamentales, logrando de esta forma que, estas instituciones presten un servicio más eficiente a la comunidad, generando un impacto positivo en los sectores sociales vulnerables que atiende.

Propuesta a microempresarios

La segunda alternativa para la puesta en marcha del proyecto está dirigida a las microempresas o PYMES, razón por la cual es pertinente definir primero el concepto de estas desde el punto de vista económico. En Colombia, de acuerdo con las leyes 590 del 10 Julio 2000 y 905 de 2004, emanadas del Congreso de la República, se define mediante el Artículo 2: "Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana", y además, son clasificadas por las mismas leyes como: micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

Para su categorización es necesario tener en cuenta los activos de la empresa y el número de empleados; así por ejemplo, las microempresas son una unidad económica en la que sus activos deben ser de hasta 500

SMMLV (BANCOLDEX, 2012) (Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes - Tarifa año 2012, \$566.700) (DANE, 2012), y tener incluida en su nómina hasta 10 empleados.

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, en su portal web MYPIMES, el sector de las microempresas constituye el 92% del universo empresarial del país, de los cuales el 95% está conformada por personas naturales, el 3% son sociedades comerciales y el restante 2% son cooperativas. Además el estudio muestra que, la gran mayoría de los microempresarios son cabezas de hogar que dependen de ese ingreso para subsistir, lo que representa una de las debilidades de este tipo de compañías, porque no destinan muchos recursos en tecnología, capacitación, mercadeo, ni asesoramiento; además los bajos índices de organización y gestión las hace desaparecer rápidamente del mercado (Mincomercio, 2008).

Teniendo en cuenta lo anterior, la propuesta de esta opción de grado, podría ser aplicada en una fase inicial a micro empresas cuyos activos oscilen entre 20 y 250 SMMLV, ya que este tipo de compañías por lo general son de carácter familiar y sus recursos son destinados prioritariamente a su funcionamiento, pagos salariales y de impuestos; pero, no tienen acceso a asesorías empresariales privadas, debido a los costos que estas implican; aun así, se recomienda incluir este punto en la segunda fase de la investigación, a fin de definir más claramente los criterios de selección.

Por lo tanto, al implementar esta nueva modalidad de manera similar a como funciona un consultorio jurídico de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad Pontificia Javeriana, pero en el ámbito de asesorías empresariales gratuitas, así la UPC, estaría contribuyendo por una parte, con el desarrollo de las microempresas y por otro lado, a que sus estudiantes pongan en práctica sus conocimientos en beneficio de empresas emergentes.

Adicionalmente esta alternativa de grado estaría alineada con uno de los pilares de actual Plan de Desarrollo Nacional que pretende “brindar acompañamiento y herramientas que permitan a familias vulnerables generar ingresos de manera sostenible y salir definitivamente de su situación de pobreza” (PND, 2010-2014).

Propuesta de esquema de aplicación

Como se explicó anteriormente esta investigación no incluye la puesta en marcha de proyecto en el Programa de Administración de Empresas de la UPC, sin embargo, es posible plantear un esquema de implementación basado en lo investigado hasta ahora y funcionaría de la siguiente manera:

En la actualidad la práctica empresarial en la UPC exige dentro de los requisitos para su aprobación, presentar un informe de trabajo de la pasantía en entregas parciales a lo largo de seis meses y conforman un informe final, previa programación del director de práctica quien además hace la respectiva revisión y calificación. Por su parte el trabajo de grado involucra presentar una monografía que es evaluada y sustentada para obtener el título profesional (UPC, 2011).

Teniendo en cuenta lo anterior, la iniciativa necesitaría de entregas parciales escritas que, conformen una monografía al finalizar la asesoría en un período de tiempo de un año y el trabajo además sería monitoreado por el director de práctica empresarial y el asesor de proyecto, con el propósito de hacer seguimiento a las actividades para que no se desvíe del objetivo primordial que es el asesoramiento empresarial.

Conclusiones

Esta propuesta aporta la iniciativa de un proyecto comprometido con la labor social en el contexto Colombiano, que convoca al Administrador de Empresas de la UPC a asumir el reto de permear favorablemente la sociedad colombiana propiciando espacios que le generen beneficios a las estructuras sociales vulnerables articuladas en ONG'S microempresas y PYMES, que con una adecuada orientación en sus procesos administrativos, pueden contribuir a robustecer la estructura económica de nuestro país y con lo que se fortalecería la opción del trabajo en proyección social del Programa de Administración que hasta el momento es una de las alternativas menos utilizadas por los estudiantes, como lo demuestra el punto cinco de la encuesta aplicada.

Para la UPC, la implementación de esta nueva opción de grado con énfasis en la proyección social, traería consigo ventajas en cuanto al

fortalecimiento de su trabajo en el campo de Responsabilidad Social Universitaria generando un escenario propicio para que el estudiante pase de lo teórico a lo práctico, teniendo la posibilidad de hacerse participe de la realidad nacional desde el ejercicio profesional, logrando así una formación más integral.

En cuanto a los objetivos propuestos para este trabajo, se pudo establecer que si existe un nivel de aceptación de la nueva opción de grado para los estudiantes de la UPC, de la Facultad de Administración de Empresas consistente en la fusión de la práctica profesional y el trabajo de grado orientados hacia la participación en el ámbito social que respalda la implementación de esta iniciativa, así mismo evidencia el interés del estudiante en aportar sus conocimientos a la sociedad colombiana y a su vez reconoce que este proceso académico también puede contribuir con su formación profesional.

Otro beneficio para los estudiantes es la realización de un solo proyecto que cumpla con dos de los prerequisites para lograr el título como Administradores de Empresas de la UPC y el proceso de asesoramiento administrativo tendría una continuidad permitiendo un mejor acompañamiento del proceso de la empresa objeto de asesoría.

ANEXO A. Encuesta de aceptación



ENCUESTA DE ACEPTACIÓN
 PROYECTO VIABILIDAD TRABAJO DE GRADO
 FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FECHA _____ / ABR / 2012

NOMBRE: _____

Reciba un cordial saludo, soy estudiante de la Universidad Piloto de Colombia, Facultad de Administración de Empresas y estoy realizando una encuesta de aceptación de un proyecto de viabilidad de una nueva opción de grado en la Facultad de Administración de Empresas, agradezco su amable participación.

POR FAVOR MARQUE CON "X" SU RESPUESTA

- I
- 1 **¿En qué semestre se encuentra?**
 1 Sexto 2 Séptimo 3 Octavo 4 Noveno
- 2 **¿En qué jornada estudia?**
 1 Diurna 2 Nocturna
- 3 **Su Práctica Empresarial**
 1 La está realizando 2 Ya la realizó 3 La va a realizar
- 4 **En cuanto al trabajo de grado**
 1 La está realizando 2 Ya lo realizó 3 Lo va a realizar
- 5 **¿Cuál de las siguientes modalidades de grado está realizando o desea realizar?**
 1 Trabajo de Investigación
 2 Trabajo de Grado
 3 Plan de Negocios
 4 Trabajo de Proyección Social
 5 Otra ¿Cuál? _____
- 6 **Se interesa por lo social**
 (Si su respuesta es Si continúe, de lo contrario aquí termina la encuesta)
 1 SI 2 NO
- 7 **Conoce la diferencia entre Responsabilidad Social (R:S) y Responsabilidad Social Empresarial (R:S:E)**
 1 SI 2 NO
- 8 **¿Considera importante como administrador hacer un aporte a la sociedad realizando un servicio en organizaciones gubernamentales y no gubernamentales del sector social (salud, educación, ambiental, vivienda, trabajo, derechos Humanos entre otras)?**
 1 SI ¿POR QUÉ? _____
 2 NO ¿POR QUÉ? _____
- 9 **¿Le gustaría que hubiese la posibilidad de fusionar la Práctica Empresarial con enfoque social y El Trabajo de Grado?**
 1 SI ¿POR QUÉ? _____
 2 NO ¿POR QUÉ? _____

- II
- 10 **EDAD**
 1 18-20 AÑOS 2 21-30 AÑOS 3 31-40 AÑOS 4 41 Ó MAS AÑOS
- 11 **GÉNERO**
 1 HOMBRE 2 MUJER
- 12 **ESTRATO**
 1 1 - 2 2 3 - 4 3 5 - 6

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Referencias

- BANCOLDEX (2012). *Bancoldex. ¿Qué es una empresa?* Recuperado de <http://www.bancoldex.com/contenido/contenido.aspx?catID=112&conID=628>
- Congreso de la República de Colombia. (2000). *Ley 590 de 2000*. Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2000/ley_0590_2000.html
- Cortina, A. (1997). *Ética aplicada y democracia radical*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Departamento Nacional de Planeación. (2000). *Lista de gremios empresariales colombianos, de cobertura nacional, según sector económico*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo53.htm>
- Ibáñez, M. (2012). Trabajo de Grado. *Nueva Opción de Grado en Proyección Social*. Bogotá.
- Londoño, B. (2002). Organizaciones no gubernamentales y derechos humanos. Retos para construir una sociedad civil en Colombia. *Biblioteca Virtual Banco de la República*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/diciembre2002/orga>
- Ministerio de Educación Nacional. (2003). Decreto 2566, Artículo 104846. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104846_archivo_pdf.pdf
- Ministerio de Educación Nacional. (2006). *Centro virtual de noticias de la educación*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>
- Ministerio de Educación Nacional. (2008). *Glosario*. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf,

- Ministerio de Educación Nacional. (2009). *Decreto 5012 de 2009, Artículo 213409*. Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-213409_decreto_5012.pdf
- Ministerio de Educación Nacional. (2011). *Centro Virtual de Noticias de la Educación CVNE*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-275362.html>
- Oceano, D. (2011). *El método de trabajo por proyectos como estrategia metodológica*. Recuperado de <http://oceanodigital.oceano.com/Universitas/welcome.do>
- Plan Nacional de Desarrollo (2010-2014). *IV Igualdad de Oportunidades Para La Prosperidad Social*. Recuperado de <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=rkiNDI8u23A%3D&tabid=1238>
- Universidad Javeriana. (2005). *Facultad de Ciencias Jurídicas*. Recuperado de http://puj-portal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/Facultad%20de%20Ciencias%20Juridicas/ptl_car_derecho/Consultorio%20jur%EDdico
- Universidad Javeriana. (2012). *Consultorio Jurídico y Centro de Conciliación*. Recuperado de http://puj-portal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/Facultad%20de%20Ciencias%20Juridicas/ptl_car_derecho/Consultorio%20jur%EDdico
- Universidad Piloto de Colombia. (2009). *Proyecto Educativo del Programa de Administración de Empresas (PEP)*. Recuperado de www.unipiloto.edu.co/resources/files/22082011100006261.docx
- Universidad Piloto de Colombia. (2011a). *Reglamento Estudiantil, Artículo 10.1*. Recuperado de http://www.unipiloto.edu.co/descargas/documentos_y_reglamentacion_unipiloto/Reglamento%20Estudiantil%20de%20Pregrado.pdf

Universidad Piloto de Colombia. (2011b). *Acuerdo de Consiliatura 005*.
Recuperado de
<http://www.unipiloto.edu.co/resources/files/06072011021404291.pdf>

REFLEXIONES SOBRE LA EVALUACIÓN EN LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN

Andrés Felipe Jiménez López⁵⁵

⁵⁵Administrador de Empresas, estudiante de Maestría en Educación. Investigador adscrito al GTA "Cultura de la Calidad en la Educación" de la Universidad Nacional de Colombia. E-mail: anfejilo@hotmail.com

Resumen

El documento expone reflexiones teóricas del planteamiento denominado "modelo teórico pertinente a la lógica del objeto" (MTPLO) y su aplicación en la modelación de sistemas de mejoramiento continuo, certificaciones y evaluación de la calidad educativa. En la primera parte, se expondrán los elementos y características metodológicas del planteamiento del MTPLO, para considerar su uso en la construcción de un sistema de evaluación de la calidad educativa que, tenga en cuenta los aspectos inherentes al contexto, donde no se excluya la diversidad del ser humano. En una segunda parte, se desarrolla una corta caracterización de los diferentes modelos de medición y certificación de la calidad educativa en Colombia (Norma ISO 9001 y el modelo de alta calidad EFQM). Se reflexiona sobre sus limitaciones, los vacíos que existen en su formulación y los obstáculos para el objetivo holístico de una educación humanista. Por último, se reflexiona sobre las posibilidades transformadoras y potenciales del planteamiento de "MTPLO" para la evaluación de los sistemas de calidad educativa, donde se genere una sinergia entre la práctica y la teoría. En él, se tiene en cuenta la evolución de los modelos pedagógicos que contemplan un sujeto en su diversidad cultural, que posee características que lo hacen único, y generan entonces una heterogeneidad en la escuela, que no permiten la normalización y homogenización. Provocando tensiones con los modelos actuales de gestión, certificación y aseguramiento de la calidad educativa, con conceptos contemporáneos de pedagogía, cultura de diversidad y escuela heterogénea. Siendo necesario pensar una nueva mirada y cambio en los fundamentos de la modelación en aspectos de calidad educativa.

Palabras clave

Educación, calidad, modelos teóricos.

Abstract

The paper presents theoretical considerations, the approach called "theoretical model relevant to the logic of the object" (MTPLO) and their relevance in modeling continuous improvement systems, certifications and evaluation of educational quality. In the first part, we present the elements and characteristics MTPLO methodological approach to

consider its use in the construction of a system for evaluating the quality of education, taking into account the inherent context where diversity is not excluded the human being. In a second part, we develop a short characterization of the different models for measuring and certifying the quality of education in Colombia (ISO 9001 and EFQM quality model). We reflect on their limitations, gaps in his formulation and objective obstacles to holistic humanistic education. Finally, we reflect on the possibilities and potential transformative approach "MTPLO" for the evaluation of educational quality systems, which generate a synergy between practice and theory. In it, we take into account the evolution of pedagogical models that include a subject in its cultural diversity, which has features that make it unique, and then generate heterogeneity in school; they do not allow standardization and homogenization. Causing tension with current models of management, certification and quality assurance of education, contemporary concepts of pedagogy, school culture of diversity and heterogeneous. Being necessary to think a new look and change the fundamentals of the modeling aspects of educational quality.

Keywords

Education, quality, theoretical models.

El Modelo Teórico Pertinente a la Lógica del Objeto (MPTLO)

El planteamiento de modelación teórica denominado "modelo teórico pertinente a la lógica del objeto" (MTPLO), planteado por Becerra (2003), se origina desde la teoría singular del objeto que estableció Bourdieu. Este planteamiento teórico, permite cumplir con el requisito fundamental al realizar el estudio y modelación de un fenómeno. Se hace preponderante al lograr ahondar en la particularidad del caso estudiado, pero sin perderse dentro de los detalles; es decir, lograr una generalización que es el objetivo fundante de toda ciencia, pero sin entrar en discusiones de totalidad, para la construcción del caso particular tal como es. En términos de Bourdieu (1995 citado por Becerra, 2003), "a través de conceptualizar el caso particular, consistente en concebirlo realmente como tal" (p. 3).

Becerra (2003), establece las cualidades inherentes al MTPLO que, sirven como avances para la práctica investigativa desde la reflexión y la complejidad:

- a. Permitir que se presente la creatividad establecida en elementos ficcionales que las teorías no han permitido percibir.
- b. Reconoce las relaciones presentes como dinámicas y construidas.
- c. Establece categorías e inducciones demostrativas, que pueden o no estar presentes en su totalidad, disminución de la hipótesis-deductiva.
- d. Articula armónicamente la "reflexión epistemológica" y los movimientos de la realidad social.
- e. Permite someterse a procesos de "puesta a prueba", sin que las contradicciones a la base práctica queden supeditadas a las hipótesis.

Estas cualidades permiten pensar en la posibilidad de que se aborden fenómenos complejos que, requieran la ruptura de la cadena de causa-efecto, sin que esto conlleve a una baja confiabilidad en la modelación que se plantea en estudios de fenómenos determinados.

David Willer (citado por Becerra, 2003), identifica los elementos del MTPLO. Primero, una serie de conceptos que refieren unos acontecimientos sucedidos, estableciendo categorías que permitan tener una mirada global del objeto de estudio. Segundo, relaciones entre los anteriores conceptos, dando paso a entender la estructura del caso de estudio y sus interacciones. Tercero, la explicación como principio racional logrando tener conocimiento global del fenómeno o caso de estudio, contemplando la posibilidad de cambios sin arriesgar su papel en el contexto donde se estudie. La integración de estos tres elementos, permite que el planteamiento de "MTPLO" comprenda todas las implicaciones y comportamientos del objeto que se estudia, sin aislar el macro-sistema donde se desenvuelva.

El tipo de objeto de estudio deberá estar enmarcado y delimitado según Becerra (2003), por a) "objetos nombrados por aquellos discursos teóricos" (p. 5). Apoyados por la ruptura que exige una "teoría", para la recuperación de conceptos y categorías, y solo podrán pertenecer al grupo de los posibles, si han superado la prueba de la articulación. Zemelman, (1992) (citado por Becerra, 2003) afirma, b) por <<objetos que han sido nombrados en forma "imprecisa"⁵⁶>> (p. 5), que se conceptualizan de manera débil, debido a su emergencia dentro de la investigación, o que se reconstruyen para configurar su pertinencia, c) por último por "los objeto que no han sido nombrados" (p. 5) por discursos teóricos, por no ser descubiertos aún o construidos por teorías ulteriores.

Esta relación evidente de conceptos, interacciones contextuales y explicaciones de realidad, permiten tener una visión de la realidad del fenómeno estudiado desde el horizonte de mirada del objeto de estudio que se pretenda modelar. Aunque se reduce a características y elementos, no simplifica su papel en un macro-sistema llamado realidad.

Por tanto, el uso de la modelación a través del planteamiento del MTPLO, cuando se aplica para modelar sistemas de aseguramiento de la calidad en una organización educativa, desenvuelve diversidad de conceptos de comportamiento del ser humano que, están inmersos en una realidad escolar y al tiempo en una realidad social y cultural, concibiéndola como compleja y dinámica. Requiere entonces para su

⁵⁶ Comillas del texto original: "imprecisa"

modelación que todos sus elementos estén integrados e interactuando, y no permite la sustracción total del objeto de estudio de su realidad y contexto. Todo lo anterior, permite la interacción armónica de modelos de calidad con concepciones subjetivas como las interacciones entre sujetos heterogéneos. También permite una flexibilidad y complejidad para lograr las explicaciones de realidades que son dinámicas y en constante cambio.

Problemas de los modelos de gestión y aseguramiento de la calidad en Colombia

En Colombia, se aplican actualmente dos modelos de gestión y aseguramiento de la calidad en el ámbito educativo. Estos son, la Norma ISO 9001 y el modelo EFQM de excelencia.

Por un lado la ISO 9001, se crea en ámbitos de organizaciones de manufactura. En este ámbito, las organizaciones generan procesos de normalización, donde sus productos se basan en especificaciones y estándares para cumplir con su objetivo de calidad, entregando productos sin defectos y bajo las necesidades de sus clientes. Esta norma, se fundamenta en el “enfoque por procesos”. Siendo este, “La aplicación de un sistema de procesos dentro de la organización, junto con la identificación e interacciones de estos procesos, así como su gestión” (ISO 9001, p. 6)

Se establece para la aplicación de la norma ISO 9001, que la organización “debe establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional” (ISO 9001, p. 2). Donde dichos requisitos son: a) determinar los procesos necesarios y su aplicación, siguiendo una secuencia e interacciones entre ellos, c) determinar criterios y métodos eficaces para la operación, seguimiento y control de dichos procesos, asegurando los recursos e información necesaria, d) realizar seguimiento, medición y análisis de los procesos, implementando acciones que permitan su mejoramiento y el alcance de los objetivos planificados (ISO 9001). Sumado a lo anterior, dichos procesos “son genéricos y se pretende que sean aplicables a todas las organizaciones, sin importar su tipo, tamaño y producto suministrado” (ISO 9001, p. 1).

Por otro lado encontramos el modelo EFQM de excelencia, el cual parte de un concepto más amplio del aseguramiento de la calidad. Este modelo tiene en cuenta la heterogeneidad de las organizaciones existentes. Agrupada en un primer bloque denominado "agentes", siendo los factores encargados de lograr los fines y se encuentran criterios, según Carrión (2005) de, "liderazgo, política y estrategia, personas, recursos y alianzas y procesos". Un segundo bloque, son los "resultados" que logra la organización, que contiene criterios como resultados en "los clientes", "las personas", "la sociedad" y "resultados claves" (p. 106).

Estas normas, sus directrices, se pueden aplicar a cualquier organización. Así, son aplicables para las organizaciones educativas tanto en sus estándares como en la normalización por procesos; sin embargo, en estas normas se encuentran una limitación cuando se intenta aplicar a la evaluación de la calidad en las organizaciones educativas, dado que, los procesos de estas normas son rígidos y estáticos, sumado a ello, el vacío en su formulación, porque no tienen en cuenta la naturaleza misma y las especificidades de las organizaciones donde se va aplicar, el reconocimiento de su dinámica y de su flexibilidad. Provocando la imprecisión de dicho modelo normativo, al aplicarlo a las organizaciones educativas, al no lograr su objetivo de generar calidad en la educación, por la cual fue creada.

El EFQM, tiene otra limitación. Aunque intenta desprenderse de la homogenización, cae en la lógica económica de los resultados. En una economía capitalista, este modelo tiene un vacío en su formulación, en términos de sus alcances y resultados en los clientes; no tienen en cuenta los aspectos holísticos de desarrollo integral del sujeto-educable presentes en las organizaciones de formación. Esto representa entonces, un obstáculo, una incoherencia con la dinámica de la calidad de las organizaciones de educación, indicando, que se evalúa la calidad de forma aislada. Encasillando a la educación y sus diferentes actividades, en una concepción de proceso y resultados que es totalmente des-humanizada y estática.

Por lo tanto, existe una aireada discusión del término de calidad en el ámbito educativo. Este está determinado más por aspectos económicos, que por otros determinantes sociales o culturales. Esto se ve reflejado en políticas públicas educativas y en designaciones presupuestales; permite

deducir que, si no existe una medición y gestión de la calidad adecuada al contexto educativo, se reflejará directamente en la sociedad, siendo esta la primera beneficiaria de los sistemas educativos.

Se hace necesario entonces, pensar en nuevos componentes implícitos como estudiantes, modelos pedagógicos, contexto cultural, entre otros. Que se presentan en las instituciones educativas. Si yuxtaponemos estos elementos a los sistemas de gestión de la calidad actual, hace imposible la normalización. Llevando en decadencia los actuales modelos de aseguramiento de calidad aplicables en las organizaciones de formación, ISO 9001 y EFQM. De lo dicho en este documento, surge la necesidad de replantear la forma de modelación, gestión, aseguramiento y medición de calidad en los sistemas educativos.

Reflexiones de los modelos de aseguramiento de la calidad en la educación

Con base en la discusión anterior, se mostró en términos generales los vacíos y los obstáculos en la formulación, y en la práctica de los sistemas de aseguramiento y certificación de la calidad. Se hace necesario, la reflexión sobre la modelación en los sistemas para la evaluación de la calidad educativa. Dirigido hacia una calidad real en la educación, por vía del cumplimiento del objetivo de la escuela: la enseñanza de aspectos básicos para un desempeño óptimo del estudiante y para la vida en sociedad.

Se pretenden tomar los tres elementos del MTPLO, con el propósito de un acercamiento conceptual, para proponer una nueva modelación teórica en la medición y aseguramiento de la calidad en el ámbito educativo.

El primer elemento son “los conceptos”, estos deben guiar la calidad educativa desde el planteamiento del MTPLO. Estos deben surgir del propio “quehacer” del docente en el aula y la escuela, enmarcado en las relaciones personales, didácticas y evaluativas con el estudiante, las cuales representan procesos no documentados, que emergerán para generar dichos conceptos, desde el contexto educativo donde se debe buscar la calidad. Será necesario, como en la industria o la manufactura el poner especial cuidado en los procesos directamente relacionados con el producto, que en el contexto de la escuela cobren importancia la

construcción de las nuevas conceptualizaciones y categorías, desde la gestión académica como punto neurálgico en la transmisión de conocimientos y valores para la vida del estudiante, que se constituye la misión de la educación.

En segundo lugar, teniendo en cuenta las interacciones contextuales, será la aplicación de una norma que no tenga el carácter de represión, control y vigilancia. Contrario a esto, que propicie los espacios pedagógicos. Siendo estas interacciones fundamentales, al hablar de organizaciones de conocimiento. Donde la incursión de las relaciones de aula entre docente-estudiante y una recuperación de la educación con libertad, cultural y humanismo. Esto provoca estímulos personales en los estudiantes, que los lleven a una preocupación por su aprendizaje propio. Sustentado en la taxonomía del aprendizaje de Bloom & Guerrero (1977), donde él especifica la cuestión del aprehendizaje⁵⁷ que, corresponde en tres cuartas partes al aprendiz mismo; porque debe desarrollar tres procesos que se evidencian la afectividad, la cognición, la comprensión, y la experticia. Por tanto, propiciar la cultura de calidad de aula como mejoramiento continuo y personal es el eje fundamental para aportar potencialmente al problema de enseñanza-aprendizaje en la escuela, y al tiempo generar calidad real en la educación.

La explicación de la realidad como tercer elemento del MTPLO será construido mediante la comprensión de la realidad actual educativa. Enmarcada por la aplicación de normas internacionales represivas, basadas en resultados de pruebas externas y en control interno. Dejando espacios vacíos en el desarrollo de una cultura de calidad real, dentro de la organización de conocimiento. Dentro de esta realidad, la nueva modelación teórica pretende recuperar dichos espacios. Para trascender, de procesos sustantivos administrativos hacia procesos pedagógicos, didácticos y humanísticos. Que requieren ser reconocidos y denotados, para el desarrollo de una cultura de calidad. Encaminada al abandono paulatino de la educación tradicional y trascurrir a la educación constructivista, apoyado por las pedagogías activas. Logrando, que se explique una realidad de contexto educativo. Abandonando el mito

⁵⁷Se usa la palabra aprendizaje con una "h" intermedia porque se dirige al concepto utilizado en décadas anteriores referente a coger, tomar e interiorizar el conocimiento.

racionalizado⁵⁸ de una realidad, desde el modelo económico prevaleciente.

Por último, debemos precisar un Objeto de estudio, que pertenece a la realidad y que no se pretende sacar de ella ni modificarle en ella, simplemente se debe entender su lógica de funcionamiento.

Para el caso se estará inmerso en el segundo tipo de Objetos nombrados y explícitos que menciona la modelación teórica a partir de la lógica del objeto. Donde se establece que deberá ser una educación con calidad real, que propicie los elementos humanísticos, emancipadores del educando. Generador de ambientes propicios para el aprendizaje y la evaluación integral de las dimensiones personales, cognitivas y de vida en sociedad del estudiante. Para generar, un nuevo modelo teórico de norma de aseguramiento de la calidad en instituciones educativas, que posea características de flexibilidad, dinámica y humanidad.

Por tanto, se genera un pensamiento bucleico⁵⁹, dejando abierta la posibilidad que se piense en esos nuevos significados que darán una pertinencia a la evaluación de la calidad real educativa. Con características de heterogeneidad, y permitiendo aspectos pedagógicos, curriculares y de enseñanza-aprendizaje, que serán lógicos y relacionales al objeto que se estudia.

Conclusiones

Se concluye, que para abordar el aseguramiento de la calidad en la educación, es necesario un modelo dinámico y flexible en su construcción. Con la intención de conjugar armónicamente conceptos administrativos y pedagógicos. Que actualmente son estáticos y poco flexibles. Que incluya un conjunto de elementos culturales, los procesos de enseñanza aprendizaje y una educación humanista.

Lo descrito anteriormente, hace pertinente, la utilización del MTPLO en la construcción de nuevas miradas en la medición y aseguramiento de la calidad. Este permite, en primer lugar, nuevas significaciones donde se conjugan conceptos humanísticos y pedagógicos. En segundo lugar

⁵⁸Carencia de valor lógico de algo que se acepta y llega a institucionalizarse. (Meyer & Rowan, 1999).

⁵⁹Pensamiento de apertura y cierre que permite nuevas reflexiones y significaciones.

interacciones contextuales, para no simplificar las relaciones humanas en procesos estáticos. En tercer lugar, una visión de realidad consecuente con el contexto, eliminando la realidad utópica que encierra el ser humano en contexto económico-mercantil. Construyendo así una medición y gestión de calidad educativa pertinente al contexto educativo.

Referencias

- Becerra, F. (2003). *La construcción de un modelo teórico pertinente a la lógica del objeto*. Recuperado de <http://www.nombrefalso.com.ar/la-construccion-de-un-modelo-teorico-pertinente-a-la-logica-del-objeto>
- Bloom, B. & Guerrero, O. (1977). *Características humanas y aprendizaje escolar*. Bogotá D.C.: Voluntad.
- Carrión, A. (2006). El modelo EFQM. Más allá de ISO 9000. *IB Revista de Información Básica*, 1(1), 105-110.
- ISO 9001. (2000). *Norma Internacional ISO 9001*. Recuperado de http://www.ucongreso.edu.ar/grado/carreras/lisi/2006/ele_calsof/Norma_ISO_9001-2000.pdf

IMAGEN DE DESTINO TURÍSTICO DE
MANIZALES, PROYECTADA POR LOS
ENTES ENCARGADOS DE PROMOVER EL
TURISMO EN LA CIUDAD

Natalia Londoño Valencia⁶⁰

⁶⁰ Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Católica de Manizales.

Resumen

Este proyecto pretendió identificar la imagen de destino turístico de Manizales, proyectada por los entes encargados de promover el turismo en la ciudad. Teniendo presente que la imagen se podría catalogar como un elemento esencial para cualquier destino, esta imagen puede ser percibida y proyectada de dos maneras, la primera la conforman las impresiones que se lleva el turista cuando visita determinado lugar y la segunda objeto de estudio de este proyecto, se entiende como:

Aquella que se transfiere hacia su mercado de referencia a través de los distintos canales de comunicación. Dentro de éstos cabe destacar la presencia de oficinas de turismo, agencias de viajes y tour operadores que se muestran estrechamente relacionados con la propia realidad del destino. Middleton, (1994) & Pritchard, (1998) citado en (San Martín, 2005, p. 45).

Palabras clave

Turismo, imagen, destino turístico, Manizales, atractivos turísticos.

Abstract

This project aimed to identify the destination image of Manizales, projected by the agencies in charge of promoting tourism in the city, bearing in mind that the image could be classified as an essential element to any destination, this can be perceived and projected, the form first impressions that takes tourists when visiting a certain place and the second object of study of this project, it is understood as:

That which is transferred to their target market through various communication channels. Among these include the presence of tourist offices, travel agencies and tour operators shown closely related to the reality of the destination. Middleton, (1994) & Pritchard (1998) cited in (San Martin, 2005, p. 45).

Keywords

Tourism image, tourist destination, Manizales, Tourist Attractions.

Introducción

Adquiere relevancia para indagar la imagen de destino de Manizales proyectada, plantearse los siguientes objetivos, identificar cuáles son los atractivos que los entes que promueven la ciudad, reconocen como los más importantes y sobre los cuales se proyecta la imagen de la ciudad, los elementos diferenciadores de los mismos, la información que emplea las diferentes instituciones para promocionar y proyectar la imagen la ciudad y por último identificar los atributos que componen la imagen de destino de Manizales .

Para ello, inicialmente se comienza por una aproximación al concepto de destino turístico para delimitar de forma más precisa el objeto de estudio. Después de definir el concepto, se procede a la revisión de diferentes aportaciones conceptuales sobre la imagen de destino turístico y el conjunto de dimensiones que la integran.

La metodología del estudio es de corte cualitativo, de carácter descriptivo, los instrumentos de recolección de información fueron la entrevista semiestructurada y un cuestionario, se indagó en 10 instituciones públicas y privadas del sector Turístico de la ciudad de Manizales.

Planteamiento de problema

Un reciente informe de competitividad del sector turístico concluyó que, el turismo, puede ser para Colombia dadas sus potencialidades, una fuente de negocios e inversión con grandes bondades en cuanto al reparto de sus beneficios y a su efecto dinamizador sobre el resto de la economía, apareciendo entonces como un sector promisorio por su gran poder de arrastre hacia otros sectores.

El turismo se está convirtiendo en un área estratégica para el desarrollo del departamento de Caldas, en especial por factores relacionados con la generación de empleos directos, indirectos, permanentes y estacionales; la distribución de los ingresos entre un mayor número de habitantes, las oportunidades de diversificación económica y la complementariedad a las actividades tradicionales; el ingreso de nuevos capitales para la inversión regional y las

posibilidades de integración económica y social con los departamentos del Eje Cafetero y otras regiones. (Plan sectorial de desarrollo turístico de Caldas, 2002 – 2010)

Aunque para el Departamento de Caldas se ha convertido, el turismo, en un sector importante y a pesar de las ventajas tanto en lo cultural como lo natural e infraestructura, se ha considerado por diferentes sectores una fuente secundaria de ingresos, sin importar que de otro lado el Departamento del Quindío, ha avanzado considerablemente en la implementación de estrategias de marketing y tiene una imagen de destino definida que le han permitido proyectarse a nivel nacional e internacional y convertirse en uno de los destinos preferidos por los turistas.

Teniendo en cuenta así, el potencial que tiene el Departamento y la ciudad de Manizales como su capital, se requiere la realización de investigaciones que aporten a fortalecer el sector turístico. En este sentido se debe empezar por indagar ¿cuál es la imagen de destino que se está proyectando de Manizales por los actores encargados de promocionar la ciudad?, hacer un análisis de los atractivos característicos de la misma, de manera que, sus resultados posibilitem el diseño de políticas que permitan aprovechar al máximo las ventajas comparativas de los recursos de la ciudad.

Justificación

Para el departamento de Caldas, el turismo, se ha convertido en una alternativa importante a nivel económico, sociocultural y ambiental que, puede ayudar a superar la crisis actual, en particular la relacionada con la caficultura. En este sentido se requiere del fortalecimiento institucional, la investigación y la promoción turística del departamento. Construido bajo un esquema participativo que además contribuya a armonizar la institucionalidad, la oferta, la demanda y generar la movilización de los sectores público, privado, mixto y solidario.

En el plan sectorial turístico de Caldas 2002-2010, se exponía en el programa de investigación científica y tecnológica la propuesta de una investigación del mercado turístico local, nacional e internacional en asocio con las instituciones que promuevan el desarrollo turístico en la

región como la Secretaría de Desarrollo Económico, el Sena, la Cámara de Comercio y la Universidad Católica, entre otras.

Este estudio aporta a esa necesidad específica del departamento de Caldas de realizar estudios de investigación que encaminaran al sector a mejorar la oferta turística a través de la identificación de los atractivos con los que cuenta la ciudad, y la manera como se está proyectando la imagen de destino a los turistas nacionales y extranjeros. La identificación de la imagen proyectada de la ciudad de Manizales, se justifica desde la importancia concedida tradicionalmente al estudio de la imagen de destino turístico, que consiste en:

Identificar las fortalezas y debilidades que presenta el destino turístico (Bramwell & Rawding, 1996; Baloglu & Mangaloglu, 2001; Chen & Uysal, 2002), promocionar de modo eficiente y eficaz el destino hacia su mercado de referencia (Calantone et al., 1989; Chon, 1990; Leisen, 2001), facilitar el desarrollo turístico de una área geográfica (Choi, Chan & Wu, 1999) o garantizar el éxito competitivo de un determinado destino (Hunt, 1975; Telisman-Kosuta, 1994; Font, 1997). (San Martín, 2005, p. 3)

Además, los resultados se convertirán en una información relevante para que las empresas del sector turístico público, privado y los gremios evalúen qué tan articulados están en términos de la proyección de la imagen de Manizales como destino turístico, o si por el contrario, cada Institución trabaja de forma separada y no tienen una imagen definida de Manizales como destino, que estén interesados en proyectar de acuerdo a unas necesidades de la demanda y a los atractivos con los que realmente cuenta.

Objetivo general

Identificar la imagen de destino Turístico proyectada de Manizales por los entes encargados de promover el turismo en la ciudad.

Objetivos específicos

Identificar los atractivos más representativos de la ciudad y sus principales características.

Indagar cómo se promociona la imagen de Manizales por las Instituciones públicas y privadas que apoyan y promueven el sector turístico.

Identificar los atributos que componen la imagen de destino turístico de Manizales.

Marco teórico

Se describe a continuación los tópicos del marco teórico sobre el cual se orientó la investigación:

Destino turístico

Definido como una formación "socio- espacial" compuesta por dos tipos de espacios: el espacio material, construido, ordenado y condicionado, más él "espacio inmaterial" conformado por las imágenes y experiencias generadas en los visitantes y promovidas por las campañas promocionales a partir de lo existente en el espacio material. (Rodríguez, Trespacios & Vázquez, 1994, p. 3)

Imagen de destino

Lawson & Baud-Boby (1997) Definieron la imagen de un destino como "la expresión de todo el conocimiento, impresiones, prejuicios y pensamientos emocionales que un individuo o grupo tienen sobre un objeto o lugar en particular" (Muñoz, s. f., p. 7). Dentro de la imagen se encuentran cuatro componentes fundamentales que permiten comprender los diferentes aspectos que agrupan esta definición. Estas dimensiones que conforman el concepto de la imagen de un destino turístico son:

Componente cognitivo

La imagen de un destino turístico basada en la percepción cognitiva puede ser definida como la forma en que el turista percibe los atributos físicos o características de una zona turística (Baloglu y Brinberg, 1999; Beerli & Martín, 2004). Como atributos físicos podemos nombrar: paisaje del lugar, naturaleza, sus atracciones y el entorno construido. La seducción del turista estará determinada por la belleza de los paisajes arquitectónicos y naturales y por la

comodidad de sus instalaciones. Por lo tanto una percepción negativa del destino generará actitudes desfavorables hacia el lugar, y una percepción positiva generará actitudes favorables hacia el lugar (Yüksel & Akgül, 2007). (Femenía, s. f.)

Componente afectivo

La mayoría de las investigaciones ha definido el afecto como un sentimiento del turista hacia el lugar (Baloglu & Brinberg, 1997) y no como un sentimiento que el lugar expresa hacia el turista. Por lo tanto, el turista según el afecto que le produzca el lugar, se verá animado en mayor o menor medida incentivado el deseo de regresar a visitar el destino. (Femenía, s. f.)

Atributo-holístico

“La imagen no solo debe estar compuesta de las percepciones de atributos particulares (clima, hospitalidad o acomodación) sino por las impresiones holísticas del lugar” (Femenía, s. f.). Este componente se refiere a la imagen general que se lleva el turista de la ciudad. Es una sumatoria de características tangibles e intangibles que posee un lugar, con las cuales un turista se siente identificado con el destino.

Atributo funcional- psicológico

“Distingue entre las características del destino que son observables por el turista (atributos funcionales) y las características que resultan inmateriales, imprecisas y complicadas de calcular (atributos psicológicos)” (Femenía, s. f.).

Común-único

Son las características comunes que poseen los distintos lugares, ya sean funcionales o psicológicas o las características propias que posee cada destino turístico, además conlleva importantes implicaciones estratégicas al configurarse como una auténtica fuente de diferenciación y ventaja competitiva del destino turístico. (Femenía, s. f.)

Es bien sabido que un destino se puede identificar por una característica única, la cual lo hace significativo y enmarca una experiencia ideal en la

mente del turista. Estos íconos diferenciadores facilitan las estrategias de marketing que acompañarán la promoción de dicho destino.

Imagen proyectada

La imagen de destino proyectada, considerada habitualmente en la literatura como un factor de atracción en el proceso de elección de un destino turístico (Andreu, Bigné & Cooper, 2000), es aquella que se transfiere hacia su mercado de referencia a través de los distintos canales de comunicación. (Femenía, s. f.)

“Dentro de éstos cabe destacar la presencia de oficinas de turismo, agencias de viajes o tour operadores (Middleton, 1994 & Pritchard, 1998), que se muestran estrechamente relacionados con la propia realidad del destino” (San Martín, 2005, p.46)

De este modo, mientras que la imagen percibida se asocia con el conjunto de creencias e impresiones del turista sobre un destino específico, la imagen proyectada se consolida, por su parte, como un fenómeno de extraordinaria importancia para la adecuada promoción y comercialización del destino turístico. (Bulnes, 2008)

Atractivos turísticos

Metodología

La investigación es de corte cualitativo, de carácter descriptivo. “El propósito de la investigación cualitativa es reconstruir la realidad, (Sampieri & cols., 2003)” (Díaz, 2005); como la observan los actores de un sistema social previamente definido. Los estudios descriptivos por su parte, “son estudios propios de las primeras etapas del desarrollo de una investigación, y pueden proporcionar hechos y datos, e ir preparando el camino para la configuración de nuevas teorías o nuevas investigaciones” (Montenegro & López, 2006).

Técnicas de recolección de información

Se utilizaron dos técnicas de obtención de información entrevistas semiestructuradas y cuestionarios, los cuales son los más comúnmente utilizados en la investigación de enfoque cualitativo.

Unidad de análisis

Administradores y guías turísticos de los Atractivos turísticos de la ciudad: Museo interactivo Samoga, Corredor Polaco, Recinto del Pensamiento, Termales Tierra Viva, Monumento a los Colonizadores, Reserva Rio Blanco, Parque Nacional Natural Los Nevados, Termales del Otoño, Acquaparque la Montaña, Ecoparque de selva húmeda tropical Los Yarumos, Torre al Cielo, Ecoparque Alcázares Arenillo, Parque de Aventura Cumanday y Ecoparque La Montaña.

Las instituciones públicas y privadas encargadas de promover el turismo en la ciudad de Manizales (Coordinadores o jefes de unidad de turismo): Instituto de Cultura y Turismo, Corporación Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo para el desarrollo de Caldas, Infi-Manizales, Secretaria de Competitividad,

Resultados

Atractivos turísticos más representativos de la ciudad de Manizales y sus principales características

Red de Ecoparques

La Red de Ecoparques se creó en 2005 con el objetivo de formar un complejo de ecoparques a manera de interpretación ambiental para la ciudadanía. La red está conformada por el Ecoparque los Yarumos, Alcázares Arenillo, Bosque popular El Prado, Monte León, Cerro Sancancio y Recinto del Pensamiento.

Ecoparque de Selva Húmeda Tropical los Yarumos

Destinado al disfrute contemplativo de su biodiversidad e investigación, este parque cuenta con una zona para la recreación activa, turística y deportiva. El Ecoparque los Yarumos, es una agremiación caldense que posee 96 hectáreas de terreno, fue construido con el objetivo de convertirlo en principio en el parque público más grande de la ciudad.

Alcázares Arenillo

En este parque se tiene en cuenta los cuatro elementos esenciales para la vida del hombre: Agua, aire, tierra y fuego. Este modelo de educación ambiental se ofrece en este importante recurso.

Bosque popular

Es considerado uno de los centros recreacionales más importantes del municipio, ofreciéndole al visitante escenarios deportivos para la práctica de fútbol, baloncesto, tenis, balón mano, natación, campercross, motocross, gimnasia y ciclo montañismo; tiene además áreas didácticas y juegos infantiles, restaurante, cafetería y salón de conferencias.

Reserva de Rio Blanco

Excelente lugar para observar aves y otras especies de flora y fauna. Está IBA (áreas importantes para las aves, sigla en inglés), que se ha convertido en un paraíso para los observadores de aves nacionales y extranjeros, cuenta con un espacio designado para el alojamiento y además de ofrecer cursos básicos para los aficionados.

Recinto del Pensamiento

El recinto es un espacio de convergencia de los actores del pensamiento regional y nacional impulsado por el interés público, en procura de construir una visión de largo plazo para el desarrollo de las zonas cafeteras, la región y el país.

Cerro Sancancio

Ubicado precisamente en el Barrio Palermo, con una Altura de 2.216 m, tiene una elevación natural que sirve de cerro tutelar a la capital de Caldas, ha estado ligado siempre a su historia y desarrollo. Cuando esta región estuvo poblada por la nación de los Quimbaya, pueblo pastor, agricultor, laborioso y pacífico; en el cerro se constituyó un centro de ceremonias y cementerio especial.

Otros atractivos

Parque Nacional Natural de Los Nevados

Allí se realizan caminatas por senderos interpretativos y sitios al público orientadas por un funcionario o guías, además pesca deportiva en la Laguna del Otún. Otras actividades que se pueden realizar allí son, escalada en roca, ascenso a cumbres y ciclo montañismo. Este parque logró el Certificado Mundial RAMSAR sitio de importancia para la conservación de los Humedales - complejo de la Laguna del Otún.

Catedral Basílica Metropolitana de Nuestra Señora del Rosario - Corredor Polaco

El corredor Polaco es un mirador en la aguja central de la Catedral Basílica Metropolitana de Nuestra Señora del Rosario de Manizales. Se encuentra ubicado a 1113 metros de altura, desde allí se puede apreciar una vista 360° de la ciudad de Manizales y poblaciones aledañas.

Torre Panorámica de Chipre - Torre al cielo

Este atractivo aprovecha su topografía para localizar sobre su parte más alta un tanque que se destaca formal y referencialmente en la ciudad, con fines recreativos y juegos de aventura extrema y avistamiento del paisaje. Tanto manizaleños como turistas podrán disfrutar de otra mirada de la ciudad, desde allí se puede apreciar una inigualable vista panorámica de Manizales y del occidente y norte de Caldas. La torre está situada a 38 metros de altura tiene un bar y otros atractivos como el columpio extremo, *segways* y telescopios.

Monumento a los Colonizadores

Es una obra escultórica de carácter monumental, elaborada con 50 toneladas de bronce, que resultaron de donaciones hechas por los habitantes de la ciudad, diseñada por el artista Luis Guillermo Vallejo, entre los años 1997 y 2002. Esta gigantesca obra, es un homenaje a quienes venidos de la región de Antioquia fundaron la ciudad de Manizales.

Museo Samoga

Museo interactivo de ciencia, juego y tecnología. Se muestra ante la sociedad caldense como una alternativa cultural y educativa, para la socialización y comprensión de la ciencia y el reconocimiento de las tecnologías autóctonas por medio de procesos lúdicos. Con el museo, la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales hace otro aporte a la región cafetera y contribuye a la competitividad de Manizales como ciudad Universitaria. La Universidad además cuenta con un observatorio Astronómico.

Termales El Otoño – Hotel y Centro de Convenciones

Hotel campestre ubicado muy cerca de la ciudad, donde se puede disfrutar de un espacio natural con el confort de servicios de alta calidad en alojamiento, alimentación, centro de convenciones y Spa.

Acquaparque de la Montaña

Complejo turístico de piscinas con agua termal, acompañado de tres toboganes de agua fría con distintas inclinaciones y características que invitan a experiencias extremas. El parque tiene servicio de restaurante y un sendero ecológico por la vereda gallinazos que, puede ser disfrutado por todos los visitantes.

Tierra Viva

Hospedaje campestre que cuenta con dos piscinas de agua termal, ofrece actividades como paseo por un sendero ecológico, alojamiento para familias y parejas, servicio de bar y restaurante. Este es un proyecto que surgió de Fonade (Fondo emprender), el cual apoya iniciativas de negocio, impulsando proyectos de sostenibilidad y desarrollo de la actividad comercial.

Ecoparque La Montaña

Este Ecoparque está ubicado a las afueras de la ciudad de Manizales, o bien, en la vía de acceso a la ciudad desde otras ciudades del centro del país. Está construido en una ladera, equipado para practicar juegos extremos. Es un lugar propicio para disfrutar un día en familia, amigos o

en pareja. Tiene una excelente vista hacia el occidente de Caldas, cuenta con un pequeño sendero ecológico, llamado “sendero del abuelo” donde el objetivo principal es educar a los visitantes y permitir la interacción del ser humano con el medio ambiente. Allí se pueden realizar actividades como *Paint ball*, *canopy*, muro de escalada, cuerdas altas, tiro al blanco, espacios infantiles, exhibición canina y eventos.

Parque de Aventura Cumanday

Parque de Aventura, está ubicado en la vía de Manizales hacia Bogotá km 7 arriba de Potro Rojo, y debe su nombre a un cacique que habitaba la zona del Páramo de Letras; en el sitio ya se encuentra abierta la primera fase que consta de un área extendida en más de 40 hectáreas de Proexport a su vez promociona al Eje Cafetero a través de ruedas de negocios, ferias internacionales, visita de periodistas internacionales, visita de operadores turísticos internacionales, agendas comerciales de empresarios de la región buscando promoción vía página web, vías de acceso digital. La estrategia promocional gira en torno a lo que es el café y a la oferta de turismo de naturaleza.

Los atributos que componen la imagen de destino turístico de Manizales

Después de analizar la información recolectada, se identificaron las dimensiones de la Imagen según la teoría estudiada, a continuación se relacionan los componentes y atributos que conforman la imagen de destino turístico.

Componentes cognitivos

- Manizales se caracteriza por su relieve montañoso.
- Dispone de un paisaje natural el cual cautiva a los turistas.
- Un lugar magnifico para el avistamiento de aves.
- Manizales ofrece oportunidades para practicar ecoturismo.
- La ciudad es bonita, limpia y ecológica.
- Se observan atardeceres excepcionales.
- Goza de climas variados.
- Es una ciudad culta.
- La ubicación geográfica estratégica, pertenece al Triángulo del Café y al paisaje cultural cafetero.

Componentes Cognitivos Afectivos

- Es una ciudad agradable
- Una ciudad tranquila y segura.
- Las personas son hospitalarias y amables

Atributo funcional

- Feria de Manizales
- Festival Internacional del Teatro
- Festival Internacional de la Imagen
- Festival de Jazz
- Festival de Música Sacra

Atributo común-único

- La fábrica de atardeceres
- El Nevado del Ruiz
- Paisaje Cultural Cafetero.

Conclusiones

La ciudad no tiene estudios de perfil de la demanda turística que le permita identificar los atractivos naturales y culturales que tienen mayor aceptación para los visitantes y de esta manera direccionar un producto acorde a la demanda. Por la misma razón Manizales no tiene una imagen de destino turístico proyectada definida, cada uno de los atractivos se promocionan de forma independiente bajo cada uno de los componentes que posee.

Faltan alianzas estratégicas entre el sector público y privado, que articulen acciones orientadas a diseñar una planificación común y una gestión conjunta de todo el sistema turístico de la ciudad que proyecte una imagen de destino turístico unificada.

La imagen que quieren proyectar las instituciones que promueven el turismo en Manizales, es que el turista encuentre en la ciudad, experiencias memorables, que se hace evidente en el manejo de los atributos en sus campañas publicitarias. Y como tipología turística de la ciudad de Manizales el Spa y Termalismo, congresos y convenciones,

paisaje cultural cafetero, avistamiento de aves, teniendo en cuenta la Red de Ecoparques.

Manizales desea proyectar una imagen de destino de congresos y convenciones y posee lugares apropiados para desarrollar esta actividad, sin embargo la accesibilidad aérea, disminuye la posibilidad de que esta tipología sea exitosa. Sin embargo se evidencia que la mayoría de las instituciones siguen considerando el Nevado como el principal atractivo de la ciudad.

Las estrategias que se han utilizado para comercializar los diferentes atractivos que ofrece la ciudad han sido: La participación en ferias y eventos a nivel nacional, el Instituto y la Alcaldía participan anualmente en Anato, también en ruedas de negocio que realiza Proexport con empresarios internacionales. Se participa igualmente en la BTA (bolsa turística de las Américas), que se realiza anualmente en Medellín. Publicación de revistas, *brouchures* y material publicitario que sirve de guía para los turistas. Realización de *Fam Trips* con Operadores Nacionales e Internacionales para vender el destino y *Free Press*. Dentro de las campañas más importantes que han logrado un aumento significativo de turistas fue en el 2008 y 2009 con la campaña "Caldas y Manizales queremos que estés". En el 2011 se reactivó la marca "Mi Manizales del Alma", a través de Infi-Manizales, la cual cambió por "esto solo se ve en mi Manizales del Alma".

Los encargados de aportar recursos económicos para realizar la promoción turística de Manizales son la Alcaldía a través del Instituto de Cultura y Turismo, y el Fondo de bosques.

Imagen proyectada de Manizales por las Instituciones públicas y privadas que apoyan y promueven el sector turístico

Las Instituciones públicas y privadas proyectan como principal atractivo de la ciudad el nevado del Ruiz y la Feria de Manizales que va amarrada a la feria taurina y al reinado internacional del café. Es importante resaltar que el Nevado no es de jurisdicción de Manizales sino del Municipio de Villamaría; sin embargo, se sigue promocionando el Nevado como uno de los atractivos de la ciudad ya que los motivos que más resaltan los turistas para visitar Manizales son sus paisajes, su patrimonio histórico, la cultura cafetera y las experiencias en el Nevado.

La tipología turística que se proyecta de la ciudad y que se incluyó en el plan de desarrollo, son el Spa y Termalismo, convenciones y congresos, el paisaje cultural cafetero, avistamiento de aves, teniendo en cuenta la Red de Ecoparques.

No existen estudios diagnósticos que permitan la elaboración de paquetes turísticos específicos de Manizales; no hay estudio de perfiles de la demanda con lo cual se pueda construir una oferta turística clara. Las instituciones del sector en su mayoría ofrecen Nevado, Ruta del Café, centro histórico y avistamiento de aves como atractivos turísticos aislados, pero no se cuenta con una promoción hacia la ciudad como destino turístico.

Recomendaciones

Manizales posee una oferta de Red de Ecoparques apropiada para vender la ciudad como destino eco turístico, por esta razón, debe centrar sus esfuerzos a la consolidación de la tipología.

Debe existir una Unidad Turística que se encargue de dirigir la actividad en la capital del departamento de Caldas y unifique la promoción turística de la misma, a través del desarrollo de estrategias de mercadeo.

Diseñar rutas turísticas dentro de la ciudad, que permitan conocer de manera articulada, los diferentes atractivos que posee la ciudad.

Hacer recorridos gratis por el centro histórico permanentemente, con el fin de llegar a los turistas a través de estos encuentros.

Dar a conocer los resultados de la investigación del perfil del turista que llega a Manizales, con el propósito de garantizar que los servicios que se le ofrecen cumplen con sus expectativas.

Referencias

- Bulnes, D. (2008). *La imagen del destino turístico La Habana. Diseño de un instrumento de medición*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/destino-turistico-habana-instrumento-medicion/destino-turistico-habana-instrumento-medicion.pdf>
- Díaz, G. & Ortíz, R. (2005). *La Entrevista Cualitativa*. Recuperado de <http://intranet.catie.ac.cr/intranet/posgrado/Met%20Cual%20Inv%20accion/2011/entrevistacualitativa.pdf>
- Femenía, O. (s. f.). *La imagen de un destino turístico como herramienta del marketing*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/986/indice.htm>
- Montenegro, M. I. & López, L. (2006). *Interrelación de la investigación y la docencia en el programa de Derecho*. (1ª Ed.). Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Muñoz, A. (s. f.). *La Imagen de un Destino Turístico: Concepto e Instrumentalización. Una Aproximación a la Comunicación como Instrumento de Política*. Recuperado de <http://eficiencia.urjc.es/bitstream/10115/2806/1/IMAGEN%20DESTINOS%20TURISTICOS.pdf>
- Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de Caldas 2002–2010. (s. f.). Recuperado de <http://www.redturs.org/inicio/docu/colombia/municipios/colmun6.pdf>
- Rodríguez, I., Traspalacios, J. & Vázquez, R. (1994): La Actitud como determinante del Grado de Satisfacción de un Servicio. *Esic Market*, (85), pp. 2-17.
- San Martín, H. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción De un enfoque integrador. *Tesis Doctorales en Red (TDR)*. Recuperado de www.tdx.cat/bitstream/10803/10588/1/HSMtesis.pdf

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Yurani Andrea López Sáenz⁶¹

⁶¹ Estudiante de IX semestre de Administración de Empresas de la Unidad Central del Valle del Cauca. Semillero de Investigación Gestión Empresarial. Grupo de Investigación en Desarrollo Empresarial –GIDE-. E-mail: yals1990@hotmail.com

Resumen

En esta ponencia se comenzará realizando un recorrido histórico de los sucesos que se han relacionado con el concepto que se tiene hoy sobre la responsabilidad social. La cual dio inicio a finales del siglo XVIII hasta la actualidad, enfocado en la competitividad y la globalización que exige el mercado; además, se le quiere dar la importancia al cuidado de los recursos que hacen parte del desarrollo, en el que la ética y la moral son elementos que van encadenados con el tipo de dirección. La responsabilidad social es un tema de reflexión que busca hacer conciencia de la importancia de los recursos que se utilizan en el mundo, no solo enfocarse en lo económico sino también en el impacto que genera en la sociedad.

Palabras clave

Empresas, Responsabilidad social, Globalización, Ética.

Abstract

This paper will begin by performing a historical overview of the events that have been associated with the concept that we have today, on social responsibility. Which began in the late eighteenth century to the present, focusing on competitiveness and globalization demanded by the market, and it's given the importance to the care of resources that are part of development in which ethics and are moral elements that are chained to the type of direction. Social responsibility is a topic of thought that seeks to raise awareness of the importance of the resources that are used in the world, not only focus on the economic but also the impact it has on society.

Keywords

Companies, Social responsibility, Globalization, Ethics.

Introducción

Esta ponencia pretende hacer un recorrido por hechos históricos que han marcado el desarrollo de la Responsabilidad Social, desde el siglo XVIII hasta la actualidad. Reconocer, por otro lado, los nuevos retos empresariales a los que han de hacer frente los nuevos profesionales, siendo siempre punto de partida el reconocimiento de la ética y las condiciones sociales del entorno.

El tema, se considera importante toda vez que los entes sociales, empresariales, políticos y sociedad civil en general, buscan trascender sus quehaceres sociales dando respuesta a las condiciones de la globalización y la competitividad, sin llegar a caer en los estados de la filantropía; en todo caso, no puede llegar a considerarse una moda administrativa que asumen las empresas para alcanzar en ocasiones beneficios económicos, como tampoco su único fin puede ser generar estrategias para el establecimiento de objetivos sostenibles, en el mediano y largo plazo.

La perspectiva a tratar en la construcción de este escrito, es la conceptualización que al respecto se ha venido tejiendo del concepto de la Responsabilidad Social, la cual convoca al reconocimiento de los recursos de la empresa, no solo desde el punto de vista legal sino también, desde los beneficios que han de tener los entes sociales, contribuyendo así a la solución de sus problemas económicos y sociales, situación que en el mediano y largo plazo, se convierte en un proceso de rentabilidad para la empresa.

Marco conceptual

Para comenzar es necesario enfatizar que el siglo XVIII ha sido reconocido como el aporte a la búsqueda del bienestar colectivo dejando de lado el bienestar individual, y es según Gómez (1992), Adam Smith en el "Ensayo sobre la naturaleza de la riqueza de las naciones (1776)", quien hace referencia a la importancia del bien común para las organizaciones, además de dejar al descubierto que no se puede continuar buscando un beneficio solo en la maximización de las utilidades, sin tener en cuenta al grupo de personas que pertenecen a la organización y que su aporte conlleva a ganar posicionamiento, rentabilidad y reconocimiento social. Es decir que, las organizaciones

coexisten no solo con el fin último de acumular capital, sino también con el propósito de brindar beneficios a la sociedad.

Por otra parte, Adam Smith, en otro de sus libros llamado *La responsabilidad del soberano*, expone sobre los roles que los soberanos y príncipes deben tener con respecto a la sociedad que gobiernan, garantizando sus condiciones sociales, políticas de seguridad y de protección, situación que en ocasiones se consideró crítica, ya que estos planteamientos buscaban la equidad y la igualdad entre ricos y pobres.

El *siglo XVIII*, considerado el siglo de las luces, se caracterizó por el inicio de una nueva era, la era de la industrialización y el despeje económico de Europa, dejando atrás las antiguas estructuras sociales como el feudalismo y el vasallaje (Vélez, 2011); de modo que, siendo este un nuevo reto para los empresarios, se hace necesario tener una visión distinta de la Responsabilidad Social.

En el *siglo XIX*, se dieron grandes cambios políticos, sociales, económicos, entre otros, que permitieron permear la Responsabilidad Social desde el punto de vista ético, pues se pretendía que el lucro empresarial estuviera dado por la generación de productos que fuesen nocivos para la sociedad, situaciones éticas que no corresponde con el quehacer de la Responsabilidad Social.

Otros antecedentes al concepto de la Responsabilidad Social son el movimiento cooperativo⁶² creado en Francia, Alemania e Inglaterra, por pensadores de la talla de Luís Blanc, Carlos Fourier, Robert Owen y Guillermo King, quienes surgen tras la crisis social agudizada por el desarrollo industrial que, desató la llamada Revolución Industrial afectando gravemente a la población trabajadora y que se impulsa como carta de salvación ante el liberalismo económico extremo. Estas situaciones tenían como objeto conciliar la eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva, evento en el que la empresa deja de lado el compromiso social con la comunidad y los grupos de interés, para confundir con ayudas de caridad y apoyo basado en la filantropía.

⁶² INAES, ACI-Américas, EmpresayTrabajo.coop. (2010). Mensaje del Secretario General de Naciones Unidas a la Asamblea General de ACI. *Cooperativismo*. Recuperado de <http://www.grancoop.com.ar/cooperativismo>.

Ahora bien, es importante aclarar que la Responsabilidad Social y la filantropía son conceptos que la sociedad y las empresas usualmente confunden, creen que la filantropía contribuye a la aceptación de la sociedad y dejan de lado el compromiso real que tienen las empresas. La Responsabilidad Social no tiene que ver con la capacidad económica de una persona. Se puede definir en cambio, como la negociación y combinación entre lo económico, ambiental, social y el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente, donde se puede apreciar que las actuaciones son producto de las decisiones estratégicas de la empresa.

Durante el *siglo XX* se presentaron en los Estados Unidos varios factores como la explotación infantil, incremento de la miseria, altos índices de insalubridad y corrupción. Escenario que abrió paso a la creación de nuevos movimientos sociales que iban en contra de las tendencias capitalistas de las grandes compañías, debido a los indiscriminados abusos que se cometían en pro de obtener mayores beneficios económicos; esta situación en las empresas llevó, a su vez, a la creación de sistemas de responsabilidad; pero no con el fin de contribuir al mejoramiento social, sino más bien, con el fin de evitar entes reguladores que les afectara.

De esta manera durante el desarrollo de este siglo se han realizado estudios formales sobre la Responsabilidad Social en diferentes escenarios académicos y empresariales. Es así como a través de la Declaración de Finlandia en 1944 (Blanchard, 1995), la OIT presenta las obligaciones de las empresas y la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948, aprueba y proclama la Declaración Universal de los Derechos Humanos buscando que la sociedad tuviera principios universales suficientes para defenderse.

“En esta misma época BARNARD (1938) y CLARK (1940)” (Vélez, 2011), plantearon la creación de actividades de tipo donativa y de caridad; por parte de las empresas que le generaron una reducción de los impuestos del 5%, constituyendo la degeneración de la esencia del concepto de la Responsabilidad Social, desviando el ejercicio socialmente responsable hacia las justificaciones basadas en los impactos fiscales, situación que han adoptado las empresas, aportar al desarrollo de la sociedad, generando beneficios que coadyuvan en la efectiva utilización de los recursos.

Según Rojas & Olaya (s. f.) "La Responsabilidad Social nace en los años 20 del siglo XX", fortaleciéndose en los años "50's y 60's" con los aportes de Howard Bowen (1953), quien consideraba que "las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones" (Rojas & Olaya). Por lo tanto, los valores sociales, se definen desde la gerencia y se convierten en punto de encuentro para la gestión empresarial.

Durante los años sesenta se habló sobre la Responsabilidad Social, y es Keith Davis (1960), (afirma Bertagni, 2010), quien propone que, la Responsabilidad Social tiene un impacto más allá de lo económico y por lo tanto las organizaciones deben atender el entorno social en el cual se desempeñan, además fue quien desarrolló "La Ley de Oro de la Responsabilidad", la cual conlleva a que las empresas no solo se analicen internamente desde esta perspectiva, sino que, también analicen el medio externo en el cual se ubican, cada vez que la Responsabilidad Social dejó de ser un discurso filosófico para pasar a hacer un discurso empresarial que coadyuva al desarrollo de la gestión (pp. 163-164).

En los setenta para Carneiro (2004), a través del modelo económico de Milton Friedman (1970), se plantea la visión mercantilista del mundo empresarial y señala que la Responsabilidad Social es limitarse a ser rentable como compañía en donde su mentalidad de que la desigualdad, el desempleo y la pobreza, eran condiciones que dependían única y exclusivamente de cada persona. Sin embargo, la sociedad continuó con el desarrollo e implementación de acciones sociales que hacían referencia al conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos el sector privado; extrañamente en la búsqueda de estas acciones sociales, la parte gubernamental se desquebrajó ante la sociedad por la disminución de los recursos estatales frente al sector privado, la corrupción, el descredito de los partidos sociales y sindicatos y la falta de administración gubernamental⁶³, conllevaron a que estos factores se convirtieran en problemática económica.

El Management es una expresión que se utilizaba con mucha frecuencia en el campo administrativo, la relevancia de este tema se aclara con el planteamiento de Oliver Sheldon (1970), quien afirma que, "la ciencia

⁶³ ASCOLFA. (2010). *Abordajes de la Responsabilidad Social*. Colombia: Ascolfa, p. 50

aplicada a la fábrica no puede producir sin hombres, pero los hombres pueden producir sin la ciencias”, así mismo declara que, la función del Management no es dirigir una empresa, sino que es trabajar conjuntamente con la ayuda del recurso humano, aunque los empresarios tan empíricos, como los que se formaron en los siglos anteriores se quedaron enfrascados en el tiempo, no lo han querido aceptar y siguen aferrados a las teorías antiguas sin adaptarse al contexto de la competitividad, la globalización y la apertura de los mercados.

En los años ochenta, Vélez (2011) afirma que, el recorrido de la Responsabilidad Social fue continuado con los aportes de R. Edward Freeman (1989), “que desde la ética empresarial difunde” (p. 65), la conformación de un contexto socialmente responsable, y a la dirección estratégica integrando de manera significativa a los *stakeholder* o grupos de interés que rodean las empresas.

En Colombia, se dio importancia a la Responsabilidad Social en el año 1991, como fruto de la nueva Constitución Política Colombiana, se redimensionó la protección medio ambiental, elevándola a la categoría de derecho colectivo, como mecanismo de protección por parte de los ciudadanos, a través de acciones populares, de grupo, de tutela y de cumplimiento. La Constitución de 1991 se considera como la base de una democracia justa y de respeto con los derechos de los ciudadanos. Se propuso el fin de la violencia, consagrando los derechos del ser humano como el respeto, la libertad, la autonomía y la igualdad. Aunque el desarrollo de estos principios fundamentales, no solo es asunto de las instituciones políticas, sino que también lo es de las empresas privadas, en donde ha de ser evidente la participación de la sociedad. Responsabilidad Social en Colombia, es un tema que se está trabajando en el ámbito público y privado como eje estratégico que con lleva a su competitividad, a su sostenimiento continuo y al desarrollo en las organizaciones sin importar el sector productivo, ni la actividad comercial a la que se dedique; y en la actualidad es una necesidad en la gestión empresarial como mecanismo de reconocimiento y posicionamiento.

En Davos, Suiza el 31 de enero de 1999 se dio la iniciativa del pacto global entre las Naciones Unidas y el mundo de libre mercado que propuso el Secretario General de Naciones Unidas, Dr. Kofi Annan, en el

Foro Económico Mundial, cuyo objetivo era promover un diálogo social entre la sociedad y las empresas, la ONU, los sindicatos y ONGs, que participaron en el evento, se basaron en los diez principios relacionados con la protección de los derechos humanos.

Hoy la Responsabilidad Social centra su atención en el sector empresarial, buscando el compromiso de contribuir al desarrollo sostenible con la ayuda de sus grupos de interés, mejorando la calidad de vida de la sociedad cada vez que esta no es cuestión de una moda o estrategia para generar riqueza, es más bien proteger, defender, o amparar la sociedad.

Del planteamiento de Porter, M. & Kramer, M. (2002, 2006). (Parafraseado por Cancino & Morales, 2008)

Las empresas se encuentran ante una difícil disyuntiva entre la exigencia de desarrollar más actividades de RSE que ayuden a aumentar el valor de largo plazo de una empresa y los intereses de los inversionistas, donde algunos ejercen fuertes presiones para que la empresa maximice sus beneficios a corto plazo. (Cancino & Morales, 2008, p. 20)

Cancino & Morales afirman que, "Cuando los inversionistas valoran la rentabilidad del largo plazo, es más fácil que las empresas desarrollen actividades de RSE" (p.20). Siempre que el objetivo de una empresa no es solo crear valor a los accionistas, sino que, genere además beneficios a sus trabajadores, clientes, proveedores y en general a toda la sociedad.

La Responsabilidad Social son las decisiones y actividades en las que se incluyen el desarrollo económico de los productos, servicios y procesos mediante un comportamiento ético y transparente que parte desde las empresas, no siendo solo el cumplimiento de la ley. Es relacionarse con el entorno social y generar un impacto a todas las partes relacionadas con la empresa. Los impactos de la Responsabilidad Social son cada día más exigentes, los administradores de empresas públicas, privadas y de economía mixta deben estar "dentro de los marcos de la ética y la honestidad" (Niño, 2006), para generar las utilidades razonables a las empresas.

La Responsabilidad Social es un compromiso de carácter individual y colectivo para el ciudadano contemporáneo, ya no bastan los acuerdos internacionales e iniciativas regionales, es necesario cambiar la forma de pensar, de sentir y de valorar los recursos que el planeta le brinda al ser humano.

La práctica de la responsabilidad social adquiere una dimensión de necesidad, de supervivencia y de obligación para la empresa.

No hay forma de esconderse de la realidad, en vez de reaccionar, contra la responsabilidad social o permitir simplemente que los cambios sociales golpeen las empresas al azar, los dirigentes deberán certificar este concepto como un componente fundamental de su estrategia corporativa. (Niño, 2006)

El profesor Portal (s. f.) afirma, en su trabajo *Responsabilidad Social Empresarial–RSE-*.⁶⁴

Para la ISO 26000: Es la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades (incluyendo tanto productos como servicios y procesos) en la sociedad. Es un modelo estratégico de gestión que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de las organizaciones, implica un compromiso renovado con la comunidad, su entorno y los diversos públicos con los que interactúa una organización, tales como empleados, accionistas, proveedores, clientes y consumidores. Responsabilidad Social significa mantener un comportamiento transparente y ético; contribuir al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar social; tener en cuenta las expectativas de las partes interesadas; respetar las leyes aplicables; ser coherente con la normativa internacional; integrar la Responsabilidad Social en toda la organización y practicar la Responsabilidad Social en las relaciones con otros actores dentro de su red de actividades. (p. 4)

En síntesis la ISO nos da claridad de qué es la Responsabilidad Social y hacia dónde va encaminada, sirviéndole como guía a las empresas para la búsqueda de su sostenimiento.

⁶⁴Trabajo publicado en la página de la Universidad Nacional del Nordeste, Departamento de Contabilidad, Cátedra: Costos en *trabajos, aportes y colaboraciones*.

La globalización es una realidad del mundo actual, es decir, se vive en un mundo interrelacionado en los aspectos económicos, sociales, políticos y culturales. Todo hace parte de lo global, la paz, la justicia y hasta los fenómenos de pobreza y marginación (Niño, 2006), el manejo económico de las últimas décadas ha generado beneficios en el crecimiento del comercio y factores macroeconómicos, pero también se ve afectado por la injusticia social. El papa Juan Pablo II insistió que, era necesario reflexionar, terminar las guerras y reducir la diferencia entre los ricos y los más pobres, es así como las decisiones y actividades incluyen el desarrollo económico de los productos, del servicio y los procesos mediante un comportamiento ético y transparente, por parte las empresas, el estado y las familias.

El desarrollo de la ética, la moral y los valores, se forman a través de orientación brindada por la familia en el hogar y no es algo que viene grabado en la mente, por tal razón la respuesta no la tiene la religión, ni la ciencia; es cuestión de decisión que asume cada persona basada en dicha formación. Mediante la filantropía en muchos casos se ha falseado la Responsabilidad Social, se utilizan gestos de grandeza para mostrar la buena voluntad y la sensibilidad, pero en estos escenarios prima la apariencia, la conveniencia, la evasión tributaria, entre otros; se mejora la "imagen mediante la publicidad", sin saber que, la verdadera Responsabilidad Social genera compromiso, lealtad, principios, sensibilidad, reconocimiento, imparcialidad y otros ingredientes que, al combinarlos se ajustan en la sociedad (Ascolfa, 2010). No obstante, lo cierto es que la educación superior debe contribuir, pues son los profesionales lo que se verán enfrentados a la globalización, y deberán éstos tener definido lo que es la responsabilidad que se tiene frente a la sociedad, puesto que la globalización no se detiene ante la moral, no basta solo con una clase de moral, se necesita un ambiente en donde el tránsito de la moral se haga fácil, pues es de admirar a quienes van en contra de la corrupción, de la mafia, porque la ética es el arte de la solución de los conflictos, es darle valor al arrepentimiento y generar un nuevo valor de moral en la cultura para las personas y la sociedad.

Conclusiones

Es importante tener en claro que la Responsabilidad Social, es parte de la gestión empresarial, que va unida con la ética profesional en que se debe reconocer el compromiso y la responsabilidad que se debe cumplir con la sociedad, y no realizar esta función solo por una exigencia o por librarse de pagar algunos impuesto y obtener beneficios. El recuento de la historia de cómo surgió la Responsabilidad Social, muestra que, todo ha sido a causa de otros factores y que hoy en día ha dejado de estar a un lado para convertirse en el protagonista en siglo actual.

La responsabilidad no es sermonear, ni predicar, ni mucho menos una moda, es tener conciencia de la globalización, es una realidad y solo las empresas que actúen con responsabilidad serán la que podrán ser competitivas en un mercado tan cambiante. Algunos pensarán *¿pero yo por qué debería hacer el cambio si nadie lo hace?*. Es hora de empezar a demostrar que sí se pueden realizar cambios en pro de una sociedad justa.

Ahora, se deben tener claros varios conceptos, como saber quien o quienes son responsables de la protección de los recursos físicos, humano y sociales; saber que el Estado no es el único que debe velar por los derechos y que además los ciudadanos son los encargados de que la corrupción no se dé en el país, por otra parte tampoco se debe permitir que otros países entren al nuestro a aprovechar sus recursos naturales, con el fin de crear sus propias riquezas sin realizar ningún tipo de inversión en él.

Es el momento de evaluarse y concientizarse de que esto no es un juego o algo sin importancia, porque el futuro de este planeta está en las manos de las nuevas generaciones, no solo es responsabilidad del Estado o de las empresas, es de toda la sociedad en general.

Referencias

- ASCOLFA (2010). *Abordajes de la Responsabilidad Social*. (1ª Ed.). Bogotá D.C.: Ascolfa.
- Bertagni, B., La Rosa, M. & Salvetty, F. (2010). *Ethics & Business. Sustainability, Social Responsibility and Ethical Instruments*. Oxford: European Management Journal.
- Blanchard, F. (1995). Los desafíos del tripartismo en la oficina internacional de trabajo. *El trabajo en la historia*. Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca.
- Cancino, C. & Morales, M. (2010). Responsabilidad Social Empresarial. *Los boletines de la Red: Construyendo Responsabilidad Social Empresarial*. (3ª Ed.). Recuperado de <http://redunirse.org/files/Serie%20Docente%20N%C2%BA%201%20-%20RSE.pdf>
- Carneiro, M. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa Interna: La nueva frontera de los recursos humanos*. Pozuelo de Alarcón. Madrid: ESIC Editorial.
- Gómez, J. (1992). *El mundo de los valores y dimensión ética individual. Economía y valores humanos*. Madrid: Encuentro Ediciones.
- Niño, J. I. (2006). *La ética empresarial: un compromiso social*. Colombia: Academia Pontificia de Ciencias Sociales. Pontifica Universidad Javeriana.
- Portal, J. (s. f.). *Responsabilidad Social Empresarial–RSE-*. Recuperado de <http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/profesores/La%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial.pdf>
- Rojas, A. & Olaya, J. (s. f.). *Responsabilidad Social Empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia*. Recuperado de <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>

Sheldon, O. (1970). *La Responsabilidad Social del Management. La Filosofía del Management*. (1ª Ed.). Barcelona: Editorial Orbis.

Vélez, A. (2011). Un recorrido hacia la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista Ciencias Estratégicas* 19(25), pp. 55-74. Recuperado de <http://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/view/1103/1003>

FILOSOFÍA DE LA CIENCIA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN

Elkin Fabriany Pineda⁶⁵

⁶⁵Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Palmira, y de Licenciatura en Filosofía de la Universidad del Valle. Investigador en formación del Grupo de Estudios Neo institucionales -GEN-. E-mail: efpinedah@unal.edu.co; elkin.pineda@correounivalle.edu.co; elkinpineda1@hotmail.com

Resumen

Al parecer la Administración pretende ser ciencia y tecnología al mismo tiempo. Pero, para ello, resulta justo y necesario abordar algunas cuestiones preliminares. El presente texto plantea algunas de estas, concentrándose en ciertas consideraciones de parte de la filosofía de la ciencia. En consecuencia, la tesis fundamental de la cuál parte este escrito es que la *filosofía de la ciencia* tiene apreciaciones importantes que pueden esclarecer la posibilidad del proyecto de *ennoblecimiento de la disciplina administrativa* como ciencia y tecnología social. Se puede hablar, de esta manera, de una *filosofía de la ciencia de la Administración*. No obstante, debido a la amplitud del tema, se delimita la presente reflexión a una revisión básica de algunos aportes dados por Hans Reichenbach (1967, p. 127-133), José A. Díez & Carlos U. Moulines (1997, pp. 15-25) e I. Hacking (1996, p. 49).

Palabras Clave

Filosofía de la Ciencia, Administración, Ciencia Social, Tecnología.

Abstract

Apparently, management pretends to be science and technology at the same time. Accordingly, it's necessary to do some preliminary issues. This paper presents some of these, focusing on considerations from the philosophy of science. Consequently, the fundamental thesis of this paper is that philosophy of science has important insights that can clarify the possibility of the social scientific and technological project of management. In fact, is possible refer to a philosophy of management science. However, because of the breadth of the subject, this reflection is delimited to a basic review of some contributions given by Hans Reichenbach (1967, pp. 127-133), José A. Díez & Carlos U. Moulines (1997, pp. 15-25) and I. Hacking (1996, p. 49).

Keywords

Philosophy of Science, Management, Social Science, Technology.

Introducción

Se dice que la ciencia tiene dos objetivos: la teoría y el experimento. Las teorías tratan de decir cómo es el mundo. La experimentación y las tecnologías subsecuentes lo cambian. Representamos e intervenimos. Representamos para intervenir, e intervenimos a la luz de las representaciones. (Hacking, 1996, p.49)

La Filosofía de la Ciencia (FC) es un campo de la filosofía contemporánea, que recoge cuestiones ontológicas, epistemológicas, metodológicas y semánticas, referidas a la Ciencia como su objeto de indagación (Guerrero, 2009). De acuerdo con Guerrero, se pueden distinguir dos campos generales de la FC: Filosofía general de la ciencia y Filosofía de ciencias particulares. Resulta, entonces, que la FC trata cuestiones *metacientíficas*⁶⁶ particulares y generales que, a grandes rasgos, pueden ser fundamentales para numerosas disciplinas que buscan ahondar en la reflexión sobre su quehacer científico, sobre su objeto de estudio, fortalecer su *status científico* o, inclusive, validarlo. Tal es el caso de la Administración, en tanto disciplina que intenta ganarse un espacio legítimo en las Ciencias Sociales.

La propuesta de este trabajo es que la FC tiene consideraciones que resultan muy importantes en la cruzada de *ennoblecimiento de la disciplina administrativa* como ciencia y tecnología social. En tal sentido, la Administración, con ayuda de la FC, puede emprender cuestiones relacionadas sobre lo que es una ciencia, su forma de operar, y sus características. Por tanto, se puede llegar a hablar de una *filosofía de la ciencia de la Administración* (FCA), en tanto FC particular. Debido a la extensión del tema, se ha decidido tratar fundamentalmente algunos aportes dados por Díez & Moulines (1997), Hans Reichenbach (1967) y Hacking I. (1995), sobre la FC. Se toman como referentes a estos autores por su gran relevancia introductoria. El alemán Hans Reichenbach fue un filósofo de la ciencia que alcanzó reconocimiento en el siglo XX,

⁶⁶Se entiende por *Metacientífico* o *Metaciencia* (Meta: *más allá* de; & Ciencia) todas aquellas reflexiones sobre la Ciencia, que no pueden ser explicadas por la Ciencia misma, pues estas cuestiones trascienden su ámbito de explicación, y, por tanto, son emprendidas por otras disciplinas que sí las pueden realizar, como la Filosofía, la Psicología, la Sociología, la Historia, etc. Es decir que la *Metaciencia* estudia la Ciencia, mientras la Ciencia estudia los diferentes ámbitos de la realidad (sociales o físicos). Sin embargo, existen ciertas líneas de pensamiento que señalan que es posible que algunas disciplinas *metacientíficas hagan ciencia* además de *reflexionar sobre la Ciencia*, como en el caso de la FC.

fundador del Grupo de Berlín, el cual estuvo relacionado con el Círculo de Viena. Por su parte, el español José A. Díez y el venezolano C. Ulises Moulines, son dos filósofos de la ciencia destacados actualmente. Sus trabajos sobre FC han sido profusamente difundidos y reconocidos. Finalmente, Ian Hacking es un emblemático filósofo de la ciencia contemporáneo, su gran obra "Representar e Intervenir" (1996) resulta, para muchos, un texto ineludible y esencial para la FC del momento.

En consecuencia, el orden designado para este escrito inicia con I. Hacking, y está orientado a cuestionarse, a partir de los aportes que nos brinda este filósofo de la ciencia, sobre la posibilidad de que la Administración sea o no ciencia y tecnología al mismo tiempo. Acto seguido, se presentan algunas descripciones sobre la FC, la FCA, las ciencias -en general- y la Administración como ciencia social, a partir de algunas contribuciones de Reichenbach, H.; Díez, J. & Moulines, C. Por último, se describen las conclusiones de este trabajo, haciendo énfasis en los aportes que, de todo lo anterior, resultan relevantes para la Administración en su cruzada ilustre por ser ciencia y tecnología social.

Hacking y una de sus descripciones sobre la ciencia: bases para intuir la posibilidad de una Administración como ciencia y tecnología

A primera vista parece no haber relación entre el tema que Hacking (1995) presenta en su libro "Representar e Intervenir" y el objetivo de este escrito; pues en su obra, Hacking plantea principalmente un debate entre el Realismo científico y el Antirrealismo; sin embargo, aquel debate no es su único planteamiento, pues demuestra además, cómo la ciencia tiene dos objetivos. El primero de ellos consiste en representar el mundo e intervenir en él (p. 49) y, si bien las intenciones de este primer objetivo de la ciencia están direccionadas al mismo debate realista-antirrealista y a señalar que la filosofía está más concentrada en las cuestiones teóricas que en las prácticas de la ciencia (como la experimentación), la visión que plantea de la ciencia permite una intuición inspiradora para la Administración. Si esta disciplina pretende ser ciencia y tecnología social al mismo tiempo, debe teorizar -es decir, realizar representaciones- sobre el fragmento de la realidad social que le corresponde como su objeto de estudio particular y, además, intervenir, por medio del actuar administrativo, bajo el marco de las elaboraciones teóricas dadas. El fragmento que cita lo mencionado es el siguiente:

Se dice que la ciencia tiene dos objetivos: la teoría y el experimento. Las teorías tratan de decir cómo es el mundo. La experimentación y las tecnologías subsecuentes lo cambian. Representamos e intervenimos. Representamos para intervenir, e intervenimos a la luz de las representaciones. (Hacking, 1995, p. 49)

La interpretación mejor definida que puede surgir de esta concepción de la ciencia puede considerar los siguientes elementos para la Administración: a) por 'intervención' se ha de tomar, únicamente en nuestro caso, al actuar administrativo; b) en tanto que dicho actuar administrativo es considerado como una forma de cambiar el mundo o de intervenir en él, amparado bajo las 'representaciones' teóricas de la Administración, podemos hablar de una *tecnología administrativa*; c) en tanto que la Administración, como disciplina, genere representaciones teóricas sobre algún objeto específico y delimitado de la realidad social, que den cuenta de una explicación, interpretación, descripción y prescripción de este, podremos hablar de una ciencia de la Administración.

Respecto a las consideraciones señaladas ya hay algunos avances, sobre todo en lo que se refiere a la práctica tecnológica administrativa. Existen diversos métodos y herramientas administrativas que parecen dar cuenta de una fortaleza en dicho ámbito; no obstante, en cuanto al aspecto referido a la teorización puede parecer que hay ciertos obstáculos. El más representativo de ellos es que, actualmente, la Administración se encuentra en un debate problemático sobre su objeto de estudio. En este parece que aún no hay un consenso claro. De acuerdo con Marín (2011), "puede decirse que la administración cuenta como objetos de estudio 1) la organización gestionada, 2) el individuo gestor, 3) el proceso de gestionar y 4) la concomitancia de las tres anteriores" (p. 77). En tal caso, se han elaborado diversas representaciones teóricas para dichos objetos, los cuales, a grandes rasgos se hallan en las teorías administrativas y organizacionales. Aquellas representaciones del mundo social (o de la realidad social), respecto a las organizaciones, el acto administrativo y el individuo gestor, emprendidas por la Administración, son pues, el contenido teórico que, por el momento hace parte de esta disciplina.

Retomando, podemos ver cómo las teorías administrativas y organizacionales nos sirven para representar esa parte del mundo social en la cual intervenimos, a la vez que, administramos a la luz de representaciones dadas sobre las organizaciones y de la misma práctica administrativa; en el momento en que la Administración teoriza intenta ser (o es) ciencia; en el momento en el que la Administración se aplica e interviene en las organizaciones es práctica tecnológica; tanto la teoría como la práctica son dos cosas útiles para representar el mundo e intervenir en él, son dos cosas que no se deben separar.

1. Caracterizaciones sobre la ciencia, la FC y la Administración, a partir de los trabajos de Reichenbach (1967) y Díez & Moulines (1997)

Al principio se mencionó que actualmente existe el proyecto de ennoblecer la disciplina administrativa. Este consiste en evaluar la posibilidad de hacer de la Administración una disciplina enmarcada en las Ciencias Sociales. Aunque es cierto que aún existe un debate sobre cuál es el objeto de estudio de la disciplina administrativa, si se parte de la hipótesis de que dicho objeto sean las organizaciones⁶⁷, en tanto que es el ente social al cual se le aplica la práctica administrativa, entonces podremos considerar que el objeto de estudio de la Administración, como disciplina científica social, es una fracción de la realidad social. Y en términos de Searle (1997), este objeto de estudio hará parte de los hechos institucionales; los cuales pueden ser objetos de estudio científico, en tanto que pueden ser “epistemológicamente objetivos”, a pesar de su condición “ontológica subjetiva” (p. 24). De esta manera, la Administración se encuentra con un reto del que primero debe cuestionar qué es Ciencia, en qué consiste la ciencia y qué funciones cumple para poder ser Ciencia Social. Efectivamente, en pro de responder estas cuestiones, se remite a la FC para reflexionar sobre estos interrogantes. A continuación se definirán los aportes de Reichenbach (1967) y Díez & Moulines (1997) al respecto.

⁶⁷Esta propuesta la han trabajado diversos autores. Véase por ejemplo: Carlos Dávila (2001), en su obra *Teorías Organizacionales y Administración. Enfoque Crítico*. (2ª Ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

El trabajo colectivo

De acuerdo con Reichenbach (1967), el trabajo colectivo es una característica fundamental de la ciencia (también, para la FC)⁶⁸. Esto, según el autor, implica que la ciencia no se desarrolla a partir del trabajo y los aportes de un individuo, sino que necesitaba toda una comunidad que, de alguna manera, pudiera enfocarse en resolver distintas "cuestiones particulares" relacionadas con algún "ámbito general de la realidad" (pp. 127-133). Así, de acuerdo con este planteamiento, el trabajo en colectividad es uno de los factores que influyen en los desarrollos de una ciencia o disciplina en particular, y este desarrollo se posibilita, en gran medida, en tanto exista dicha colectividad que se ocupe, por separado pero en relación y coordinadamente, de los distintos problemas y aspectos que se refieran a un ámbito u objeto determinado.

Esta característica general de la Ciencia se da, entonces, en las Ciencias y campos particulares, incluyendo la Administración. Entonces, para que esta disciplina pueda resolver las grandes preguntas referidas al *qué*, el *por qué* y el *para qué* de las organizaciones (o el objeto de estudio que se le atribuya)⁶⁹, debe plantear diferentes enfoques específicos de estudio. Estos se derivan de las distintas cuestiones, propiedades, características y perspectivas generales de las organizaciones, tales como los estudios sobre la estructura organizacional, el dinamismo, la identidad y el cambio en las organizaciones, la función social de las organizaciones, los distintos tipos de organizaciones, etc.

En este sentido, el trabajo colectivo permitiría que se pueda llegar a resolver las grandes cuestiones ontológicas fundamentales de las organizaciones, por medio de la FC aplicada a la Administración. Esto, a partir de recoger y relacionar los resultados de los distintos enfoques sobre el estudio de las diferentes cuestiones específicas contenidas dentro de este ámbito. Así, de la misma manera en que la biología busca resolver la gran pregunta sobre la vida a partir del estudio de las células, la evolución y los genes, para responder la gran pregunta sobre lo qué son las organizaciones, se tienen que obtener los resultados en conjunto de interrogantes más pequeños sobre algunos fenómenos y

⁶⁸ Comentario del autor del presente texto.

⁶⁹ *Ídem*.

características inmanentes en el ámbito de las organizaciones⁷⁰. Respecto a lo anterior, si bien es pertinente esta forma de operar del trabajo colectivo de las ciencias en general, es muy importante considerar las particularidades y especialidades de las ciencias sociales y su diferencia con las ciencias naturales.

La capacidad de abstracción de las ciencias

Reichenbach (1967) da una especial atención a la capacidad de abstracción de las ciencias. De las cosas que él destaca y caracteriza de las ciencias es que estas tienen un nivel muy desarrollado de construcción de teorías, las cuales intentan descifrar la complejidad del mundo en lenguajes diferentes, como el de la matemática y la lógica, para hacerlo inteligible al hombre. La pregunta que aquí surge es si la Administración ha referido, por medio de la teoría organizacional y la teoría administrativa, un nivel de abstracción de tal nivel al tratar de estudiar las organizaciones y la práctica administrativa por medio de teorías como la teoría de sistemas, burocrática, de contingencias, institucionalistas, estructuralistas, etc. A lo anterior, se debe considerar, además, que la mayor parte de estas teorías adaptadas por la disciplina administrativa son tomadas y fundamentadas de otras disciplinas.

Las diferentes disciplinas científicas estudian ámbitos específicos de la realidad. Y se presume, precisamente, que las ciencias formales, naturales y físicas son las que más nivel de abstracción han alcanzado, a comparación de las ciencias sociales. Pero este logro, en concordancia con Searle (1997), debe tener su origen en la gran complejidad que tiene el estudio y el análisis de la "realidad social", la cual es aún más compleja que la "realidad de los fenómenos físicos". "La realidad social", al ser un producto del "acuerdo humano", tiene una "estructura ontológica"

⁷⁰ Ya se han llevado a cabo diversas investigaciones al respecto. Como ejemplo, véase: Dávila, C. (2001). *Teorías Organizacionales y Administración. Enfoque Crítico*. (2ª Ed.). Bogotá: McGraw-Hill; Etkin, J. & Schvartain, L. (1995). *Identidad de las organizaciones. Invariancia y cambio*. Buenos Aires: Paidós SAICF; Galvis, H. (Comp.) (2000). *De lo humano organizacional*. Cali, Colombia: Programa Editorial Universidad del Valle; Hernández, G. & Castaño, G. (Comps.) (2005). *Investigación en Administración en América Latina: Evolución y Resultados*. Manizales: Editorial Universidad Nacional de Colombia; Luhmann, N. (1997). *Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*. Barcelona, España: Anthropos; Morgan, G. (1998). *Imágenes de la Organización*. Bogotá: Alfaomega S.A.; Pfeffer, J. (2000). *Nuevos rumbos en la teoría de la organización*. (Trad. Carril, M.) México D.F.: Oxford University Press.

“invisible” y, a diferencia de la “realidad física”, es dependiente de este “acuerdo humano”, lo cual dificulta considerablemente el análisis de dichos fenómenos sociales (p. 24). No se puede escudriñar la “estructura ontológica” de los “hechos institucionales”, (cuya existencia es resultado del acuerdo humano)⁷¹, de la misma forma que pasa con los “hechos brutos”, (cuya existencia es independiente del acuerdo humano)⁷², presentes en la naturaleza y en la realidad física. Pues, en parte, al ser esta “realidad social” un producto del “acuerdo humano”, se basa, (entre otras cosas)⁷³, en “la asignación de función” que se le da a ciertos fenómenos o entidades, “la intencionalidad colectiva y el lenguaje” creado por las personas (Searle, 1997, pp. 32, 41, 45)⁷⁴.

Así que, según esto, la dificultad y la exigencia de capacidad de abstracción, propias de las disciplinas científicas que refieren sus ámbitos a algún aspecto de la “realidad social”, son de una mayor complejidad que en las ciencias formales y físicas. Y así, este tipo de exigencia de capacidad de abstracción es heredado por la Administración desde las ciencias sociales; pues, como ya se mencionó, esta disciplina estudia una fracción de la “realidad social”.

Además, la capacidad de abstracción en la disciplina administrativa tiene, como mínimo, dos responsabilidades en relación con las organizaciones como objeto de estudio: no solo debe permitir una explicación de lo que son las organizaciones, sino que, sumado a ello, esta explicación debe posibilitar beneficios o aportes concretos para el devenir y el funcionamiento de estas en la sociedad. Y de igual manera respecto a la práctica administrativa. En este sentido, la disciplina administrativa no solo debe, por medio de la abstracción, dar una explicación de esos segmentos del tan complejo ámbito de la “realidad social” que corresponde a las organizaciones y a la Administración, sino que, al mismo tiempo, debe permitir “conocimientos que puedan ser aplicados para el acontecer administrativo-organizacional”. Es decir, existe una diferencia entre aquel conocimiento que sirve para realizar o llevar a cabo algo como la actividad de administrar y el conocimiento que explica un fenómeno o un ente dado en la realidad -como las

⁷¹ Comentario del autor del presente texto.

⁷² *Ídem*.

⁷³ *Ídem*.

⁷⁴ Para ahondar más al respecto, se recomienda la lectura de *La construcción de la realidad social*, de J. Searle (1997).

organizaciones o la práctica administrativa-, y la Administración debe ser capaz de generar estos dos tipos de conocimientos.

Distinción entre los distintos tipos de saber (explícito e implícito) y los distintos tipos de actividad. Los dos tipos de actividades en la disciplina administrativa.

De acuerdo a los aportes de Díez & Moulines (1997) existe un saber explícito referido al conocimiento que se tiene sobre lo que consiste cierta actividad y, por otro lado, existe un saber implícito referido al conocimiento que se tiene sobre la realización correcta y pertinente de una actividad. Así, una actividad como la práctica social de la Administración puede contener tanto un saber implícito que permita a un individuo realizar correctamente esta actividad, como también puede implicar un saber explícito que haga evidentes las “reglas implícitas sobre lo que consiste dicha práctica de administrar”. Pero, resulta que existen dos formas de entender la Administración, como se ha señalado tácitamente en todo el texto al especificar en qué sentido se hace referencia a este término. Pues, cuando se hace referencia a la Administración se puede tomar como “la práctica social referida al hecho de administrar correctamente las organizaciones”, o se puede referir también a “la disciplina de las ciencias sociales que toma como objeto de estudio a las organizaciones y la práctica administrativa”. Así, pues, como característica típica de esta disciplina de las ciencias sociales, se puede hablar y distinguir entre “dos tipos de hacer o de actividades en la Administración”: 1) “la actividad que corresponde al administrar”, la cual contiene un saber implícito, en tanto actividad, pero no genera saberes explícitos; y, 2) “la actividad científica de la administración”, la cual contiene un saber implícito al ser actividad, y, al mismo tiempo, genera un saber explícito al indagar sobre lo que son las organizaciones y la misma práctica administrativa. Sumado a lo anterior, y en correspondencia con lo ya expuesto por los autores, con la FC aplicada a la Administración se tiene otro tipo de actividad más, que se encarga de teorizar sobre la “actividad científica de la Administración” (pp.15-25).

Lo referido al saber en sentido estricto y los saberes de primer y segundo orden

En correspondencia a lo mencionado por Díez & Moulines (1997), sobre la actividad científica general, se puede obtener por derivación que la

actividad científica particular de la disciplina administrativa genera un “saber en sentido estricto”. Pues, así se denomina, según los autores, al saber producto de la actividad de teorizar, que genera un saber explícito sobre algún ámbito de la realidad (Díez & Moulines, 1997). En este sentido, en consecuencia con las conclusiones de los autores, existiría un teorizar sobre las organizaciones y la práctica administrativa por parte de la Administración, y un teorizar sobre la actividad científica de esta misma disciplina. Pero, esta “actividad de teorizar sobre la disciplina científica de la Administración” (Díez & Moulines, 1997, p.16), corresponde a la FC de la Administración; la cual teoriza sobre lo que es y consiste la actividad científica de teorizar sobre el ámbito de las organizaciones. No obstante, esto último no implica que la FC de la Administración no tenga relación alguna con la Administración como disciplina, sino todo lo contrario. Muy posiblemente, las más destacadas reflexiones filosóficas de la Administración podrán surgir de quienes mejor conozcan dicha disciplina.

Además en concordancia con lo que postulan Díez & Moulines (1997), para diferenciar estos dos tipos de “saberes en sentido estricto” que tienen niveles diferentes, las reflexiones de la “actividad científica de la disciplina administrativa que teoriza sobre las organizaciones se denominaría como un saber de primer orden”; y las reflexiones producidas por la “actividad de la F.C de la Administración, que teoriza sobre la actividad científica de la disciplina administrativa”, se le denominaría como un “saber de segundo orden” (p. 16). En este sentido, existe un nivel de segundo orden que corresponde a la FC de la Administración, un nivel de primer orden que corresponde a la disciplina administrativa. Por último, se puede agregar “un nivel de orden cero, que correspondería a la realidad de las organizaciones”⁷⁵.

El tipo de estudio de la FC y las funciones o tareas *descriptivas, prescriptivas e interpretativas* de esta.

Díez & Moulines (1997) definieron que la FC era un tipo de estudio metacientífico referido a la ciencia como análisis filosófico conceptual. Por derivación, la FC de la Administración se encargaría “de un análisis

⁷⁵ Esto último es correspondiente a un argumento que el profesor Germán Guerrero Pino (2012, en su clase de Introducción a la Filosofía de la Ciencia, de la Universidad del Valle) agrega para explicar y entender las relaciones entre los distintos órdenes presentes en la lectura de Díez & Moulines.

filosófico conceptual de lo que consiste la actividad científica de la disciplina administrativa⁷⁶. Así, dentro de las tareas de la FC que mencionan Díez & Moulines (1997) se tienen “la prescripción, la descripción y la interpretación”. No obstante a lo anterior, podría considerarse, a modo de crítica, que no solo deben considerarse estas tres dimensiones de las funciones de la FC, pues aún quedan faltando cuestiones que solo una cuarta “dimensión explicativa”. Esta otra dimensión consistiría en una indagación sobre el *por qué* de la ciencia, de sus objetos de estudio y sobre el *por qué* teorizar. Podría permitir esta dimensión, además, proponer conceptos, relaciones entre conceptos y crear ciertos constructos teóricos sobre la ciencia⁷⁷.

Así las cosas, desde el análisis de primer orden, aplicadas estas funciones a la disciplina administrativa, se pueden describir “las reglas y las estructuras implícitas de las organizaciones”. Y en tanto que las organizaciones son “hechos institucionales” (Carvajal, 2010), también se da la posibilidad de que se prescriba “la forma pertinente de un modo o tipo de organización”; así como *un modo pertinente* de la actividad de administrar. Pues, al respecto, el hecho de que estos “hechos institucionales” sean “ontológicamente subjetivos” hace que, en algún momento, sean posiblemente re-determinados y cambiados a un modo de ser diferente, dependiendo de la pertinencia o del criterio al cual responda. Esto se debe a que, al parecer, una ontología de este tipo al referirse al *Ser* de “lo social” se refiere, al mismo tiempo, al “Deber Ser” de este. También, respecto a la tercera y cuarta función de la FC, se puede llegar a interpretar y explicar las intuiciones y las experiencias de dichas realidades sociales (pp. 151-164).

Desde el análisis de segundo orden, la FC de la Administración en su dimensión prescriptiva y descriptiva puede, al mismo tiempo, describir las reglas implícitas que contiene la actividad científica de la disciplina administrativa y generar una reglamentación y una normatividad de dicha actividad. También, puede interpretar los conceptos y los

⁷⁶ De acuerdo con Germán Guerrero Pino (2012, en su clase de Introducción a la Filosofía de la Ciencia, de la Universidad del Valle) el análisis conceptual propio de la filosofía consiste entre otras cosas, en el proponer hipótesis, además de la argumentación y la contra-argumentación de constructos teóricos.

⁷⁷ Esto último es expuesto, argumentado y defendido por el profesor Germán Guerrero Pino (2012, en su clase de Introducción a la Filosofía de la Ciencia, de la Universidad del Valle), el cual no está de acuerdo con ciertas afirmaciones de Díez & Moulines, y plantea esta cuarta dimensión explicativa de las funciones de la FC.

constructos teóricos provenientes de la teoría organizacional y la teoría administrativa. Finalmente, la dimensión explicativa recogería y formaría conceptos, nociones, hipótesis y teorías sobre la disciplina administrativa, las teorías administrativas y organizacionales, y, directa o indirectamente, sobre las organizaciones y la práctica administrativa.

Conclusiones

Como se consideró al principio, la FC contiene consigo numerosas cuestiones referidas a la ciencia, como objeto de estudio (Guerrero, 2007, pp.13-14), que pueden resultar de utilidad para el proyecto que busca formar de la Administración una ciencia y una práctica tecnológica social. Al respecto, la representación de ciencia que nos brinda Hacking (1995) permite elucidar la posibilidad de una ciencia y una tecnología administrativa que busque, de forma conjunta, representar la realidad de un objeto de estudio e intervenir en él, de acuerdo a los avances teóricos que lleguen a tener lugar. Por su parte, los puntos más importantes de las lecturas de Reichenbach (1967) y Díez & Moulines (1997), en relación con la disciplina administrativa y la FC de la Administración, se puede decir que esta última, en relación con la Administración, deben corresponder a un trabajo colectivo, un nivel de abstracción que permita dar cuenta de la complejidad de los fenómenos estudiados y deben mantener un trabajo conjunto.

Existen distintos tipos de saberes, los cuales al referirse a la Administración, como práctica social o como práctica científica, si son saberes explícitos pueden describir o explicar en qué consisten estas prácticas. Por otro lado, si son saberes implícitos pueden estar inconscientes en el actuar de un individuo, permitiéndole hacer correcta o incorrectamente la actividad de administrar o la de teorizar el ámbito de las organizaciones y la administración respectivamente.

En consecuencia, por un lado, las reflexiones de la actividad científica de la Administración corresponden a un saber en sentido estricto de primer orden. Por otro lado, las reflexiones de la FC sobre la actividad científica de la Administración corresponden a un saber en sentido estricto de segundo orden. Por tanto, la FC aplicada a la Administración corresponde a un análisis conceptual sobre la actividad científica de la disciplina administrativa, la cual puede tener ciertas funciones correspondientes a describir y prescribir las reglas implícitas en las

prácticas científicas de la disciplina administrativa. También podría interpretar o explicar los diferentes constructos teóricos, al mismo tiempo que se indaga directamente sobre su objeto de estudio.

El siguiente cuadro resume muchos de los puntos importantes hasta aquí señalados:

Cuadro No.1 Filosofía de la Ciencia aplicada a la Administración y la disciplina administrativa



Finalmente, es de gran importancia señalar que se deben considerar los dos tipos de actividades de la disciplina administrativa -la Administración como actividad científica de las ciencias sociales y como actividad o práctica social- para determinar un criterio para el sentido de la formación de esta disciplina.

Por un lado, la actividad práctica de administrar es estudiada por las teorías administrativas. Las cuales generan tanto conocimientos que explican ese fenómeno como conocimientos que son aplicables a la labor de administrar. Por otro lado, la actividad científica de la disciplina Administrativa es estudiada por las teorías epistemológicas, ontológicas, metodológicas y semánticas que surgen de la FC. Y estas permiten comprender en qué consiste esta actividad científica y, también, cómo se debe realizar -entre otras cosas-. Siendo así, es por lo menos considerable que las dos actividades que corresponden a la Administración se convierten en los dos ejes fundamentales por los cuales se deba orientar un sentido formativo de la Administración. Pues,

a pesar de que la mayoría de escuelas y programas curriculares de Administración no contemplan reflexiones de segundo orden, de esta manera no solo se permitirán reflexiones sobre su ámbito de estudio, sino, también, se lograría el adiestramiento práctico en las actividades de administrar y de hacer ciencia social.

Referencias

- Carvajal, J. (2010). El concepto de organización para la administración. Ontología y epistemología de las organizaciones. *Investigación en administración: conocimiento para el bienestar de las personas y el desarrollo de las organizaciones*. Manizales: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Díez, J. Moulines, C. (1997). *Introducción: naturaleza y función de la filosofía de la ciencia. Fundamentos de la filosofía de la ciencia*. Barcelona: Editorial Ariel S. A.
- Guerrero, G. (2007). *Introducción a la Filosofía de la Ciencia. Documentos de trabajo*. (2ª Ed.). Cali: Programa editorial Universidad del Valle.
- Hacking, I. (1996). *Representar e Intervenir*. (Sergio F. Martínez, trad.) México, D. F.: Paidós.
- Marín, D. (2011). El carácter epistemológico de la Administración: apuntes acerca de su estatus científico. *Memorias Encuentro de la red en filosofía, teoría y educación en administración*. Manizales: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Reichenbach, H. (1967). *El origen de la nueva filosofía. La filosofía científica*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Searle, J. (1997). *Las piedras angulares de la realidad social. La construcción de la realidad social*. Barcelona: Editorial Paidós.

MARKETING SOCIAL ¿UN ENGAÑO ESPECIALIZADO PARA LA SOCIEDAD?

Andrés Felipe Pulido⁷⁸
Charly Fabián Tovar⁷⁹

⁷⁸ Estudiante de X semestre de Administración de Empresas. Semillero de investigación en RSE de la UCP. E-mail: andruw1988@hotmail.com

⁷⁹ Estudiante de X semestre de Administración de Empresas. Semillero de investigación en RSE de la UCP. E-mail: ch_tovar@hotmail.com

Resumen

En la actualidad, las empresas que generan una mayor utilidad para sus accionistas, no son necesariamente las empresas más exitosas. En realidad las organizaciones empresariales más exitosas son las que muestran un liderazgo en el mercado, basados en unas políticas de Responsabilidad Social Empresarial. En consecuencia son organizaciones que brindan a la comunidad unas excelentes condiciones sociales, ambientales y laborales. El presente proyecto de grado expone cómo las estrategias del Marketing pueden aportar beneficios a la sociedad, y que a pesar de que algunas empresas siempre tienen un fin lucrativo, ellas por medio de estrategias que se derivan de la R.S.E, como lo es el Marketing Social, le devuelven una porción a la sociedad.

Palabras Clave

Marketing Social, R.S.E, Marketing 1.0, Marketing 3.0, Sostenibilidad.

Abstract

In the present the companies that produce more utility for its shareholders, are not necessarily the most successful companies. Actually the business organizations most successful are those that show a leadership in the market, based on politics of responsibility social and business. Accordingly are organizations that offer to the community an excellent social condition, environmental and labor. The present project of grade exposed how to the strategies of the marketing can to contribute benefits to the society and despite of that some companies always has a lucrative end, through of strategies base in the R.S.E for example the SOCIAL MARKETING gives back a portion to the society.

Key words

Social Marketing, C.S.R, Marketing 1.0, Marketing 3.0, Sustainability.

Origen de la Administración

El origen de la profesión de administrador de empresas, surge en el marco de la revolución industrial, con el fin de aumentar la productividad. A partir de allí se generaron cualquier cantidad de problemas sociales debido a las condiciones en que se obligaba a trabajar en las fábricas: jornadas laborales extensas, entornos de trabajo desgastantes y mal pagos, y por si fuera poco, los niños y las mujeres de la industria eran explotados, a la vez que mal remunerados, pues recibían un salario inferior al de los hombres. Desde la perspectiva de Taylor, en este escenario no importaba los medios, solo importaba el fin, solo existía la responsabilidad para con los accionistas de la organización empresarial (Fernández, 2009).

Henry Ford utilizaba una idea central, producir masivamente, la cual requería un movimiento continuo. Su obsesión era que, en la empresa de sus sueños, todo tenía que moverse salvo el trabajador. Este tenía que permanecer en su puesto de trabajo. Mientras que, los ingenieros iban a colaborar a las factorías en el proceso de ensamblaje o producción, y de alguna manera continuaban y exacerbaban la división social y técnica del trabajo. Este proceso va a apoyarse en la cadena de montaje. Esa idea será la que él va a adaptar y va a instaurar, primero en la fabricación del magneto y luego en toda la fabricación del automóvil (Neffa, 1999).

En el siglo XVIII aparecen autores humanistas como Robert Owen, acompañado de unas políticas humanistas que mostraban los atributos que se creaban si se trataba de una manera adecuada a los trabajadores. Por otra parte, Robert Owen demostró que "la producción puede ser eficiente y responsable". Implantó diferentes medidas de bienestar en la empresa como la "sanidad pública y la educación, desterrando a los niños del trabajo en las empresas y las condiciones penosas" (Fernández, 2009). Además emergieron otros autores humanistas como Elton Mayo que, en el siglo XX, propuso un centro de trabajo humanista.

Omar Aktouf por su parte:

Rechaza la degradación del empleado en un ser pasivo y automatizado, crítica compartida por otros analistas, con eco incluso en el campo de las letras, caso de Ernesto Sábato, quien repudia

desde su visión humanística la aparición del *hombre-masa* desprovisto de sus calidades esenciales. (Citado por Monroy, 2005, p. 135)

Pensamiento Administrativo un desarrollo aislado

Debido a que el pensamiento administrativo ha tenido un desarrollo aislado, poco riguroso frente al contexto actual, y por esta razón este es interpretado a partir de una "lógica pragmática, economicista, lineal y mecanicista, que convierte cualquier acontecimiento en el mundo de la vida, al lenguaje de la productividad y la competitividad" (Arias, 2009, p. 19).

Las empresas como instituciones económicas deben contribuir a la maximización de la eficiencia del sistema económico y esto se consigue bajo ciertas condiciones, cuando maximizan los beneficios. No hay lugar para otras responsabilidades y en concreto para el ejercicio de la llamada acción social o filantropía. La participación de la empresa en actividades caritativas o de mecenazgo supone al menos un incumplimiento del deber fiduciario de los directivos respecto a los propietarios y probablemente un uso inadecuado de los recursos de la empresa. (Argandoña, 2006, p. 6)

Para las décadas de los 80s el tema de responsabilidad social de los negocios tiene un nuevo planteamiento, en donde se habla no solamente de la responsabilidad con los accionistas sino que también la responsabilidad con la sociedad (trabajadores y clientes), debido a que la empresa se encuentra conformada por ellas. Esta nueva teoría involucra a más grupos de personas, en donde hablan de accionistas pero que a su vez involucra a los empleados, clientes, proveedores, competencia, entre otros. Estos son conocidos como grupos de interés o "stakeholders" (Martínez, 2005).

Inicios de la RSE

En sus inicios la RSE fue considerada como filantropía, pero a través del tiempo se dieron cuenta que la RSE es mucho más que un acto de caridad. "John Davison Rockefeller un industrial Norteamericano creador de Standard Oil Company, llegó a controlar el 90%" del mercado de crudo americano y fue reconocido por sus actividades filantrópicas y "no

solo por su envergadura, si no por su permanencia en el tiempo” (Cárdenas, 2009, p. 16).

Como consecuencia, se comienza a recurrir a un cambio de conciencia, a nuevas lógicas, nuevas *epistemes* y a reconciliar la *administración con la sociedad*. Con este cambio de conciencia en el mundo en donde se hacía referencia a la RSE Y Filantropía, se hace necesario crear movimientos revolucionarios sobre el papel de la administración en la sociedad del conocimiento y de las organizaciones, se debe construir aproximaciones teóricas comprensivas e integradoras acerca de los fenómenos organizacionales y administrativos; se debe crear un ambiente sustentable para los negocios en donde se hablen de términos de, ecologismos, Marketing Social.

Ecosellos, y las teorías sobre R.S.E, entre otros afirman que, se debe crear una nueva Administración en donde se transforme la lógica del capitalismo voraz, y se mitigue los procesos de calentamiento global (Arias, 2009, p. 97).

Aunque el economista Milton Friedman, a mediados de la década de los 70's, realizó una crítica a la teoría de la Responsabilidad Social de los Negocios, acerca de ser responsable únicamente con los accionistas e incrementar en la rentabilidad dentro del marco de la ley (Martínez, 2005). Friedman afirma que al ser responsables con los accionistas, la empresa crece, a su vez que habrá más empleo y mejor calidad de vida.

Pero la RSE en su concepción moderna aparece en Europa hacia los años ochenta, aunque no se puede negar la existencia de líderes empresariales en la época de la revolución industrial que ante la explotación generalizada de los trabajadores actuaban para cambiar tal situación, ejemplo de ello es Robert Owen en 1820 con New Lanark. El mayor desarrollo de la RSE se da en los años noventa cuando aparecen directrices y pautas de actuación desde organismos internacionales como las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo -OIT-. (Arias 2009, pág. 246)

El surgimiento del cambio climático y los problemas sociales presentados anteriormente han fortalecido el tema de la RSE, surgiendo nuevas normativas no obligatorias como la ISO 14000 y la ISO 26000. Cabe resaltar que debido a la situación del planeta y a la exigencia del mercado estas normas poco a poco van a ser obligatorias.

La relación entre el marketing y la RSE es especialmente interesante de estudiar en el momento en que algunos autores consideran que ambos conceptos son intercambiables. Puesto que el marketing busca satisfacer necesidades, ¿no pueden concebirse los problemas sociales como oportunidades estratégicas, en el sentido de necesidades insatisfechas? ¿No es, al cabo, la responsabilidad social la orientación de marketing de una empresa? (Araque & Montero, 2003, p. 1)

Evolución del Marketing

El marketing a través de la historia ha pasado por diferentes etapas, las cuales son orientación a la producción en serie; orientación a la venta dura; actividades del mercadeo, satisfacer necesidades sociales; y la aplicación del mercadeo a necesidades sociales. (Muñoz, 2001, p. 65)

En consecuencia, en los principios del Marketing “los fabricantes elaboraban productos y estos salían al mercado donde eran comprados, usados/consumidos”. “Parafraseando a Henry Ford: Tenemos automóviles para todos los gustos, siempre y cuando sean modelo T de color negro” (Camacho, 2008, p. 9).

Desde el punto de vista del trabajo concreto, la aportación esencial del Management científico (Frederick Taylor) y que retoma Henry Ford, se refiere sobre todo a que el control obrero de los modos operativos es sustituido por un conjunto de reglas de producción concebidas y preparadas por la dirección de la empresa y cuyo estricto apego es vigilado por ella. Las nuevas formas de trabajo llevaron al incremento de la productividad estandarizada e intensidad del trabajo, pero también a una mayor tasa de explotación. (Téllez, 2011, p. 15)

“Entre los años 60 y 70 surge una corriente del pensamiento que proponía una utilización responsable del marketing y, de acuerdo a las investigaciones teóricas,” como las de Kelley, Vertinskyfarley & Leavitt (1970), “se puede ubicar el origen académico del marketing social a partir de los años setenta, específicamente producto de los trabajos de Fox & Kotler” (Ochoa, s. f.).

“Pero el cuestionamiento de las diferentes dimensiones del marketing se le atribuye a Wiebe, quien en 1952 planteó la siguiente pregunta: “¿Porque no puede venderse la solidaridad como se vende el jabón?”⁸⁰” (Ochoa, s.f.).

Desde entonces se da inicio al debate sobre la relación y la aplicación del marketing a las causas sociales. “Es a partir de 1971, producto de las investigaciones de Kotler & Zaltman quienes retoman la pregunta de Wiebe, formulada 20 años antes,” además formulan la siguiente definición de marketing social: “es el diseño, implementación y control de programas, dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados” (Ochoa, s. f.).

Desde este punto de vista entendemos al marketing social como una derivación del marketing tradicional, cuya finalidad es incrementar la aceptabilidad de causas sociales, ideas o conductas deseadas por la sociedad, las cuales pueden ser distintas para cada una de ellas. (Alcagaya, s. f., p. 1)

Por esta razón el doctor Luis Alfonso Pérez Romero menciona que debido a la evolución del marketing tradicional y las nuevas exigencias de la sociedad en el mercado, se comienza analizar con más detalle el tema de marketing social. El profesor Luis Alfonso Pérez en su libro de Marketing Social, menciona que el Marketing Social está compuesto de 7 P's, las cuales son: (Pérez, 2004)

1. *Producto*: Conocer la estrategia: “desarrollar y hacer tangibles los productos sociales”. Es el momento de diseñar un producto para un mercado meta preestablecido y debidamente estudiado.

2. *Precio*: Se conocen varias estrategias de fijación de precio, como precio solidario para permitir la adquisición del producto según los niveles socioeconómicos de la población adoptante objetivo.

3. *Plaza*: Ubicar instalaciones apropiadas y accesibles para ofrecer el producto social. En el sector salud, son conocidas las instalaciones de centros de salud o clínicas de primer nivel de atención que se ubican en

⁸⁰ Comillas del texto original.

lugares estratégicos para lograr una mayor cobertura en la prestación de servicios.

4. *Promoción*: La promoción está relacionada de manera directa con el ciclo de vida del producto.

5. *Personal*: El personal debe cumplir con las expectativas de la población objetivo, y tomar en cuenta su nivel de competencia, actitud y amor por el trabajo.

6. *Presentación*: Las instalaciones de la organización que ofrece el producto social deben ser las adecuadas desde las perspectivas de la población adoptante.

7. *Proceso*: El proceso de la prestación del servicio debe estar basado en la comodidad y facilidad para la población adoptante.

Para Isabelle Le Cadre (2007), una sociedad que va evolucionando crea más consumismo, pero a la vez exigen a las organizaciones vender productos más adaptados a las expectativas.

Se pudo identificar desde el punto de vista académico tres etapas de la evolución del marketing social: de confusión, de consolidación y de sectorización. La primera etapa:

Está marcada por la llamada crisis de identidad del marketing social y se prolonga hasta principios de los ochenta. La segunda etapa se caracteriza por la consolidación del área, y se inicia principalmente con un trabajo de Fox & Kotler en 1980 [...]. En la segunda etapa se acepta la aplicación del marketing a las causas sociales y se desarrolla su cuerpo teórico. Finalmente a la tercera etapa o etapa de sectorización, surge a partir de 1989 y marca un antes y un después en el planteamiento de las campañas sociales. (Ochoa, s. f., p. 2)

Cabe resaltar que Kotler & Roberto (1992) mencionan que el primer requisito para un buen desempeño del marketing social es crear un nuevo producto social o como menciona Moliner una idea social, para así satisfacer una necesidad insatisfecha (Ochoa, s. f.).

Es importante mencionar que autores como Walter Cordington, Peter Fisk, David Fuller & Polonsky hacen referencia al marketing ecológico, al marketing verde, al marketing sostenible y al Comercio Verde respectivamente. Según Prakash estas denominaciones del marketing caben en el marketing 3.0 el cual es una nueva forma de hacer publicitar los productos.

A través del tiempo el término Marketing Social ha pasado por distintas concepciones de diferentes autores:

Marketing Social (1998): "El mercadeo social es el mercadeo para la calidad de vida. Es un concepto que aplica el conocimiento de mercadeo a la comercialización de las causas sociales"⁸¹ (Muñoz, 2001, pág. 66).

Marketing Responsable:

Si el marketing, en general, se entiende como la utilización de herramientas para transmitir mensajes a la audiencia sobre productos y servicios, el marketing responsable tiene que ver con condicionar dichas prácticas, sometiéndolas a unas condiciones más exigentes: cumplir con la legalidad, regulaciones y códigos de conducta; ser justos, honestos y decentes; dar información clara y veraz al consumidor sobre el producto. (Córdoba, 2007, p. 113)

Marketing verde: Para Cerviño & Cubillo (2008), el marketing medioambiental o ecológico, "surge como consecuencia de la creciente preocupación por la conservación del medio ambiente que está generando nuevos hábitos de comportamiento en la sociedad" (p. 204). Se aplican en las empresas en busca de satisfacer a los consumidores tanto su necesidad del producto en sí, como la de sentir que realizan una labor de protección al medio ambiente (p. 204).

Marketing sostenible:

El concepto del espíritu emprendedor sostenible sostiene que la tarea de la organización es determinar las necesidades, deseos e interés de los mercados objetivo y cumplir las satisfacciones

⁸¹ Cita extraída de otra cita. Aparece citado de la siguiente manera en la obra de Yaromir Muñoz, *El Mercadeo Social en Colombia: "El mercadeo social es mercadeo para la calidad de vida. Es un concepto que aplica el conocimiento de mercadeo a la comercialización de causas sociales"*. (Sirgy, Morriss & Samli, 1985. Citado por Moliner Tena, 1998: 28)

deseadas con más eficiencia y eficacia que los competidores y de una manera que preserve y mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad. (Philip Kotler, 1991. Citado por Mulder, 2007, p. 150)

Cabe mencionar que autores como Maqueda & Escudero (2010) mencionan que el Marketing Responsable es lo mismo que el Marketing Social; aunque otros autores más relevantes como Kotler realizan una profundización mayor mencionando que del marketing Social se derivan el marketing verde o ecológico.

Según Yaromir Muñoz (2001) el marketing social está enfocado hacia la calidad de la vida del ser humano y Mulder en el 2007 menciona que el marketing sostenible está en función de mejorar o preservar el bienestar de la sociedad o el consumidor.

Definición

Marketing social

Es el proceso de intercambio de la forma y mirada del comportamiento organizacional, basadas sobre las nuevas formas de pensar del marketing, que buscan crear nuevos hábitos de comportamiento por parte de los consumidores y las organizaciones. Para así propender hacia una nueva forma de pensar y cumplir con las exigencias de la sociedad, con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, clientes; y así mejorar la calidad de vida y alcanzar los objetivos rectores de la sociedad.

Marketing 3.0

El marketing ha pasado por diferentes etapas a través de la historia y diferentes autores lo han trabajado como se ilustró en el apartado de este escrito *la evolución del marketing*. Por otra parte, expertos como Kotler, mencionan que el mercadeo ha pasado por tres etapas, las cuales son marketing 1.0, 2.0 y 3.0.⁸² El Marketing 1.0 se caracterizó por la consolidación de los monopolios.

⁸² ¿Qué es el Marketing? Entrevista a Phillip Kotler. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=TCpNzWdoO3Y>

Eran quienes regían las condiciones del mercado, si estos controlaban las comunicaciones ellos establecían el modelo de los equipos y las tarifas, si eran los únicos panaderos de la zona invariablemente el producto que se compraba era al gusto del panadero y con sus condiciones de precio. (Camacho, 2008, p. 9)

Después de pasar por la época de la orientación del marketing al productor o marketing 1.0; según Kotler (1992) nació un interés en las organizaciones empresariales por el consumidor y este interés fue bautizado como el marketing 2.0, el cual estaba orientado al consumidor y nació como resultado de las tecnologías de la información.

Un día los productores y oferentes de bienes y servicios se encontraron de frente con el fenómeno de la competencia. Ya el panadero del barrio no era el único y el fabricante de pastillas de jabón de olor no poseía el monopolio de equipar el salón de baño. En la esquina otro fabricante de hogazas deleitaba a los vecinos y les ofrecía el producto a un precio un poco más bajo. Lo peor para los fabricantes, que hace poco monopolizaban el mercado, era que la competencia no solo ofrecía un producto más económico, sino mucho más atractivo, y con una mejor calidad. (Camacho, 2008)

Esta agresividad en el mercado creó muchas falencias en la sociedad, como el comercio injusto o selectivo; la gula, los compradores impulsivos entre otras.

Marketing 3.0 y RSE

Un referente al origen de la RS son algunos problemas como la contaminación, calentamiento global, destrucción de bosques, degradación del trabajador desde una mirada ambiental) etc., pero con estos problemas llegaron movimientos sociales que reclamaban un mejor comportamiento del ser humano con el planeta. Debido a esto los teóricos del mercadeo (en especial Kotler) vieron la necesidad de crear una nueva fase del mercadeo el cual se le dio el nombre del marketing 3.0. El marketing 3.0 nació impulsado por la nueva ola tecnológica y además hace mucho más sencillo crear comunidades de marca a tiempo real y este vínculo puede dar origen a una excelente plataforma de éxito.

En el campo de los recursos humanos, el marketing puede afectar el atractivo, la reputación, retención, la diversidad, los valores sociales, el

desarrollo de capital humano (Le cadre, 2007). Esta era del marketing es conocida como el enfoque de marketing vivencial o como Scott McNealy (Director general de Sun Microsystems) bautizaría como el Marketing de la era de la participación y en donde “los individuos crean ideas y entretenimiento además de consumirlos. Esta nueva tecnología les permite dejar de ser consumidores para convertirse en prosumidores (Productor + Consumidor)” (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2012).

Las empresas que aplican el marketing 3.0 plantean valores, misiones y visiones; pretenden aportar soluciones y resolver problemas en la sociedad. El marketing 3.0 eleva el concepto del marketing al terreno de lo espiritual, las aspiraciones y los valores.

El marketing 3.0 cree que los consumidores son seres humanos integrales, y que todas sus necesidades y deseos deben ser siempre atendidos. Por lo tanto, el marketing 3.0 complementa el marketing emocional con uno espiritual. Por lo tanto en el marketing 3.0 las empresas se diferencian entre sí por sus valores. (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2012, p. 11)

<i>Marketing 1,0</i> <i>Marketing centrado en el producto</i>	<i>Marketing 2,0</i> <i>Marketing centrado en el consumidor</i>	<i>Marketing 3,0</i> <i>Marketing centrado en Valores</i>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vender Productos. ✓ Revolución Industrial. ✓ Mercado de Masas. ✓ Consumidores con necesidades Físicas. ✓ Desarrollo del producto. ✓ Especificaciones del producto. ✓ Funcional y emocional. ✓ Transacciones uno a uno. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Satisfacer y retener a los consumidores. ✓ Tecnologías de la información ✓ Consumidor más inteligente con mente y corazón. ✓ Diferenciación posicionamiento corporativo y del producto. ✓ Misión, visión y valores corporativos. ✓ Relaciones uno a uno. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer de este mundo un mundo mejor. ✓ Nueva ola tecnológica. ✓ Ser humano integral, con mente, corazón y espíritu. ✓ Valores proposiciones de valor funcional, emocional y espiritual ✓ Colaboración entre muchos.

Fuente: Kotler, Kartajaya y Setiawan, 2012.

“El concepto de marketing social cuestiona si el concepto de marketing puro no toma en cuenta los posibles conflictos entre los *deseos a corto*

plazo del consumidor y su bienestar a largo plazo"⁸³ (Kotler & Armstrong, 2003, p. 22).

Según Kotler la meta de la mercadotecnia no es solo maximizar utilidades, también es maximizar la calidad de vida del consumidor (Vélez, 2008).

El concepto de mercadotecnia social sostiene que la tarea de la organización consiste en determinar las necesidades, deseos e intereses de los mercados meta, y proporcionar las satisfacciones deseadas con más eficacia y eficiencia que los competidores, y hacerlo de una manera que mantenga o mejore el bienestar de la sociedad y de los consumidores. (Reyes, Mayo & Loredo, 2010, p. 17)

Tipologías del Marketing

Desde el punto de vista social el marketing ecológico está contenido dentro del concepto de marketing social o de causas sociales y es abordado en los términos del macro-marketing. Sus objetivos son, entre otros:

- Modificar los comportamientos perjudiciales para el medio ambiente.
- Contribuir al cambio de valores de la sociedad.
- Estimular acciones que beneficien al medio ambiente.
- Informar sobre temas ambientales y promover el desarrollo sustentable. (Días, 2008, p. 143)

Según Coddington (1993) parafraseado por Días (2008)

El marketing ambiental abarca las actividades de marketing que asume la gestión ambiental como el desarrollo de la responsabilidad de la empresa y como una oportunidad de conocimiento para ella. El mismo autor considera que el marketing ambiental es un cambio de perspectiva en la forma de hacer negocios ya que exige la responsabilidad y el compromiso ambiental global de la empresa. (Días, 2008, p. 144)

Por otra parte el consumidor observa el comportamiento de la empresa frente a la Responsabilidad Social Empresarial y esto surgió debido a que

⁸³ Cursiva del texto original.

los clientes no solo se interesan en satisfacer sus necesidades, sino que integra en sus decisiones de compra, la preocupación latente por el futuro del planeta tierra (Arredondo, Maldonado & García, 2011). Por esta razón, en los últimos años ha comenzado una carrera voraz de las organizaciones empresariales por las acreditaciones del cuidado al medio ambiente y debido a esto podemos definir al Consumidor Verde como aquel que es consciente de su responsabilidad ecológica como consumidor y que activamente lo demuestra en sus hábitos de compra (Romero, s. f.).

El marketing responsable:

Se refiere entonces a aquellas acciones realizadas por una empresa en beneficio de una determinada causa social, a la vez que se vincula dicha causa con la marca de los productos o servicios y el nombre de la empresa. En el fondo se trata de establecer una relación de intercambio, donde los beneficiarios del esfuerzo realizado por la empresa, reciben una ayuda que consideran de valor para mejorar su situación y la empresa recibe a cambio una contraprestación intangible difícil de cuantificar, como lo es usar públicamente su compromiso solidario en beneficio de su imagen corporativa. (Rendueles, 2010, p. 32)

Según Raymond Prada (2002), "(...) cada vez un mayor número de analistas y críticos sociales que asocian el marketing con el consumo exagerado, y afirman que las empresas a menudo planifican la obsolescencia de sus productos (...)" (p. 79) esto con el ánimo de acelerar la rotación de los productos comprados por los clientes y consumidores; "(...) pero, además, aseveran que la publicidad agrega demasiados costos al precio de los productos y que la ganancia bruta de los fabricantes es exagerada" (p. 79).

El marketing social puede ayudar a los asistentes sociales a liberar a los jóvenes del consumo de drogas; adolescentes para la prevención de embarazos no deseados; ayudar a desarrollar programas de nutrición; a disminuir el consumo excesivo de bebidas alcohólicas, entre otros.

Marcas con un sentido social

En la construcción de marcas, las causas sociales pueden responder a opciones fundamentales o ser parte de una estrategia. En el primer caso la clave es: lo que mi marca promete hacer por el mundo, lo hace de verdad, siempre y con convicción. La coherencia construye confianza, la confianza lealtad y la lealtad consumidores.

En un reciente estudio de Havas Media mostró cuales son las marcas nacionales consideradas **responsables o sostenibles** para los consumidores. Havas Media encuestó a 5000 consumidores, y mencionaron las 9 empresas más sostenibles: Nutresa, Nestlé, Corona, Homecenter, Alpina, Colombina, Bayer, JGB, Alkosto (Semana, 2012).

Conclusiones

En la actualidad las diferentes terminologías de Marketing se pueden confundir. Cabe resaltar que el fin o el objetivo de cada uno de estos Marketing es generar un bien y un cambio de conciencia en la sociedad, aunque cada uno de ellos desde un enfoque distinto. Por esta Razón es importante aclarar que el Marketing responsable es el de mayor dimensión y engloba a todas las tipologías de Marketing. Debido a que el Marketing Social, Marketing Verde, Marketing Ecológico y Marketing Sostenible deben ser realizados con responsabilidad o si no automáticamente dejarían de llamarse Marketing Social, verde, Ecológicos y Sostenible. Además el Marketing Verde y Ecológico poseen finalidades idénticas donde cada organización empresarial trata de generar una conciencia en la sociedad frente al cuidado del agua, de los árboles, ya que este gira en torno a al medio ambiente.

Frente al Marketing Sostenible este posee un enfoque al largo plazo donde siempre se busca generar conciencia social, generando una trazabilidad sostenible en el mercado.

En la actualidad se puede establecer que el término 'marketing social', es una estrategia del marketing, que busca generar o mejorar una imagen de una organización empresarial y un cambio de conciencia en la comunidad, por medio estrategias comunicacionales, las cuales ayudan a generar un impacto en la sociedad; además este tipo de estrategias deben ir hiladas a la misión y visión de la organización, para así no

convertir el marketing social en una simple estrategia de incremento de ventas o simplemente en un Marketing Afectivo.

Por otro lado, es importante resaltar que las organizaciones empresariales cada día deben ser más competitivas y esto ha hecho que los altos directivos de las empresas adopten estas estrategias de marketing (Marketing Social) para generar una diferenciación en sus productos o servicios.

Estas tendencias organizacionales han surgido gracias a las exigencias del mismo mercado, donde se reclaman productos responsables con los stakeholders y el medio ambiente. Estas exigencias del consumidor fueron creadas gracias a casos de irresponsabilidad como los de las empresas Mattel, donde se vieron perjudicados sus consumidores que tienen una edad de 3 a 14 años, o la contaminación del medio ambiente en Minimata por la organización petroquímica Chisso, que provocó distintas enfermedades neurológicas a las personas, o el continuo calentamiento global que tanto afecta los polos del planeta, y entre otras situaciones.

En consecuencia las organizaciones empresariales son culpables o tienen que ver con las situaciones que afectan a una comunidad y el compromiso de las empresas para con la comunidad no debería limitarse en ofrecer oportunidades laborales simplemente, ya que según el Gerente comercial de Apostar Su Red Luis Alfonso, el marketing Social es una estrategia de cada compañía. Y es manejada por medio de una filosofía que dice "yo no solo genero utilidades, también le devuelvo una porción a la sociedad" por lo tanto El Marketing Social es una ola que está mojando a todo el mundo poco a poco.

Por otra parte términos como el de R.S.E y Marketing Social se pueden conjugar ya que ambos son procesos sociales que afectan normalmente de una manera positiva a una comunidad. Aunque cabe resaltar que el Marketing Social es un rizoma del gran árbol, llamado R.S.E.

Finalmente el Marketing Social a pesar de que es una estrategia de Marketing y para algunos mercadólogos esto es inválido, visto desde una óptica de valores. Aunque es importante recordar que ninguna empresa realiza el Marketing Social por razones de que una entidad gubernamental los obliga; por lo tanto lo importante es que las

organizaciones empresariales realicen un Marketing Social por convicción y que estas prácticas de Responsabilidad Social estén inmersas en todo el proceso del producto o servicio; es decir si una organización empresarial que vende agua realiza comerciales donde vende sus prácticas de responsabilidad social, pero en el proceso de contratación es una empresa que no le da condiciones laborales óptimas al empleado o en el proceso de producción utiliza proveedores de dudosa reputación; pues a partir de este momento el Marketing Social desaparecería y como diría Jorge Richman este se convertiría en un engaño especializado para la sociedad. Por lo tanto el mundo necesita una transformación metanoica y como menciona Peter Senge la sociedad está ávida de un cambio de estructura del pensamiento. De tal manera queda la discusión abierta, ¿es el Marketing social un engaño especializado para la sociedad?

Referencias

- Alcayaga, D. (s. f.). *Reflexiones en torno al Marketing de Retorno Social*. Chile: DUOC UC.
- Araque, R. & Montero, M. (2003). La Responsabilidad Social de la Empresa en el Ámbito del Marketing: Algunas Reflexiones y Propuestas. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, XI, (8), 1-27.
- Argandoña, A. (2006). *Milton Friedman (1912-2006)*. Recuperado de <http://www.iese.edu/research/pdfs/op-07-09.pdf>
- Arias, A. (2009). *Responsabilidad Social Organizacional Ambiental: Nuevos Glicidos para la Administración*. Tesis de maestría no publicada, Universidad Nacional de Colombia sede Manizales.
- Arredondo, F., Maldonado, V. y García, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social corporativa. Actitudes según edad y género. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 285-305. Recuperado de http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/issue/view/301
- Camacho, J. (2008). *Marketing de servicios*. Recuperado de http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55788.pdf
- Cárdenas, P., Tolosa, M. (2009). *La Responsabilidad Social en Colombia: Una perspectiva histórica a partir del ámbito mundial*. Tesis de Pregrado no publicada, Universidad De La Sabana, Chía-Cundinamarca, Colombia. Recuperado de <http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/2576/1/121948.pdf>
- Cerviño, J. & Cubillo, J. (2008). *Marketing Sectorial*. Madrid: ESIC
- Córdoba, A. (2007). *El Corazón de las Empresas: Responsabilidad Social Corporativa y Conciliación de la vida Profesional y Personal*. Madrid: ESIC

- Días, R. (2008). Marketing Ecológico y Turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 17(1), pp. 140-155. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v17n2/v17n2a04.pdf>
- Fernández, H. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. San Vicente: Club Universitario.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. (6ª Ed.). EE.UU: Pearson Educación.
- Kotler, P. & Kartajaya, H. (2012). *Marketing 3.0*. Bogotá D.C.: Lid Editorial
- Kotler, P. & Ned, R. (1992). *Marketing Social: estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Díaz de Santos.
- Le Cadre, I. (2007). *Marketing social*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/70808276/48/BIBLIOGRAPHIE>
- Maqueda, J. (2010). *Marketing, Innovación y Nuevos Negocios*. Madrid: ESIC.
- Martínez, H. (2005). *El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial*; Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.
- Monroy, S. (2005). Enfoque y conceptos de una administración renovada. El aporte de Aktouf. *Revista Innovar*, 15(26), 134-137. Recuperado de http://www.fce.unal.edu.co/index.php?option=com_wrapper&Itemid=262
- Mulder, K. (2007). *Desarrollo Sostenible para Ingenieros*. España: Upc Edicions.
- Muñoz, Y. (2001). *Mercadeo Social en Colombia*. (5ª Ed.). Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.
- Neffa, J. (1999). *Los paradigmas productivos tayloristas y fordistas y su crisis. Una contribución a su estudio desde la teoría de la regulación*. Argentina: Lumen Argentina

- Ochoa, A. (s. f.). *Mercadotecnia Industrial y Social*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/48513273/UNID-MERCADOTECNIA-INDUSTRILA-Y-SOCIAL>
- Pérez, L. (2004). *Marketing social: teoría y práctica*. Madrid, España: Pearson Educación
- Prada, R. (2002). Análisis de la crítica social al marketing. *Estudios Gerenciales*, 28, 79-88. Recuperado De [Http://Www.lcesi.Edu.Co/Revistas/Index.Php/Estudios_Gerenciales/Article/View/88](http://Www.lcesi.Edu.Co/Revistas/Index.Php/Estudios_Gerenciales/Article/View/88)
- Rendueles, M. (2010). Mercadeo social, responsabilidad social y balance social: conceptos a desarrollar por instituciones universitarias. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12 (1), 29-42. Recuperado de <http://www.urbe.edu/publicaciones/telos/ediciones/pdf/vol-12-1/articulo-2.pdf>
- Reyes, S., Mayo J. & Loredo, N. (2009). La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (113). Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>
- Romero, C. (s. f.). *La Era del Marketing del Verde*. Recuperado de http://www.univalle.edu/publicaciones/compas_emp/compas01/pagina11.htm
- Semana. (2012). Comunicar Paga. *Revista Semana*, 120-121.
- Vargas, J. (2011). *La Evolución del Humanismo en las Formas Organizacionales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2011b/javt.htm>
- Vélez, A. (2008). El mercadeo y la Responsabilidad Social. *Revista Iberoamericana de Marketing* (2).

CRÍTICA A UN MODELO EJECUTIVO INSOSTENIBLE

David Quiceno Rendón⁸⁴

⁸⁴ Estudiante octavo semestre Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia. Estudiante de Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Manizales. dquicenor@unal.edu.co

Resumen

El control de productos como el maíz, base de producción y fabricación de muchos otros productos, por parte de compañías como Monsanto; un sistema de salud deficiente cuyo objetivo no es el bienestar de las personas, acaso el monto que puedan aportar; el sistema correccional que no busca la rehabilitación de los procesados, sino que se convierte en foco de criminalidad. Son apenas ejemplos de la corrupción existente en cualquiera de los ámbitos en los que nos movemos a diario. El reconocer que vivimos en una sociedad corrupta y la aceptación de la culpa son el primer paso en la búsqueda del cambio. La propuesta de este artículo es a la reflexión de los daños causados por un modelo de desarrollo tendiente a la exportación, y la actitud ambiciosa de la comunidad que, pese a que aparentemente rechaza de forma airada la corrupción, acoge decidida el lujo y la suntuosidad.

Palabras clave

Corrupción, Industria alimentaria, gobierno, educación.

Abstract

Control products such as corn, production and manufacturing base for many other products, by companies like Monsanto, a poor health system whose goal is not the welfare of the people, perhaps the amount you can contribute, the correctional system not seeking the rehabilitation of the accused, but becomes a focus of crime. These are just examples of corruption in any of the areas in which we move daily. Recognizing that we live in a corrupt society and acceptance of guilt is the first step in seeking change. The purpose of this article is a reflection of the damage caused by a development model aimed at export and ambitious attitude of the community who, although apparently angrily rejects corruption, determined welcomes luxury and sumptuousness.

Keywords

Corruption, Food industry, government, education.

"Los hombres fingien respetar la Ley, pero solo se inclinan ante la fuerza"

Albert Camus (Paráfrasis)

La corrupción está en todos lados, a toda hora, todos los días de nuestra vida. Esta afirmación, que puede sonar paranoica, es una de las contrariedades más fuertes de nuestra época. Advierto que seguiré trabajando sobre ella, pero propongo reducirla para los puristas: la corrupción es un fenómeno generalizado, mayoritario, enquistado en algunas de las visiones más dóciles de nuestra civilización. Su omnipresencia la escudan décadas de teoría económica que han convertido a la libertad (en concreto la comercial) en el valor absoluto de la modernidad. Se nos dice que la sociedad terminará por autorregularse, que los individuos, pese a un egoísmo innato que se nos atribuye, antepondremos las necesidades colectivas a las propias. Lastimosamente la realidad termina por desmentir estas suposiciones. Para el empresario medio todo lo legal vale. Para el radical incluso lo que no.

La corrupción está en todos lados, a toda hora, todos los días de nuestra vida. No hace falta ir al congreso, ni escarbar en reuniones clandestinas. Para ser víctima no hay que estar muriendo de hambre en África, ni esperar a que la policía secreta te saque de la cama a empujones o que la casa se inunde. El documental sobre la industria alimentaria norteamericana, Food, Inc. (Kenner & Pearce, 2008), nos muestra cómo se encuentra dentro de cada mordisco que damos. Por supuesto, la idea del director consistía en exponer un régimen diferente al nuestro, en el que las hamburguesas cuestan menos que las lechugas y esta disposición presiona hacia la obesidad las clases bajas. En países como Colombia, con una agricultura más variada (en principio diseñada para alcanzar ciertos niveles de sostenibilidad, pero en la actualidad bajo graves reformas que buscan, en cambio, una quimérica competitividad), los pobres sobreviven en una dieta de pocos almidones, de suerte que el estereotipo suele ser delgado, famélico y, en algunos casos, esquelético. En contraposición, la riqueza (la vida de restaurante que para los americanos es casi obligatoria y que los sudamericanos consideramos un lujo) construye un tipo de individuo afelpado, rosadito, regordete. Esta diferencia tiene la más simple de las explicaciones: se siembra lo que se pide, se recoge lo que se siembra, se come lo que se recoge (o lo que se puede).

Cuando entramos a un supermercado nos embarga una sensación de variedad, casi de plenitud. En palabras de Kenner: el sentimiento de tener ante nosotros una cornucopia de posibilidades (Kenner & Pearce, 2008). Esto, explica Eric Schlosser, no es más que una ilusión. La realidad es que en la agricultura estadounidense sobresalen cuatro artículos: el tabaco, el algodón, la soya y el maíz. Pero son estos dos últimos los que sostienen de verdad todo el sistema (Schlosser, 2012). Del maíz se extrae el edulcorante con que se endulzan las gaseosas, la maltodextrina con la que se le da el sabor a las hamburguesas, el glicerol con que se producen los antigripales, el ácido ascórbico que conserva la salsa de tomate, el xantano con que se potencian los venenos, se engrasan las máquinas petroleras y se espesan las cremas, las lociones, los jugos y los fármacos. El ácido cítrico para las bebidas, la sacarosa para la miel industrial, el etanoato etílico para las papas a la francesa, el polvo para hornear pasteles, incluso la base para el talco y los pañales de los bebés. Estamos hablando del ingrediente universal, el insumo más explotado del planeta. Todo es soya y maíz: los helados, las pilas, el queso, las galletas, la tinta de las impresoras, el carbón. Esto por no mencionar los obvios: las arepas, los panes, las tortillas y los cereales con que desayunamos cada mañana. El profesor Larry Johnson, de la Universidad de Iowa, sostiene que al menos el 90% de los productos del supermercado contienen ingredientes de maíz o de soya, en la mayoría de los casos ambos (Kenner & Pearce, 2008). Como si esto fuera poco, a la postre la industria de carnes es también una cliente activa de la producción de maíz. Con maíz se engordan los pollos, las reses y los cerdos, a punta de subsidios, ha llegado a ser más barato que el mismo pasto. Y ha permitido lo que los granjeros tradicionales consideran una abominación: criar el doble del tamaño en la mitad del tiempo. Algo cruel, según muestra Kenner, porque el crecimiento acelerado atrofia el organismo a tal punto que muchos animales no llegan a dar dos pasos antes de desplomarse.

De todo esto se desprende una inferencia: quien controla el maíz controla una buena tajada del mundo. Y no lo hacen los agricultores, ni el gobierno, ni la gente de un país, sino unas cuantas empresas. El concepto es novedoso, aunque lo vienen trabajando desde los años ochenta, con la venia de la Corte Suprema de los Estados Unidos: patentes sobre la modificación genética de las plantas. Funciona así: el principal proveedor de herbicidas, Monsanto, desarrolla un potentísimo producto a base de glifosato llamado Roundup. Este producto, muy

efectivo contra malezas, deteriora también la calidad de la cosecha sobre la que se rocía. En respuesta, la empresa saca al mercado unas semillas resistentes genéticamente modificadas⁸⁵ pero advierte, y pasa por legislación para garantizar la calidad de los cultivos, que quien use sus granos no podrá plantar otros. A renglón seguido crea un equipo de setenta y cinco investigadores y espera, literalmente, que el viento se lleve los granos para poder demandar todo cultivo donde sean encontrados sin autorización. De ahí en adelante se trata de una competencia monetaria neta: quien apile más dinero, contrate más abogados y demande más veces. Y ningún granjero tiene más dinero que una multinacional como Monsanto. Así los agricultores, aun habiendo decidido usar sus propias semillas, se ven obligados a pagar enormes multas por daños a la propiedad intelectual. En los mejores casos se llega a un acuerdo para plantar, desde ese día y para siempre, los granos Monsanto (Kenner & Pearce, 2008). Uno de muchos ejemplos rebosantes de injusticia, que afecta cada compra que hacemos en el supermercado.

La corrupción está en todos lados. Lo peor que puede hacer una sociedad es depender de ella, cediéndole a los intereses monetarios las áreas más sensibles de la construcción social. En Sicko, (Moore, 2007) Michael Moore se esfuerza por mostrarnos cómo en regímenes socialistas y capitalistas, bajo gobiernos liberales, parlamentarios, monárquicos, estatistas y comunistas, la salud es siempre mejor manejada por el Estado (la representación teórica del pueblo) que por los intereses particulares, como se usa en Colombia y en Estados Unidos. Tratar la salud como un negocio deriva en el peor sistema de atención de pacientes que el mundo contemporáneo ha conocido, donde quienes no pueden pagar las cuentas son arrojados en las esquinas, por camionetas sin placa, como perros en una película de *gánster*. Llega a tal extremo la situación escarbada por Moore que a comparación del privado, el sistema de salud de la cárcel de Guantánamo parece eficiente, justo y económico. Para los presos hay remedios, procedimientos, enfermeras. Para los ciudadanos, entre otros para la policía, en esencia juicios interminables, negativas y precios exagerados. En aras de la reducción de costos las EPS mantienen equipos de asesores

⁸⁵ La principal, propiedad de Monsanto, se denomina NK603. 26 variedades de maíz genéticamente modificado se permiten en Colombia. Sobre sus consecuencias en la salud humana un reciente estudio del profesor Gilles-Eric Serallini deja graves preocupaciones. (Véase: <http://www.semana.com/vida-moderna/bomba-transgenica/185417-3.aspx>).

que les buscan excusas para no pagar tratamientos costosos: quimioterapias, medicamentos para el Parkinson, el Alzheimer, la tisis, la gota, la lepra. Para ver un especialista hay que rogar por meses, para conseguir una cirugía de primera necesidad, a veces años. Según relata Moore, a través de lobistas las grandes aseguradoras compran nuestro sistema político para proteger sus fortunas y dominio de la sanidad. Linda Peeno declaró, ante el Congreso de Estados Unidos que en la lógica de la empresa privada los directores de los hospitales son recompensados por matar pacientes al negarles o demorar tratamientos necesarios que podrían salvar vidas (Moore, 2007). En Colombia, en 2011 el senador Jorge Enrique Robledo y el periodista Daniel Coronell señalaron, en el caso específico de Carlos Palacino, el absurdo de que presidentes de cooperativas como Saludcoop lleguen, en unos años, a poseer lujosos campos de golf, urbanizaciones enteras y compañías aseguradoras. ¿Cómo? Financiando campañas, sobre-facturando medicamentos, evadiendo impuestos y multa (León, 2011). Más allá del enriquecimiento de unos cuantos, el punto grave de la problemática vuelve a estar en la generalización de la matonería, lo que en el inglés americano se conoce como el fenómeno del *'bully'*, de las grandes empresas sobre sus obligados usuarios. La elección de los consumidores vuelve a ser una ilusión, la libre competencia no es otra cosa que la de una transnacional vanidosa mirándose al espejo del monopolio que ha configurado.

Y uno asume que hay un sistema correccional: unos fiscales, unos jueces, unas cárceles que, cuando no les alcanza el dinero para comprar, logran corregir no todos, no muchos, pero al menos algunos de los elementos pútridos de nuestra sociedad. Esa es otra ilusión. Hace poco, en agosto de 2011(b), la revista SEMANA denunció que "no se necesitan los contactos ni los millones de un capo" para corromper el sistema carcelario (de por sí una selección del hampa). Los mismos guardias cobran desde la entrada al penal hasta lo que la más alocada de las mentes pueda pedir: un celular, un gramo de cocaína, doscientas hamburguesas, una mototaxi para moverse dentro de la prisión (SEMANA, agosto 2011b). Se sabe, incluso, de guardias asesinados por sus compañeros al negarse a ser partícipes de la cultura en la que se trabaja (SEMANA, agosto 2011a). Esto sin entrar en otra realidad de a puño: que el sistema penal acusatorio lleva a la cárcel una cantidad de inocentes que, en cálculos ingenuos, podría ser la mitad de los condenados.

Porque que las cárceles sean un foco de criminalidad y no de rehabilitación puede no parecer una novedad para muchos (aunque uno se imagina a los reos y no a los guardas delinquiendo), pero que sea la justicia quien peque de injusta desmoraliza. Las personas tienden a pensar que el sistema obra con buena fe, que cuando se condena a alguien se está seguro que se trata de un criminal y que los injustamente condenados representan una minoría de 'casos aislados'. El documental *Presunto Culpable* (Hernández, Ibarra, Negrete, & Sosa, 2011), lleva a inferir lo contrario: el 95% de las sentencias son condenatorias; de estas, el 92% no están soportadas en evidencia material alguna (es decir, se condena con base en testigos). Bajo el procedimiento tradicional de estímulos por efectividad la policía alecciona para lograr condenas en quienes, sospechan, son culpables. Hay que reconocer que México cuenta con una dificultad adicional (partir de la presunción de culpabilidad en vez de la de inocencia), pero el resto de la problemática: un juez que no atiende, una fiscal que acusa porque le viene en gana, un comandante de policía que esconde evidencia, un testigo que se desdice con la brisa; es algo fácil de encontrar en la justicia colombiana (Hernández et al., 2011). Si no es la policía, ni son los tribunales, si no es la verdad, ¿quién puede a uno defenderlo? El panorama es desolador, porque el entorno mismo juega en contra de la rehabilitación, aun presuponiendo que haya voluntad.

¿Quiénes quedan honestos en este mundo de rufianes? ¿La televisión que nos educa? ¿Los eruditos escritores? ¿Los periodistas, paladines de la verdad? A mediados de 2011 el mundo también descubrió cómo Rupert Murdoch, uno de los hombres más ricos de la tierra y dueño de los más poderosos canales, periódicos, editoriales y empresas cinematográficas, el rey de las comunicaciones, el Ciudadano Kane, tenía interceptado al Reino Unido. A los poderosos, como es lógico: la familia real, los ministros, los directores de policía. Pero también a las víctimas. La mayor indignación provino del caso de Milly Dowler, la niña inglesa de 13 años.

Había desaparecido sin explicación, y durante los cinco meses que duró su búsqueda el único indicio de que estaba viva era que el buzón de su celular se llenaba y volvía a desocuparse. Eso les creó a los padres la falsa esperanza de que no hubiera muerto. Cuando apareció su cadáver y se reveló que los movimientos del buzón eran ocasionados por un hacker contratado por News of the World (el

periódico de Murdoch), Inglaterra entera se rebeló contra News Corp. (SEMANA, julio 2011)

Pero queda, tal vez, la impresión de que hablo de casos aislados, que me encuentro en una especie de *Truman Show*, asumiendo que algunas experiencias son las experiencias. ¿Qué falta? ¿Más ejemplos colombianos? Pero si no pasa un día en que no salga en la radio, en los periódicos, en la televisión aliada de Murdoch. El senador Juan Lozano denunció a principios de abril que Bienestar Familiar tiene congelada, por trámites burocráticos (porque no se han pagado los favores acordados), la alimentación de setecientos mil ancianos y niños (Sánchez, 2012). Otro senador, Jorge Robledo, denuncia que Bavaria acabó con la producción de cebada nacional para inflar el valor de sus cervezas con insumos importados (Robledo, 2009). Y lo conocido: que los políticos hacen tratos con la mafia, con la guerrilla, con los paramilitares. Con cualquiera que les traiga votos. En este país sostenemos varios récords: el de presidentes del Congreso encarcelados, el de investigaciones precluidas sin razón, el de líderes sindicales asesinados. Ah, y la joya de la corona de la corrupción: el escándalo de Foncolpuertos. La joya de las abiertamente ilegales, porque hay otras que viene un juez y dice que sí, que no, que mejor deje así. O unos senadores, como en los debates de control por las negociaciones de tierras entre las familias Santo Domingo y Uribe (Robledo, 2009).

¿O más ejemplos de multinacionales? ¿Hará falta recordar cómo la fracturación hidráulica con la que se enriquecen compañías como la British Petroleum, Exxonmobil y Encana contamina tanto el ambiente que, en las poblaciones cercanas a los puntos de extracción es posible prender fuego al agua de la llave? (Adlesic, Fox, Gandour & Roma, 2010). ¿Que durante años Bayer le suministró a Latinoamérica y los países asiáticos medicamentos infectados de SIDA para evitar la pérdida del inventario? (Bogdanich & Koli, 2003). ¿Que para elevar el precio de la electricidad la norteamericana Enron privaba del servicio a sus propios ciudadanos y entregaba la energía al mejor postor? (Joseph, 2008). ¿O que comenzando este siglo en Bolivia se desató una guerra porque una multinacional estadounidense⁸⁶ llegó a privatizar el servicio de agua, cobrándola como si manara de una fuente celestial?

⁸⁶ Bechtel, la séptima compañía privada más grande de Norteamérica, que factura 31.400 millones de dólares en ingresos y extiende su explotación a cincuenta países.

Hasta aquí un largo paréntesis para exponer una realidad a la que muchos le voltean la cara, que el tránsito cotidiano de la cama a la escuela ya nos ha enfrentado a un limbo de instituciones corruptas. En todo lado nos roban: si comemos, si enfermamos, si estudiamos, si compramos, si vendemos, si vivimos. Los banqueros: desde los libros de contabilidad conque los Medici evadían las leyes contra la usura en la Italia del siglo XIV, hasta la depresión mundial causada por la irresponsabilidad inmobiliaria de Goldman Sachs y Lehman Brothers hace algunos años (Pennink, 2008). Hasta los profesores, es un *vox populi*: hay muchas clases que son una ofensa, uno sale más bruto de lo que entró, o por lo menos embrutecido, atontado, embotado. Administración es el paraíso de las apariencias, de la hipocresía. El primer artículo del código de ética debería recordarle a muchos que un profesor de universidad está para explicar, para hacer que la gente entienda los más complejos problemas que aquejan a la humanidad, no para enredar y convertir simplezas en tormentos, adornando cada frase con exuberantes neologismos. A la mayoría les preocupa más parecer intelectuales exitosos (el traje, el tono, las palabrejas) que expresar una idea con claridad. Y eso es también un robo, cuando menos de imagen. Hace tres años causó revuelo, aquí en Manizales, la denuncia solitaria de un profesor acerca de las publicaciones universitarias y cómo los catedráticos inflan sus sueldos a través de ellas, llegando a publicar sinsentidos, plagios y repeticiones de artículos para contarlas en los incrementos. Así, se volvieron jugosos los puestos de control sobre las editoriales de las universidades, como la de la Nacional (Arango, 2009). Nuestros académicos, capaces de criticar con furia la base del capitalismo, el mecanicismo de Taylor y el fordismo, parecen incapaces de comprender que el objeto de esos incentivos es estimular la producción intelectual, no pagar pasajes a San Andrés ni viajes a Coveñas. Algo estamos haciendo mal si solo podemos repudiar la corrupción en ámbitos lejanos en el tiempo y en el espacio.

Es cierto que todos estos son hechos circunstanciales, pero insisto en que deberían decirnos algo. O nos dicen que no nos tocó la mejor de las épocas, que por una extraña casualidad cósmica cientos de individuos duros de corazón, de entre millones de buenos, subieron al poder; o nos dice que la corrupción, como la discriminación de los rasgos, es una pulsión natural, casi instintiva que, para poder combatir, debemos identificar. Tiendo a inclinarme por la segunda opción, porque también leí de Hitler y del mariscal Murat, de Nerón, de la mafia de Chicago, la de Atlantic City y la de Sinaloa, de la Inquisición y el Apartheid, de las

carreras de Mirtilo y el mordisco del Fenrir, que fueron equivocaciones ajenas a la pulcra humanidad de las personas corrientes. El mundo es injusto, y es nuestra culpa. Porque nos acostumbramos al crecimiento exponencial de la trampa: de las mentiras cotidianas al engaño sistemático de los profesores, de saltarse la fila en la cafetería a ganar semestres enteros sin haber estudiado, de encubrir un crimen a participar en las ganancias, de ser partícipe a cometerlo. Enfrentar la maldad de los dirigentes contra la supuesta pureza del pueblo es una frivolidad, un autoengaño. Puede que el sistema de producción privado (de patrón y empleado) favorezca la hipocresía y la injusticia, pero no creo que sea menos cierto que el entorno económico y político es en gran parte un reflejo de nuestras actitudes. De ahí la ubicuidad de la corrupción, porque aunque nos cueste admitirlo la sociedad también es un eco de lo que, como individuos, hemos querido ser.

Pero algo más quiero decir, que la corrupción en el sistema de mercado en que convivimos se basa en la costumbre de evadir las regulaciones para incrementar las ganancias, y que aunque esté en todos lados es bastante más grave en las empresas, que son quienes desarrollan las prácticas, las fomentan y las protegen. Todo esto en persecución de un paradigma: el crecimiento. Las empresas buscan, amparadas en la venia de la competitividad, crecer más que los demás (si es posible como los únicos), y crecer para siempre. La ambición, sin que nos diéramos cuenta, dio un triple salto mortal y de defecto impío pasó a considerarse un valor universal de nuestra sociedad tecnocrática y elitista. Y no. Para todo debe haber límites. Es mentira que debemos crecer hasta donde más podamos, desarrollarnos todo lo posible, apuntar al infinito. Hay que crecer hasta donde es pertinente, hasta donde es lógico.

Aceptar la culpa, y con ella la responsabilidad de cambiar las cosas, es el primer paso. Desde Rousseau y su Contrato Social lo repiten las conclusiones de todos los estudios arriba citados. Kenner aconseja comprar productos orgánicos, exigir información sobre lo que comemos, votar tres veces al día por alimentos sin modificaciones genéticas y, sobre todo, impulsar cambios en las subvenciones a la agricultura. Moore llama a los norteamericanos a exigir a su congreso una reforma del sistema de salud, de ser posible luchar por la gratuidad, como en Francia, Cuba o el Reino Unido. Los directores de Presunto Culpable han emprendido una cruzada, hasta donde tengo noticia estéril, contra la presunción de culpabilidad en México. La censura ha

llegado a prohibir la venta del documental y el tema, con el tiempo, está cayendo en el olvido. Los ciudadanos tenemos el poder, el pueblo es soberano, reiteran campañas como Kony 2012. Sí, pero lo que pretendo sugerir aquí es otra cosa.

La lucha continua contra los infinitos brotes de corrupción es insostenible: no se puede estar uniendo la comunidad para cada tema, ni elaborando documentales para todos los casos. Entre otras cosas porque su efectividad irá perdiéndose y terminará por volver indolente a la sociedad que hoy pretende azuzar. También porque las uniones son temporales, los escándalos pasan y los ánimos desfallecen, aunque los problemas persistan. Propongo analizar dos cosas: el modelo de desarrollo, desafortadamente exportador, y la cotidianidad, que despotrica contra la corrupción pero acoge con deleite la ambición.

En la base de muchos de nuestros malentendidos no siempre están elaboradas conspiraciones de millonarios, sino actitudes más personales, que alentamos en nuestros amigos y familiares. La corrupción puede ser un fenómeno ubicuo, pero lo alienta una actitud íntima: la ambición. Porque en nuestra educación, desde los culpables gurús del *marketing* hasta los inconscientes tenderos, nos vendieron una mentira haciéndonos soñar con familias armónicas, sonrientes y elegantes que ganan mil millones de dólares al año. Han vendido una mentira al hacer creer que una fortuna de esas puede construirse sin grandes sacrificios humanos, naturales y sociales. Sin grandes trampas, aunque sean solo éticas. Mintieron con frases que repiten hasta los párrocos de pueblo cuando invitan a poner nuestras metas en lo más alto, cuando enseñan a apuntar al cielo de trajes Armani, relojes Piguét, helicópteros y guardaespaldas. Crecer sin límites es una premisa mórbida. La vida de los millonarios no es sostenible, no es viable y no es ni siquiera elogiable. Es, como ya habría dicho Borges, una vergüenza. Para un país es tan vergonzoso que haya ricos como que haya pobres, que haya ejecutivos con Ferraris como que haya mendigos. Que nunca se nos ocurra pensar que hay elegancia en las cosas que más nos cuestan, como los restaurantes que sirven lenguas de faisán, las *boutiques* que venden zapatos de cocodrilo o los diamantes que desatan guerras civiles. Es enfermo el mecanismo en el que a un producto, por su altísimo costo humano, se le imponen unas sanciones que elevan su precio (digamos las camionetas Hummer, que por su nivel de contaminación se encuentran en un régimen tributario especial), y este incremento de

precio por costo incrementa la demanda, porque el imaginario colectivo relaciona elegancia con costo y costo con exclusividad, sin percibir lo nocivo del sistema que hay detrás. Ese no puede ser el ideal de nuestra sociedad, porque entonces nuestra sociedad se basa menos en la libertad que en la injusticia, en la inequidad, en el presupuesto de que para que se cumpla un sueño es necesario destruir cientos.

Hay que hacer menos cosas, y hay que hacer mejores cosas. El futuro de este planeta depende de que sus próximos administradores comprendan que nos mintieron al enseñarnos que siempre es mejor más rápido, más grande y más barato. No es justicia y no es desarrollo que algo que es bueno se extienda como un cáncer por el mundo, el verdadero progreso está en que en todo el mundo se produzcan cosas buenas, aunque solo unos pocos puedan disfrutar de ellas. Ahí está el placer de la vida: en la variedad, en las posibilidades. Que la mejor pasta con provolone se consiga en Italia, que en Estados Unidos esté la mejor falda de res, que en Colombia entendamos que es más digno preparar unos buenos frijoles y un caldo de costilla que exportar cien millones de unidades para los chinos.

Cómo nos mejoraría la vida si [...] en vez de adoptar tantos modales ridículos de hidalgos, [...] aprendiéramos a hacer un buen arroz, a cocinar un conejo como se debe, a atender sin remilgos un niño, un viejo o un enfermo. (Abad, 2010)

Nuestro sueño aprendido es ser gerentes, presidentes, accionistas mayoritarios de una cadena. ¿De qué? Ni idea. De lo que más plata dé, lo que sea más distinguido.

Pocos que se dediquen a cultivar pescados o a ordeñar vacas, a diseñar motores y sillas, a fabricar herramientas útiles. Nada: todo lo útil y novedoso tecnológicamente, tenemos que importarlo. Casi no hay panaderos que hagan un pan decente, ni cocineros que guisen un plato comible. (Abad, 2010)

Desde aquí, desde la administración, hay más que hacer que dar '*likes*' en Facebook y '*favs*' en Twitter. Aquí, se supone, debatimos la pertinencia y los objetivos del progreso, y entregamos al mundo, a través de nuestros egresados, nuevas ideas y modelos de negocio. Más en un país que lucha con afán por salir de la categoría tercermundista. Aquí necesitamos más ideas, no más productos importados, empleos más y

no menos estables. Resulta muy difícil entender cómo los países del subdesarrollo planean salir de él recibiendo, por *'outsourcing'*, lo que desecha el primero. La producción industrial viene al tercer mundo no a mejorar la calidad de vida, sino a reducir los costos, y sale de allá ante la falta de seres humanos dispuestos a humillarse y evitando la constante crítica. ¿Traerá empleos? Sí. Y dinero, pero no desarrollo. Porque Colombia no está en disposición (ni siquiera legal porque los acuerdos de los tratados de libre comercio lo impiden) de aplicar los modelos asiáticos de traerse las industrias, copiarlas y expulsarlas para fortalecer las nacionales. Lo que se llama *'apropiación tecnológica'*. Y además, el arquetipo es siniestro⁸⁷: los menores salarios *per cápita*, los mayores índices de explotación de la mano de obra, la contaminación ambiental más concentrada y grave del mundo. iPads y computadores modernos a la mano, sí, pero de nuevo: eso solo es bueno en un paradigma de que mejor es más rápido, más grande y más barato. El desarrollo no son computadores y blackberrys, no es cemento ni edificios o autopistas. La verdadera civilización de una sociedad no debe medirse con la lógica del *'body count'* de la guerra de Vietnam (por quien en conjunto tenga más dinero, más hamburguesas, más carros), sino por sus niveles de igualdad social, de distribución equitativa de la riqueza, de mendicidad reducida (por cómo estén repartidos esos carros, esas hamburguesas, ese dinero). Es claro que algunas producciones masivas nos facilitan la vida, las camisetas blancas y los zapatos negros, pero esto no implica que todas puedan o deban serlo. Cualquier servicio público, cualquier bien de primera necesidad (agua, energía, salud, combustible, comunicación) debe ser regulado para asegurar el abastecimiento de las localidades donde se produce. Si algo hay que exportar, si algo hay que mostrarle al mundo, que sean accesorios, parafernalia: licores y fuegos artificiales, yates y aviones con baño de oro, pinturas y novelas policiacas. La ruta de la seda era precisamente para eso: para seda, piedras y metales preciosos, telas de lana o de lino, ámbar, marfil, laca, especias, vidrio y corales. ¿Dónde estaría Shangai si, en vez de telares, hubiera negociado el río Huangpu?

Un modelo que privilegie lo artesanal y limite la industrialización a bienes de primera necesidad y la exportación a suntuarios no es inimaginable. Y aquí hay que aclarar que artesanal no significa pequeño solo como para el barrio, ni trabajo a pérdida, ni entre dos personas, ni

⁸⁷ Tanto que solo funciona bajo el látigo férreo de un régimen de único partido comunista.

vestido de ruana y sombrero. No es desprecio de elementos tecnológicos, ni implica cocinar en ollas de barro y con cuchara de palo. Una empresa artesanal es aquella consciente de para quién produce: un pequeño mercado o, cuando mucho lo que, hoy por hoy, se considera un mercado medio, el nacional. La artesanía modifica las recetas si y solo si se trata de encontrar nuevas formas de hacer el producto más agradable, más aromático, más amable. Nunca para abaratar los costos, como hacen las cerveceras reemplazando la cebada por arroz, o las cadenas de comida rápida engordando sus reses con maíz. El artesano permanece en contacto con lo que vende. Sabe que la honestidad de su negocio depende menos de cuánto pueda él controlar la empresa que de cuánto la empresa pueda controlarlo a él. Y para eso, cuando menos, hace falta encontrarse en la misma geografía (vivir en el país en que se comercia). La pretensión de hacer metástasis en el mundo entero es la que hace monstruosos los negocios, porque la desproporción elimina la posibilidad de responder por ellos, y a veces hasta de procesarlos en términos judiciales. Desdibuja las industrias, y las convierte en seres independientes por encima de controles legislativos, administrativos o judiciales.

En Baltimore un joven chef llamado Duff Goldman decidió reunir a sus amigos bajo un lema: *'We have fun with every cake We make'*. En compañía de Geof Manthorne, un arquitecto de Maryland, Goldman se propuso integrar la repostería con la construcción de modelos arquitectónicos. Así nació Charm City Cakes, una pastelería diferente, dedicada a las creaciones temáticas, a la locura de convertir perros, naves espaciales y fantasmas en pasteles. La idea ha resultado tan exitosa que hoy cuenta no con uno, sino con dos shows de televisión, y a través de dos sucursales vende sus productos desde Wichita a Los Ángeles. Otro ejemplo del lema *'push the boundaries'* es la cervecería artesanal, un movimiento que cada vez toma más fuerza en Norteamérica, e incluso en países de cultura aprendida, como Colombia, donde ya hay cerca de cincuenta pequeñas y medianas empresas trabajando en este tema. De allí han surgido, en Estados Unidos, negocios tan destacables como Dogfish Head, conocida por sus excéntricas combinaciones y esfuerzos por resucitar recetas antiguas, como la icónica Midas Touch, una bebida elaborada siguiendo una fórmula de 2700 años de antigüedad. En Colombia encontramos la Bogotá Beer Company, que se autodefine como 'la cervecería pequeña más grande de Bogotá' y que cuenta en su catálogo trece bebidas

malteadas de todos los colores y sabores que la cebada permite. En Medellín la Inducerv, dueña de la Cerveza Apóstol Premium. En Manizales, en proceso de desarrollo, dos empresas que comenzarán a ofrecer rojas, rubias y negras para el mercado local (Cerveza Pasión Colombia, 2012). Compañías que han luchado por la internacionalización y la industrialización, como Cream Helado, de Bogotá, también han encontrado en la artesanía su estrategia futura. No es coincidencia que los mejores productos que hayan sacado al mercado en la última década sean una línea de sabores exóticos bajo el rótulo de 'helados artesanales' que ofrecen, entre otras locuras, helado de tres leches, de maracuyá y leche condensada, de cocada con arequipe. Ante la inminente competencia de titanes como la ya consolidada multinacional Dreyer's Grand Ice Cream, que hoy produce veinticinco millones de litros por año y que será traída a nuestro país por el tratado de libre comercio; para una industria que solo es grande en un mundo de enanos, como Cream Helado, dar la pelea en vainilla, fresa y chocolate sería suicida (History Channel, 2007).

Es posible competir en mercados de multinacionales (el tabaco, el entretenimiento, las armas...), con ideas que no aspiren a ser una de ellas, alcanzar una calidad superior a los industriales y educar el mercado a que compre por estas cualidades. En cambio no es probable producir gaseosas a menor costo que Coca-Cola, ni cerveza a menor costo que Bavaria, ni carros a menor costo que General Motors. No hay cómo mejorar los precios de quien monopoliza los insumos (y sobre todo el subsidio para la producción de insumos), ni cómo superar las cantidades de quienes por sí solos suple la demanda mundial, pero sí hay cómo hacer mejores cosas, para nosotros mismos. La globalización es una realidad. Pero ni es omnipotente, ni existe una única fórmula para enfrentarla. Es posible imaginar una empresa sin la ridícula misión de 'ser el líder', 'ser el principal productor', 'suplir la demanda'. Y que en cambio se proponga objetivos reales, humanos, fundados: un mejor producto, una mejor calidad de trabajo, la conformación de un equipo honesto, una ética fuerte.

Mencioné al comienzo que la libertad como valor absoluto es un sofisma. Por último señalo que también lo es la igualdad. Abusar de cualquiera arruina la vida. Los seres humanos somos distintos por naturaleza, y que una dictadura nos equipare es acaso peor que el que nos divida la enfermedad de la acumulación de minerales. Algo se tiene

que haber aprendido de los experimentos socialistas y comunistas del siglo pasado; en principio, que experimentar con la libertad no resulta bien. Y lo que machacan a diario los defensores del capitalismo salvaje: que en la seguridad, en la sana competencia, la tecnología avanza más despacio. Puede que sí, pero eso es tolerable, de repente hasta benéfico. Los veinte millones de muertos que nos dejó Stalin nos recuerdan que no vale de nada la justicia social sin libertad. Los excesos de las multinacionales hoy nos vuelven a decir que tampoco vale mucho la libertad sin justicia.

Referencias

- Abad, H. (2010). *Hidalgos y doctores*. *Elespectador.com*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/opinion/columnistasdelimpreso/hector-abad-faciolince/columna-228783-hidalgos-y-doctores>
- Adlesic, T., Fox, J., Gandour, M., Roma, D. (productores) & Fox, J. (director). (2010). *Gasland* [Documental]. Estados Unidos: International WOW Company.
- Arango, P. (2009). La farsa de las publicaciones universitarias. *El malpensante.com*, (97). Recuperado de http://www.elmalpensante.com/index.php?doc=display_contenido&id=1031
- Bogdanich, W. & Koli, E. (2003). Bayer vendió a Latinoamérica y Asia fármacos con alto riesgo de contagiar el sida. *El País*. Recuperado de http://sociedad.elpais.com/sociedad/2003/05/22/actualidad/1053554402_850215.html
- Cerveza Pasión Colombia. (2012). *Cerveza-Pasión-Cerveza-Colombia*. Recuperado <http://www.facebook.com/pages/CERVEZA-PASION-CERVEZA-COLOMBIA/188845840876>
- Hernández, R., Ibarra, Y., Negrete, L., Sosa, M. (productores) & Smith, G., Hernández, R. (directores). (2011). *Presunto Culpable* [Largometraje documental]. México: Abogados con Cámara; Instituto Mexicano de Cinematografía CONACULTA; Fondo para la producción cinematográfica (FOPROCINE).
- History Channel. (2007). *Maravillas Modernas. Los secretos de la comida chatarra*. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=7iwWgB8ljgQ&feature=relmfu>
- Joseph, P. (productor y director). (2008). *Zeitgeist: Addendum* [Documental]. Estados Unidos: GMP
- Kenner, R., Pearce, R. (productores) & Kenner, R. (director). (2008). *Food, Inc.* [Documental]. Estados Unidos: Participant Media, River Road Entertainment, Magnolia Pictures.

- León, J. (2011). Robledo y Coronell lograron poner a Saludcoop contra la pared. *La Silla Vacía*. Recuperado de <http://www.lasillavacia.com/historia/robledo-y-coronell-lograron-poner-saludcoop-contra-la-pared-24282>
- Moore, M. (Director y productor). (2007). *Sicko* [Documental]. Estados Unidos: The Weinstein Company / Dog Eat Dog Films.
- Pennink, A. (Productor y director). (2008). *The Ascent of Money* [Película]. Rusia: Channel 4, BBC y Chimerica Media Production.
- Robledo, J. (2009). *Otra Zona Franca bastante especial*. Polo Democrático Alternativo MOIR. Recuperado de <http://www.moir.org.co/OTRA-ZONA-FRANCA-BASTANTE-ESPECIAL.html>
- Sanchez, J. (entrevistador). Lozano, J. (entrevistado). (2012, 5 de abril). El senador Juan Lozano se refiere a la denuncia en contra del director del ICBF, Diego Molano por el incumplimiento en el programa de soporte nutricional. *La W Radio*. [Archivo de audio]. Recuperado de <http://www.wradio.com.co/noticia/el-senador-juan-lozano-se-refiere-a-la-denuncia-en-contra-del-director-del-icbf-diego-molano-por-el-incumplimiento-en-el-programa-de-soporte-nutricional/20120412/nota/1668756.aspx>
- Schlosser, E. (2012). *Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal*. Boston, Estados Unidos: Houghton Mifflin Harcourt.
- Semana. (2011a). Casos. *SEMANA*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/casos/162272-3.aspx>
- Semana. (2011b). Despelote en las cárceles. *SEMANA*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/despelote-carceles/162271-3.aspx>
- Semana. (2011c). Jaque al Rey. *SEMANA*. Recuperado de <http://www.semana.com/gente/jaque-rey/160457-3.aspx>

MODELO DE ASOCIATIVIDAD PARA GENERAR DESARROLLO EMPRESARIAL

Zaida Yurany Ruiz Rozo¹

¹ Estudiante de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Administración de Empresas VIII semestre. Grupo de investigación IDEAS (Investigadores para el Desarrollo Empresarial Agroindustrial Sostenible) Email: zyrr6@hotmail.com

Resumen

La cooperación es la base de la asociatividad, y esta es la base para la construcción de una visión compartida que posibilita la consecución de sueños u objetivos. Los resultados de la investigación permiten fundamentar el conocimiento alrededor de la asociatividad y sus diferentes formas de ejercicio, conocer el contexto de su aplicabilidad en países como España, Suiza, Venezuela, Holanda y Colombia y describir de manera particular el caso de Sociedades Agropecuarias de Transformación, SAT, como mecanismo de asociatividad y modelos de asociatividad desarrollados en Boyacá. El conocer experiencias asociativas diversas permite evidenciar el comportamiento de variables o factores críticos de éxito para la asociatividad y a partir de ellos construir un modelo.

Palabras clave

Asociatividad, modelos de negocio, Sociedades Agrícolas de Transformación.

Abstract

Cooperation is the basis of partnership and this is the basis for building a shared vision that enables the achievement of dreams or goals. The research results allow the knowledge base about the association and its various forms of exercise, knowing the context of their applicability in countries like Spain, Switzerland, Venezuela, Colombia and the Netherlands and particularly describing for Agricultural Transformation Societies SAT, as a mechanism of association and partnership models developed in Boyacá. Knowing associative experiences show different behavior allows variables or critical success factors for the association and from them builds a model.

Keywords

Partnerships, business models, Agricultural Transformation Societies.

Introducción

La globalización implica cambios en la infraestructura productiva y en los modelos de negocios de las organizaciones para generar competitividad individual y propender por el desarrollo de territorios y regiones.

La empresa juega un papel importante como motor del crecimiento de las regiones en las que se localizan, generando economías de articulación desde el curso de las interrelaciones entre economías de afluencia, de unión y de escala. Por tanto, una gran parte del crecimiento metropolitano de las ciudades que no son capital de Estado, responden al efecto de las implantaciones de nuevos patrones de negocios que desvirtúan el esfuerzo individual y la competencia de las unidades económicas y alientan más bien los esfuerzos mancomunados de industrias afines y complementarias, a la cooperación entre ellas, el trabajo en equipo y el competir como grupo para satisfacer necesidades conjuntas y enfrentar el reto de los mercados internacionales. Estos nuevos modelos de negocio como las cadenas productivas, los clúster, las alianzas estratégicas, etc., necesitan como ingrediente fundamental la cooperación, y pensando en esta, la *asociatividad* se puede considerar como el elemento clave. Por esto, es importante determinar cómo se debe ejercer la *asociatividad* y sus implicaciones en el desarrollo del departamento.

El desarrollo de este trabajo contribuirá al fortalecimiento y adecuada aplicación del concepto de *asociatividad* al interior de las organizaciones, de tal forma que se convierta en objeto de análisis crítico, al encontrarse inmerso en su correlación con el desarrollo empresarial. El trabajo está dividido en 4 fases que corresponden al mismo número de objetivos específicos, donde la primera analiza y documenta algunos referentes teóricos alrededor de la asociatividad empresarial para elevar la competitividad y como respuesta para enfrentar el fenómeno de la globalización; la segunda fase amplía la construcción del estado del arte sobre representaciones sociales que fundamentan la asociatividad a nivel nacional y mundial, tomando como casos España, Suiza, Holanda y Colombia, en la cual se ha avanzado en el planteamiento de generalidades sobre el manejo de la colaboración, dado que se encuentra en construcción; la tercera fase estudia y evalúa las Sociedades Agropecuarias de Transformación, SAT, como mecanismo

de asociatividad; y por último la cuarta fase estudia modelos de asociatividad desarrollados en Boyacá.

Se aborda la teoría relacionada con la asociatividad y su relación con el desarrollo empresarial en el mundo global, los aspectos relacionados con las formas de asociación que se dan en el ámbito empresarial, la cultura empresarial, costumbres y hábitos, y en general las características de la asociatividad.

Los resultados de esta primera fase de investigación se muestran alrededor de la asociatividad como estrategia de competitividad. Se encuentra en ejecución la segunda fase del proyecto la cual va a definir las variables del modelo asociativo, para generar desarrollo empresarial; parte de la hipótesis que el ser individual empresarial no sobrevive y que requiere de la asociatividad para ser sostenible. Se abordó como población a empresas ubicadas en la provincia centro y el corredor industrial del departamento de Boyacá, la información se recolectó a través de entrevistas y encuestas estructuradas para ser analizada, descrita e interpretada.

3. Desarrollo

3.1 Asociatividad empresarial

Dado el actual contexto económico, nuestra pretensión es un intento por responder a los interrogantes que se hacen los ciudadanos, respecto al manejo de una empresa. ¿Qué hacer para enfrentar como empresa el fenómeno de la globalización? Las Pyme se han visto enfrentadas a un mercado abierto ante el TLC, se ha generado en ellas inseguridad, temor y deseo de hallar soluciones para subsistir. Ante lo cual pensadores como Michael Porter y Klaus Esser, entre otros, proponen como solución empresas competitivas; es así, como en el mundo empresarial se han suscitado nuevos modelos de negocio y nuevas tendencias administrativas para lograr competitividad.

Dentro de la filosofía de los nuevos modelos de negocio se encuentra como eje central la “coopetencia” cuyo significado, *cooperar con la competencia*, refleja la necesidad imperiosa de trabajar en equipo, compartir objetivos empresariales, sumar esfuerzos para conseguir avances tecnológicos, recursos y calidad productiva. Por tanto es

urgente un cambio en la cultura empresarial de los ciudadanos, alejarnos de la individualidad y pensar en la asociatividad, como mecanismo para lograr desarrollo y progreso.

La Asociatividad según Ramón Rosales (1997),

Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. Los objetivos comunes pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de un volumen de materia prima, o generar una relación más estable en el tiempo como puede ser la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías que son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes. (Rosales, 1997)

Dentro de las principales características de la asociatividad Ghosh S. (1996) destaca:

1. "Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes" (p.40): cada empresa vinculada toma sus decisiones en forma independiente.

2. "Puede adoptar diversas modalidades jurídicas y organizacionales" (p.40): es aplicable a una amplia gama de posibilidades dentro de las actividades empresariales como el financiamiento, la inversión, y la operación en sí. Además no se dan restricciones de participación por tipo de actividad de las empresas vinculadas.

3.

No excluye a ninguna empresa por el tipo de mercado en el cual opera: las características de la asociatividad le otorgan a este mecanismo de cooperación interempresas una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción que puede ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales, o incluso para aquellas que no pertenezcan a ninguna red. (Guillen, 2007, p. 40)

4. "Es exclusiva para pequeñas y medianas empresas" (p.40): es un mecanismo de agregación de intereses orientado a las pymes, contrario

a las grandes empresas que ejercen alianzas estratégicas con acuerdos específicos más no colectivos.

El término asociatividad,

Surge como uno de los mecanismos de cooperación entre las empresas medianas y pequeñas que enfrentan un proceso de globalización de las economías nacionales. La globalización económica está redefiniendo los procesos de manufactura, al localizar las fábricas en diferentes partes del mundo, lo cual abre oportunidades, pero, del mismo modo, amenaza las Pymes” que, como señala Rosales (1996), además de verse presionadas a cambiar sus paradigmas gerenciales, requieren diseñar nuevos mecanismos de interrelación con el entorno. (Cafferata, 2005, p. 347)

Dentro de los Nuevos Modelos de Negocios basados en la Asociatividad bajo el concepto de Cooperar con la competencia se encuentran:

Mini cadenas productivas

Son el agregado de actividades desde la obtención de insumos, su transformación, comercialización y llegada al consumidor final; caracterizadas por un reducido número de productores, estas se presentan generalmente en el sector agrícola como cadenas agroalimentarias. (CODEL, s. f.)

Cadenas productivas

Cumplen las mismas condiciones de las mini cadenas, pero, con la excepción de que el número de productores es más amplio dado el tipo de actividad. Se puede decir que es una forma de análisis subsectorial. Se constituyen en sectores agroindustriales desde la provisión de insumos y la unidad productiva hasta el mercadeo final, en esta se incluye organizaciones empresariales y servicios de apoyo conexos al sector. (CODEL, s. f.)

Keriettsu

Según Schulz (1997), son las comunidades empresariales de los fabricantes y sus suministradores directos. Estos proveedores directos suministran exclusivamente a un único fabricante con el que generalmente se conectan tanto en capital y con frecuencia también en

los aspectos corporativos con quién cooperar en todas las cuestiones de gestión. Son grandes grupos industriales, uno de los tres modelos de propiedad más utilizados en Japón.

Consortio

Este modelo consiste en:

Acuerdo entre varias empresas cuyo objetivo principal es desarrollar una actividad económica que va a resultar en rendimientos para todas y cada una de ellas. Un caso muy común de consorcio se presenta en las grandes obras de construcción de infraestructura vial, en las cuales se asocian varias empresas (sin llegar a fusionarse) que se especializan o tienen fortalezas en diferentes campos, unas en topografía, otras en geología, otras porque tienen la maquinaria pesada, otras debido a la calidad de sus ingenieros civiles, etc. [...] Los consorcios suponen ventajas como: Aumentar y complementar la oferta de las empresas individuales, los costos y gastos son compartidos y por lo tanto más asequibles, además hacen más fácil la consecución de recursos financieros. (CEI, 2010, p. 5)

Clúster

Aglomeración considerable de empresas de diversos sectores de la economía en un área geográfica delimitada, con un perfil de especialización determinado y con redes empresariales interconectadas con servicios de apoyo, este se debe basar fundamentalmente en la cooperación de cada uno de sus eslabones o partes. (CODEL, s. f.)

La definición formal dice que un clúster es una concentración de tipo geográfico de empresas e instituciones que interactúan en un campo particular. Incluyen entre otros proveedores especializados, servicios, infraestructuras de Apoyo. Generalmente los clúster se extienden verticalmente en la cadena de valor y lateralmente hasta la tecnología, sectores relacionados etc., Muchos de ellos, Incluyen instituciones gubernamentales y de otro tipo, como las universidades, parques tecnológicos, y de servicios especializados de educación, información, reciclaje y apoyo técnico. (Arbonías, 2000, p. 57)

A pesar de la definición formal, hay que entender que un clúster como tal se rige por una serie de relaciones en el común conocidas como

redes, donde prima la literalidad; es decir, la capacidad de diálogo con otros sectores al sector base del clúster, en especial cuando se trata de transferencia de conocimiento, pero en general se distinguen:

La red horizontal que hace una plena referencia a empresas (pymes, grandes empresas y holding) de similares características en cuanto a tamaño, sector, localización y etapa del proceso productivo. Básicamente estas redes se presentan en relaciones de colaboración entre empresas y con el entorno institucional. Por su parte las *redes verticales* hacen alusión a la integración de empresas en diferentes condiciones como tamaño, sector y etapa del proceso productivo.

Este tipo de redes trata de encontrar sinergia de la eficiencia con la competitividad entre empresa-cliente-empresa, empresas-proveedores o proveedores-distribuidores; las redes verticales maximizan la competitividad y la productividad de diferentes agentes o eslabones de un proceso o un conjunto de procesos, por tal razón se han distinguido formas de encadenamiento propias de estas redes.

3.2 Representaciones sociales que fundamentan la asociatividad a nivel nacional y mundial, tomando como casos España, Suiza, Holanda y Colombia

En países como España, Suiza, Holanda y Colombia lo que más interesa a los gobernantes es ofrecer apoyo a sus empresarios pues son estos los que mueven la economía de un país a través de la generación de capital.

En la mayoría de países con tendencia a un capitalismo solidario este tipo de pensamiento es generalizado debido a que todos entienden que en la era de la globalización es necesario actuar conjuntamente y lograr que sus micros y pequeñas empresas creen una fortaleza indestructible contra los productos que llegan a su territorio. De esta manera, consiguen gracias a la integración de las economías que cada empresa se sienta respaldada por otra; teniendo confianza en que sus debilidades van a ser contrarrestadas por otra empresa y que sus fortalezas los van a promover para obtener el fin propuesto.

En el caso de Colombia se estudió de forma individual para conocer qué medidas están empleando los empresarios de esta región conforme avanza la apertura de mercado,

En Colombia, las pymes se ven, cada vez con más frecuencia, obligadas a discutir estrategias conjuntas entre productores, manufactureros y comerciantes que promuevan una eficiencia colectiva y acuerdos de beneficio mutuo. Diseñar y adelantar estrategias conjuntas pasa a ser no solo una posibilidad para desarrollar ventajas competitivas, sino un requisito básico de sobrevivencia para las Pymes. Incluso algunas estrategias individuales de empresas tendrán éxito en la medida que aquellas sean complementadas con estrategias colectivas. (Betancur, 2005, p. 29)

Es difícil encontrar que las personas compartan la idea de pensar conjuntamente y esto es lo primero sobre lo que hay que actuar. Muchas de estas personas han acudido a los llamados hechos por la gobernación y las diferentes alcaldías acerca de ser generadores de una nueva cultura, un cambio de pensamiento que los haga comprender la magnitud de lo que se podría lograr conjuntamente; en estos espacios se le explica a un agricultor, campesino, empresario, las formas de subsistir en el nuevo y cambiante ambiente empresarial para luchar contra la apertura del mercado; y los ayudan paso a paso con esta interconexión para prevalecer aprovechando sus fortalezas y acortando sus debilidades, triunfando todos con un beneficio común.

3.3 Evaluación de las SAT, como mecanismos de asociatividad

En Colombia mediante la ley 811 de 2003 se crean las SAT. La misma ley las define como sociedades comerciales constituidas como empresas de gestión, sometidas a un régimen jurídico y económico especial que, tienen por objeto social desarrollar actividades de pos cosecha, comercialización de productos perecederos de origen agropecuario y la prestación de servicios comunes que sirvan a su finalidad.

Se evaluaron 5 sociedades agrarias de transformación con la aplicación de 261 encuestas a los asociados y se obtuvo que las SAT constituyen un nuevo tipo de sociedad para atender las necesidades de los productores agropecuarios de Colombia. Como mecanismo de asociatividad se encontró en primera instancia que los asociados definen la asociatividad como la unión de personas en busca de beneficios económicos y comerciales a través del trabajo en equipo para alcanzar objetivos y beneficios comunes; un 86,6% de los socios conocen los objetivos de

asociarse y un 54.39% están dispuestos a la asociatividad; los encuestados reconocen que la asociatividad trae buenos beneficios, existen las capacidades para asociarse así como una cultura asociativa y un trabajo en equipo.

Durante el proceso de asociación de las SAT, estas han propiciado la integración de los procesos de cosecha, selección y comercialización; se garantizó el funcionamiento de la cadena productiva; se realizó seguimiento del producto por parte de los productores, éstos podían ver la selección de su producto; se organizaron actividades conjuntas; y se contó con la dirección administrativa y la colaboración entre socios. En cuanto al aporte para el logro de mejores niveles de ganancia está el buen precio del producto, la mejora en la calidad del producto, el aumento de la producción y los canales de comercialización, la agregación de valor al producto, se notó por otra parte, la disminución por estafas, incumplimientos económicos, condiciones de mercado y fallas en la planificación de la producción. En cuanto al cumplimiento de las expectativas de las SAT fueron excelentes porque se consiguieron los objetivos propuestos, se pensó en el bienestar de los asociados y se recibió apoyo, se comprobó que se percibe como una buena forma de asociatividad, se vio crecimiento y oportunidades; sin embargo, se obtuvieron también resultados negativos principalmente porque los directivos robaron y engañaron, hubo pocos ingresos, los resultados pudieron ser mejores con mayor organización, cumplimiento y liderazgo.

Aun cuando las expectativas de los empresarios fueron satisfechas solo en un 51,6%, las SAT como mecanismo de asociatividad, han generado un impacto positivo en la disposición hacia la asociatividad, pasando del 54,39% al 73,67%.

Cabe decir que los ingredientes fundamentales para el ejercicio de la asociatividad son la actuación en valores, aspectos gerenciales y organizacionales efectivos, acompañamiento en el proceso y concreción de resultados.

En general los principales beneficios de asociatividad, SAT, han sido el incremento en asistencia técnica 100%, en venta y comercialización del producto 67,69%, integración de la cadena productiva 62,56%, en nivel de ganancia 54%, abastecimiento de mercados 52,27 y en precios

47,65%, no se han desarrollado ningún tipo de beneficios en facilidades de inversión ni en consecución de financiación.

3.4 Asociatividad en Boyacá

La asociatividad empresarial en el sector agroindustrial del departamento de Boyacá se ha venido implementando hace aproximadamente 15 años, con el fin de fortalecer, consolidar y proyectar actividades económicas que beneficien a los pequeños agricultores de la región, para ello se han gestionado asociaciones de diversa índole, las cuales se han conformado por motivación de los empresarios y productores, o por convocatorias realizadas por la gobernación de Boyacá.

Muchas de las asociaciones dedicadas a la agroindustria, en el corredor agroindustrial de Boyacá se han quedado en la etapa de creación; es decir, nunca llevaron a cabo la actividad para la cual fueron creadas; sin embargo, existen algunas asociaciones que han logrado permanecer y consolidarse dentro del sector, donde desarrollan sus actividades de agricultura, ganadería, riqueza forestal y pesca, llevando a cabo labores de producción, transformación, comercialización, distribución y asesoría técnica.

Se han identificado seis tipos de asociatividad empresarial, de los cuales los más acogidos por los empresarios del sector agroindustrial son las asociaciones y las cooperativas, seguido de las Sociedades Agrarias de Transformación y Empresas Asociativas de trabajo, y los menos implementados son las corporaciones y pre cooperativos.

Dentro de los factores que han motivado a los empresarios del sector agroindustrial a la creación de estos tipo de asociatividad, están el deseo de agremiarse para buscar beneficios que redunden en el bienestar del grupo y la necesidad de obtener apoyo de entidades públicas y privadas que les brindan un soporte de carácter técnico, económico, financiero y tecnológico permitiéndoles fortalecer la cadena productiva.

En cuanto a los componentes legales de la asociatividad empresarial se encontró que existen documentos que les permite representarlos como asociación como lo son escritura pública, registros de cámara de comercio y la DIAN, además cumplen con sus obligaciones tributarias.

En la parte organizacional se componen de asamblea general, junta directiva, gerente o representante legal, y en ocasiones órganos de control como junta de vigilancia y revisor fiscal.

Los valores que rigen las asociaciones son la responsabilidad, constancia, sociabilidad, laboriosidad, cooperación, lealtad, compromiso, honestidad, solidaridad, sentido de pertenencia y el respeto por la naturaleza.

Dentro de las ventajas de asociarse están el comercializar a gran escala, obtener incentivos o beneficios estatales, tener reglas claras y beneficios tributarios. Dentro de las desventajas se encuentran el desconocimiento de las normas que las rigen.

Algunas de las asociaciones empresariales durante su trayectoria han recibido de proveedores, clientes, consumidores y empresas públicas y privadas, capacitación, recursos, maquinaria e insumos y el reconocimiento a su labor además de experiencia.

Conclusiones

En general, el concepto de asociatividad corresponde a la unión de personas que trabajan en equipo para lograr beneficios económicos y comerciales comunes, se relaciona con el impacto en el mejoramiento de la calidad de vida, construido a base de confianza y compromiso.

Se observan similitudes en las estrategias gubernamentales de los países España, Suiza, Venezuela, Holanda y Colombia, en la promoción de la asociatividad, y cooperación entre empresas.

En la provincia centro del departamento de Boyacá, la asociatividad ha formado parte del desarrollo empresarial, las cooperativas y pre cooperativas que han surgido dando aprovechamiento a los recursos tanto humanos como financieros y el apoyo gubernamental han generado empleo, algunas únicamente para los socios y en un menor porcentaje han vinculado personal ajeno a la asociación, aunque su permanencia en el mercado está influenciado por la falta de estructura organizacional que fomente la motivación y el buen manejo de tácticas administrativas, ocupan un renglón importante en el sector agroindustrial.

Los empresarios objeto de estudio reconocen como ventajas de los modelos de asociatividad la comercialización a gran escala, obtener beneficios e incentivos estatales, se trabaja para obtener un beneficio común; en cuanto a las desventajas las principales son que solo aplican para economías solidarias y no se tiene el suficiente conocimiento para aplicar la normatividad.

El ejercicio de la asociatividad requiere de un trabajo conjunto que involucre al sector productivo, a la academia y al Estado.

Referencias

- Arbonés, A. (2000). El Cluster del Conocimiento. *Nueva Revista De Política Cultura y Arte*, (70), 57-62.
- Betancur, C. (2005). *La asociatividad, cadenas productivas y clúster, estrategias competitivas para las Pymes en un Mercado globalizado*. Bogotá D.C.: Cámara de comercio.
- Cafferata, V. (2005). *El Mercosur*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/Vivi2009/trabajo-final-el-mercosur-2006>
- CEI. (2010). *Asociatividad*. Recuperado de http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf
- CODEL. (s. f.). *Competitividad y Desarrollo Local*. Recuperado de http://www.uptc.edu.co/export/sites/default/facultades/f_economicas/pregrado/administracion/documentos/CODEL.pdf
- Guillen, A. (2007). *Las Redes Empresariales como una Alternativa para las Pequeñas y Medianas Empresas del Sector Plástico en el Estado Lara*. Tesis de maestría. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Lara, Venezuela.
- Rosales, R. (1997). La Asociatividad como Estrategia de Fortalecimiento de las PYMES. *Revista Capítulos*, (51).
- Schulz, H. (1997). The change in the automotive industry - a comparison between Europe, USA, Japan. *Scielo*. 7, (1), 57-67. São Paulo.

LA GESTIÓN EMPRESARIAL ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN LAS ORGANIZACIONES MODERNAS?

Carlos Andrés Vargas Buitrago⁸⁸
Carolina Solarte Gómez⁸⁹
Isabel Cristina Moreno Soto⁹⁰

⁸⁸ Estudiante de la Unidad Central Del Valle Del Cauca – UCEVA-. Programa de Administración de Empresas. Grupo de Investigación en Gestión Empresarial GIDE; Semillero de Investigación Gestión Empresarial.

⁸⁹ Estudiante de la Unidad Central Del Valle Del Cauca – UCEVA-. Programa de Administración de Empresas. Grupo de Investigación en Gestión Empresarial GIDE; Semillero de Investigación Gestión Empresarial.

⁹⁰ Estudiante de la Unidad Central Del Valle Del Cauca – UCEVA-. Programa de Administración de Empresas. Grupo de Investigación en Gestión Empresarial GIDE; Semillero de Investigación Gestión Empresarial.

Resumen

La Gestión Empresarial describe las actividades fundamentales del proceso administrativo, precisándose así: *planeación*, visualiza la empresa y su entorno, orientando los objetivos, definiendo metas, estrategias y coordinando actividades; *organización*, integra los recursos empresariales, logrando el aprovechamiento de estos, determinando las tareas y quien las realizará; *dirección*, se convierte en el pilar de la comunicación, entre todas las áreas de la empresa, permitiendo alcanzar objetivos, generando responsabilidades y compromisos con las personas que la integran; *control*, cuantifica el desempeño del proceso en comparación con las metas establecidas identificando desviaciones y tomando medidas respectivas. La gestión empresarial se convierte para las empresas en el escenario que identifica y determina las estrategias que buscan su crecimiento, permitiéndoles enfrentar los nuevos retos de la competitividad, para sobrevivir al constante cambio de la globalización. Finalizando, surge la pregunta que se resuelve en el escrito: ¿Por qué es importante la gestión empresarial en las organizaciones modernas?

Palabras clave

Planeación, Organización, Dirección, Control.

Abstract

Management business describes the key activities of the administrative process, such as: Planning, displayed the enterprise and their environment, orienting the objectives, defining goal, strategies and coordinating activities; Organization; integrates the business resources, reaching the exploitation of them, and who will performed; Direction, It becomes into the key stone of the communication, among all the areas in the business, letting achieve objectives, creating responsibilities and commitments with the people that integrates it; Control, quantifies the performance of the process in comparison with the established goals identifying detours and taking preventing measures. Management business it becomes to the enterprise in the stage that identifies and determinate the strategies that look for their growth, allowing them to face the new challenges of competitiveness, to survive to the continual change of globalization. Emerge the question that gets resolution in the

text: Why is so important Management Business in the modern organizations?

Keywords

Planning, Organization, Management, Control.

Metodología

El modelo metodológico para realizar en este escrito está estructurado de la siguiente forma:

- Reflexión y argumentación del por qué es importante la gestión empresarial en las organizaciones modernas.
- Revisión y definición de las cuatro actividades fundamentales del proceso administrativo.
- Selección de los conceptos claves para la elaboración de la estructura conceptual de la gestión empresarial.
- Sintetizar el conjunto de conceptos para dar una hipótesis a la cuestión inicialmente planteada. ¿Por qué es importante la gestión empresarial en la organización moderna?

El diseño metodológico se conformó por el método deductivo, partiendo de datos generales considerados como valiosos para explicar y concluir los aportes que hacen algunos autores respecto a la aplicabilidad del proceso administrativo, como fundamento para la gestión empresarial, haciendo un recorrido documental a las apuestas teóricas referidas al tema en cuestión. La metodología implicó establecer una revisión y análisis de varios conceptos acerca de la gestión empresarial, lo que permitió de esta manera reafirmar su importancia en las empresas modernas y reafirmar la permanencia de aquellas que por años han contribuido al desarrollo empresarial, social, económico y tecnológico, entre otros.

Introducción

¿Por qué es importante la gestión empresarial en las organizaciones modernas? Es esta la cuestión planteada para desarrollar este escrito, y es que resulta sorprendente ver como muchos empresarios, gerentes, líderes y directores de empresas, no reconocen y aplican los conceptos que integran la gestión empresarial, lo que conlleva a que deban tomar la decisión de crear alianzas estratégicas, fusionarse o hasta cerrar la empresa. Otras de las consideraciones propias de este escenario, es la designación de personal gerencial, administrativo y operativo, para la realización de estas actividades sin el conocimiento previo de cada una de estas actividades y sus implicaciones desde el punto de vista interno y externo. Quizás esta es la razón más fuerte para explicar los apuros a

los que muchas empresas han debido someterse y en muchas ocasiones han frustrado su crecimiento y desarrollo; a raíz de esta situación se pretende plantear una hipótesis a manera de dar solución a la cuestión planteada, iniciando con un recorrido histórico sobre el concepto de la gestión empresarial y su evolución, que permita evidenciar la importancia de la aplicación de este concepto para el éxito de las organizaciones modernas.

En los años 30 y 40 las empresas carecían de una gestión empresarial, debido entre otras razones, a la baja competitividad de las organizaciones, esto conllevaba a que las empresas funcionaran de manera tradicional bajo limitados estándares cuantitativos que permitían establecer un recuento de ventas, pagos y ganancias, sin pormenorizar mayor detalle que permitiera un análisis más profundo y posiblemente un mejor manejo del negocio. Por tal motivo, era común ver cómo estas empresas eran dirigidas por personas con una actitud reacia al cambio que generaban una organización cerrada y esquematizada por estructuras triangulares, donde se dificultan los procesos integrales de toma de decisiones, la comunicación y el desarrollo pleno del trabajador el cual se ve limitado a recibir una subordinación sin poder sentir el empoderamiento de su labor, considerándose imposibilitado de desarrollar su creatividad, además de verse subestimado en estas empresas la posibilidad del proceso de expansión de mercados.

A comienzo de los años 50 los mercados fueron evolucionando, de esta forma se empieza a ver un crecimiento en productos, diseños, competencias, tecnología, proveedores, ocasionando así variaciones en precios, costos, términos de calidad, percepción del mercadeo, producción, finanzas y se empieza a divisar la importancia en el talento humano de las empresas. Partiendo de dicho desarrollo que empieza a surgir se denota una saturación en los mercados que interrumpe los procesos que se venían llevando a cabo y creando día tras día elementos nuevos que alteran el ritmo competitivo de los mercados trascendiendo a un nivel globalizado.

Las empresas empiezan a descubrir que precisan obtener información para prever y prepararse ante nuevos futuros cambios, de esta forma se intentan generar los primeros cimientos de una gestión empresarial, basándose en aquellos datos cuantitativos que permitían llevar de

alguna forma un control, que para aquel tiempo ya no era suficiente para subsistir en esta agresiva revolución económica.

La mentalidad de los empresarios empezó a girar en torno a la gestión de sus recursos para obtener procesos de sostenibilidad y desarrollo, además de la identificación de nuevas estrategias que le permitan mantener el nivel competitivo frente a los cambios. La estrategia es uno de los nuevos términos que empieza a invadir el pensamiento y las habilidades de los empresarios, por ello se empezó a promover la gestión de los recursos empresariales con el fin de dar a estos el mejor horizonte y viabilidad, lo que genera excelente niveles de eficiencia, eficacia y efectividad a las organizaciones.

La evolución trajo la necesidad de la gestión empresarial y su entorno, de tal forma que la gestión se convierte en una actividad propia de cada uno de los procesos de la empresa. Algunos autores como Arthur M. Whitehill (1991), Rodrigo Varela (2008) y Marcelo Manucci (2011), tratan de definir el concepto de gestión; sin embargo, no existe un concepto universal que enmarque todo el contexto al cual este se refiere, optimización y manejo de recursos, dinámica administrativa, habilidades gerenciales y otros valiosos aportes que ayudan a construir el concepto de la gestión empresarial. La razón es que hoy en día se puede percibir con claridad que cualquier empresa que no gestione sus recursos con carácter integral, puede quedar fuera del mercado y caer en la obsolescencia a muy corto plazo.

Bajo estas premisas, se justifica la situación inicialmente planteada, con el fin de investigar y analizar la importancia que tiene la gestión empresarial en las organizaciones modernas y a partir de esto generar aportes que contribuya a un mayor desarrollo y crecimiento en la economía, en los sectores, y por ende en el país.

Fundamento teórico

Para la comprensión de la gestión empresarial como parte fundamental en las organizaciones modernas, se abordan a los autores Rodrigo Varela (2008), María del Carmen Martínez Guillen & Marcelo Manucci (2011), los cuales brindan conocimientos sobre el tema, reconociendo la importancia que tiene para las organizaciones modernas, el hacer uso efectivo de ella.

Tal y como se expresa en el libro *Fundamentos de Administración: Conceptos esenciales y aplicaciones*, Robbins & Decenzo, (2009). El gerente debe ser capaz de desempeñar al mismo tiempo todas las funciones del proceso administrativo, tales como planificar, organizar, dirigir y controlar, las cuales están relacionadas entre sí y son interdependientes, éstos permiten implementar estrategias que conllevan a que las organizaciones alcancen sus niveles de eficiencia, eficacia y efectividad, siendo conocedores del contexto empresarial en el cual se ubica. Según Varela (2008), los cambios conceptuales en la gestión de las empresas están sometidos a cambios profundos por la gran dinámica que ha tenido el entorno en el cual se mueven, refiriéndose él en su libro a Hamel (2000), quien plantea una serie de cambios conceptuales que todo empresario debe tener en cuenta para poder adecuar su gestión a ellos y mantener la competitividad y el liderazgo que toda empresa requiere, algunos de ellos, son:

Estamos en la era de la imaginación, esto implica que el problema de toda empresa va más allá de una buena administración de los recursos físicos o económicos que se tienen. Lo que se requiere, es que los recursos humanos pongan en juego toda su capacidad para imaginar nuevas soluciones y para identificar y desarrollar nuevas oportunidades empresariales.

La idea ya no es tratar de vivir y gozar de la riqueza adquirida sino que es construir permanentemente una nueva riqueza. No se trata de conformarse con los clientes adquiridos, el desafío esta en conquistar nuevos clientes y tratar de complacer a estos.

El reto es correr riesgos medidos y moderados para ir enfrentando las dificultades y no quedarse esperando a que ellas lo arrastren de improviso. No se trata de mantener direcciones burocráticas que ni crean ni hacen, sino de tener una organización altamente flexible en todas las facetas que están en constante creación y haciendo nuevas cosas. Estos profundos cambios son citados textualmente desde el libro de innovación empresarial, arte y ciencia. (Varela, 2008, p. 466-467)

Las organizaciones se deben enfocar en la innovación y la creatividad para mantener procesos más flexibles, donde estén dispuestos a asumir cambios, retos y nuevas situaciones que permitan a la organización sobrevivir a las constantes circunstancias dadas en el mercado. Si bien

puede reconocerse esta como la era de la imaginación asumiéndose como un reto para enfrentar los constantes cambios a raíz de la globalización donde es inaceptable caer en una zona de confort con el mercado y los recursos del hoy, por ello la necesidad de innovar, crear y generar ese valor agregado que nos implica asumir ciertos riesgos para tener la posibilidad de ser aún más competitivos.

Se hace alusión al aporte de Marcelo Manucci (2011) el cual habla de la nuevas percepciones de la gestión; el presente se despliega en un conjunto de explicaciones que ordenan los fragmentos del contexto (noticias, decisiones gubernamentales, movimiento de competidores, nuevas tecnologías, conflictos sociales, entre otros temas) con base en un modelo subjetivo de realidad. Así, la percepción fragmentada del entorno adquiere cierta estabilidad a través de un conjunto de significados y explicaciones que le otorgan sentido a los acontecimientos. Desde una estructura subjetiva de realidad, las personas explican los acontecimientos cotidianos, definen decisiones y se proyectan intervenciones sobre el contexto.

Desde el punto de vista corporativo, lo que se denomina como realidad corporativa también es una construcción que define el espacio dentro del cual viven las personas en una organización. En este marco, la gestión de realidades implica la gestión de las construcciones subjetivas que conforman una realidad colectiva; en la construcción de lo cotidiano basadas en sus ideologías, en sus principios, en sus valores, en sus creencias, ideas y actitudes, todo esto enmarca unas políticas en la empresa la cual involucra unas reglas de funcionamiento las cuales deben ir ligadas al proceso y a los métodos con los que se quiere desarrollar una gestión empresarial en la organización.

De acuerdo a esta perspectiva es estratégico gestionar una nueva actitud al interior de la organización que haga que la gente, que es su componente más valioso, este todo el tiempo generando ideas, cambios, innovaciones y mejoras, para que de esta manera, la empresa se pueda transformar en una organización dinámica con potencial de crecimiento.

Adicionalmente Arthur (1991), relata como casi todas las políticas y prácticas comerciales por las que los japoneses son famosos hoy, surgen a partir de los largos periodos de guerra, humillaciones y derrotas, todo

cambia en la segunda guerra mundial, si bien es cierto que la raíz de la gestión empresarial en Japón empezó a surgir de dicha forma. La gestión empresarial actual es moderna en todos sus aspectos y reflejo del notable entorno de los hechos que han llevado a Japón de la humildad de la derrota hasta el orgullo nacional producto de un llamado "milagro económico" que envidia todo el mundo, por tanto se puede entender cómo la historia de Japón ha sido todo un proceso de gestión para poder superar aquellas adversidades y poder aplicar hoy en día el concepto de una eficiente, eficaz y efectiva gestión al punto de lograr reconocer el éxito de las empresas japonesas por su gestión empresarial actual.

El sistema feudal en Japón enmarcaba un poder tan descentralizado y jerarquizado, donde el poder estaba en unos pocos comandantes de la nación y en la base se encontraba la estructura social, los cuales eran considerados como comerciantes incapaces de crear y cuya ocupación solo era el traslado de bienes. Esto constituyó una sociedad poco cohesionada que llevaría a una explosión industrial japonesa que vendría después de la era feudal, dicha situación representaría un fuerte cambio para todos los sectores del país, por ende con el fin de mitigar fuertes impactos se establecen conductas e instituciones de apoyo que adquirieron importancia en el principio del siglo XIX y así empieza a mejorar el estatus en la sociedad. Las empresas no podían hacer caso omiso a esta situación de orden social que estaba ocurriendo, de tal forma debieron prepararse para poder enfrentar el sin número de posibles impactos tanto positivos como negativos, por ende he aquí una razón más que exige un cambio en la gestión empresarial de dicha época, exige una nueva planeación, organización, dirección y control de todos aquellos escenarios que sin duda la sociedad les podría proveer, para entonces una nueva y eficiente gestión empresarial se encargaría de convertir todas aquellas amenazas en oportunidades y toda debilidad en fortaleza.

En la era feudal tras una larga historia de guerras civiles, inevitables apogeos y caídas en luchas, Japón dio la bienvenida a más de dos siglos de paz bajo la hegemonía del clan Tokugawa (sistema de ese entonces) empezó a reinar el orden, la estabilidad en la sociedad la cual era segura y cómoda, para la mayoría de los japoneses, Japón era el mundo, una sola raza, una sola lengua y un líder estricto; su elevado nivel de educación, el conocimiento de la imprenta hizo posible una

comunicación interna muy eficiente para promover la identidad de los japoneses, sin embargo era un país, aún con mente cerrada para la comunicación con el mundo externo, todos estos factores relacionados con la cultura de Japón, su gente, sus habilidades, sus debilidades y sus fortalezas jugaban un papel fundamental en la gestión que las empresas solían tener, por tanto puede decirse que el entorno forma aquella gestión en las organizaciones.

El sistema Tokugawa⁹¹ se derrumba en la segunda mitad del siglo XIX debido a problemas internos y amenazas militares que se emprenden en el mundo exterior, la clase gobernante enfrenta crecientes problemas financieros y era casi incapaz de ajustarse al continuo aumento del comercio por parte de las ciudades Bárbaras, que además venían muy bien armadas. Esto puede explicarse como la mentalidad de supervivencia de Japón, llevó a transformar la antigua gestión, todo cambia, el entorno cambia y por ende las organizaciones empiezan a alterar su gestión, las variables de competitividad, la apertura de mercados, crisis y problemas financieros son otras de las variables que obligan a ver la necesidad de cambiar la gestión en las empresas para poder asumir dichos cambios dados en su medio, de esta forma los japoneses empezaron a abrirse a mercados exteriores, a unirse a prósperos comerciantes y así diseñaron planes que abriría al país, razón por la cual la gestión empresarial empezó a modificarse para que dichos cambios en el medio se convirtieran en una gran oportunidad de crecimiento y desarrollo. Gracias a esto a finales de los 80 Japón experimentó increíbles etapas de desarrollo que inciden en el sistema de la gestión empresarial actual.

Por otro lado Dave Marcum, Mahan Khalsa & Steve Smith (2003), plantean cómo la obsolescencia en productos y procesos en un mercado global pone a muchas industrias y organizaciones a merced de unas economías globales fluctuantes, los clientes son demasiado inconstantes y es muy difícil sostener la fidelidad a la marca. Las empresas deben hacer su gestión en medio de las crisis, ser ágiles, sensatas, asumir riesgos, que todo el proceso de globalización lleva a enfrentar, uno de los más grandes hechos que pudo haber modificado la historia de la gestión en las empresas, fue que la información anteriormente era autocrática y privilegiada de muy pocos, hoy en día la democracia hace parte de la globalización y los sistemas participativos y

⁹¹ WHITEHILL, La Gestión Empresarial Japonesa: Tradición y Transición, p 31-33.

democráticos parecen ser la cúspide en todos los sectores de la sociedad, es decir la sociedad cambia y por ende las empresas también deberían cambiar, entonces, se enfrenta una incertidumbre a la orden del día, unos desafíos por enfrentar, con una tendencia a aplicar procesos y prácticas que en situaciones anteriores han llevado al éxito, pero entonces, qué sucede si ocurre un desafío más grande y por ende más nuevo que los anteriores. Arnold Toynbee (citado en Marcum, Smith & Khalsa, 2003) quien fue uno de los mayores historiadores de ese tiempo, decía: "nada fracasa tanto como el éxito". Entonces cómo se debe aplicar y modificar la gestión empresarial moderna, cuando lo que se busca es sobrevivir ante los paradigmas del hoy. Ante este planteamiento solo se puede resolver lo siguiente: en la vida hay tres cosas constantes y confiables: el cambio, los principios y la libertad de elegir. El cambio y la libertad de elegir se relaciona al poder para adaptarse ante todos los cambios del entorno; pero existe una necesidad que se debe tener en cuenta y que es inamovible: son los principios, pues estos representan el horizonte y el verdadero norte en medio del cambio y la dinámica global. Estas tres constantes son fundamentales e ineludibles de olvidar en una gestión empresarial moderna, la combinación de estas junto a todo el proceso administrativo representa un factor exitoso en la nueva era de gestión empresarial.

El aporte de Marc Van Der Erve (1990)⁹², se refiere a la importancia que tiene la visión en las empresas y de la concientización que debe tener el gerente de la organización, ya que una visión clara permite fijarnos un objetivo estable y concreto, es decir, que si se tiene una visión bien establecida se abren horizontes positivos; se alcanzan resultados óptimos en todos los procesos, dando así un mejoramiento y desarrollo continuo.

La visión de una organización debe ser sencilla y de fácil comprensión para todos los miembros que la conforman; la visión no solo nos muestra que quiere lograr en un futuro, si no como y para que gestionar las acciones, los recursos, la tecnología, entre otros para alcanzar esa visión en el largo plazo.

⁹² Marc Der E. (1990). *El futuro de las organizaciones, Visión y cultura corporativa*, Colombia: Legis p.21

La visión va muy ligada al valor agregado que la organización pueda ofrecer, este último es el que hace que la empresa sea más competitiva en el mercado, haciéndolo más fuerte frente a la competencia, logrando de esta manera un equilibrio en el proceso administrativo y alcanzando la optimización en la gestión empresarial.

Se debe tener en cuenta que la visión debe generar impacto positivo a los colaboradores de la organización, para que estos tomen conciencia de la importancia que tiene una buena gestión empresarial, para lograr las metas propuestas a largo plazo e inicien, nuevas maneras, métodos y estrategias, en sus labores diarias.

Haciendo énfasis en el tema de la visión, se debe tener en cuenta dos temas muy importantes tales como el valor agregado y los productos de la entidad, que van ligados a la gestión empresarial mostrando la forma como se debe aplicar o utilizar el valor agregado en todos los productos, en las negociaciones, dándole pautas muy importantes sobre cómo se debe vender más, y cómo se debe mejorar el servicio, elaborando y trazando un mapa de la entidad y conociendo y mejorando su producto, no toda empresa siempre se conoce por su producto o su servicio, no siempre el producto está relacionado en ella, se busca es respaldar o dar una garantía logrando mejorar su gestión empresarial. En sí el ejemplo que se observa en el libro "El futuro de la gerencia"⁹³, evidencia como aplica el valor agregado en una empresa y da mejores resultados, como es el caso de ofertarlo por medio de un *Sears* (venta por internet e innovación.) y así poder responder competitivamente en el mercado mundial. En sí lo que se busca es responder a las necesidades del cliente para así mejorar el servicio y brindar una satisfacción plena pretendiendo a su vez mejorar las relaciones para entre empresa-cliente, recordando que la clave de la gerencia está en la innovación gerencial que constantemente se aplique de manera estratégica para alcanzar los objetivos planteados por la gestión de las empresas.

La innovación juega un papel importante en cuanto al desarrollo de mejora continua, como también en la generación de valor, estos procesos no son solo de los procesos productivos, sino también de los

⁹³ GARY, H. & BILL, B. (2007). *The Future of Management*. Estados Unidos: Harvard Business School Press.

servicios. Situación que conlleva a realizar las gestiones pertinentes para tener una organización en desarrollo.

Resultado y hallazgos

Haciendo mención a la definición de gestión empresarial, como una actividad administrativa que a través de diferentes acciones e individuos especializados, como directores, consultores, productores y gerentes, busca mejorar la productividad y la competitividad de una organización, dicha actividad fundamenta el proceso por el cual se logra la realización de una operación, una actividad o un proyecto⁹⁴, de tal forma que una gestión siempre busca resultados óptimos en un área, metas u objetivos de una empresa.

Hablar de gestión empresarial envuelve las actividades fundamentales del proceso administrativo⁹⁵, con el propósito de cumplir lo establecido por la organización. A fin de una mayor comprensión se analizarán estos conceptos pormenorizando su importancia en la gestión empresarial. A partir de los aportes de Robbins & Decenzo en su libro *Fundamentos de la Administración* y Arthur M. en *La Gestión Empresarial Japonesa: Tradición y Transición*⁹⁶ los cuales argumentan y evidencian la importancia del proceso administrativo en la exitosa gestión empresarial, además se agrega, que al tener claridad en cada una de estas etapas se podría identificar fácilmente los posibles errores que se pueden estar generando en la gestión de las empresas logrando así grandes ventajas competitivas para el desafío que enfrentan las empresas modernas en direccionar su gestión empresarial.

La planificación es la actividad donde se visualiza todos los objetivos y metas de la organización, esto apoyado en todas las estrategias generales que se utilizan para alcanzar dichas metas, por medio de planes que integran y coordinan las actividades, la planificación empieza presentado a todos los miembros de la organización los objetivos

⁹⁴ León, C. (2007). *Gestión empresarial para agronegocios*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/318/>

⁹⁵ El proceso administrativo son las actividades básicas para ejercer una administración. Robbins, S. & Decenzo, D. (2002). *Fundamentos de Administración*, (3ª Ed.). Pearson.

⁹⁶ Se describe el proceso administrativo apoyándose en el libro de WHITEHILL, A. (1991). *Fundamentos de la Administración parte 2 – parte 5* y en el libro *La Gestión Empresarial Japonesa: Tradición y Transición* p. 139 – 153.

específicos de manera escrita, generando con este medio una planificación formal.

La organización, por su parte, se encarga de dividir los componentes sustanciales y luego integrar los resultados. La organización se encuentra integrada por un gran número de personas, y es parte fundamental de un gerente orientarlas y coordinarlas según la delegación de actividades propuestas para alcanzar lo planeado.

Es función de la organización establecer y delegar niveles de autoridades jerárquicas que permitan implantar responsabilidades a cada uno de miembros de la empresa.

La dirección conecta a este proceso como la encargada de generar un ambiente propicio mediante la motivación, orientación y principalmente una eficaz comunicación entre todas las personas de la organización. El pilar de la dirección es la identificación plena de este factor humano que habita en la organización, para ello emplean métodos de percepción y caracterización de los diversos tipos de personalidades y comportamientos organizacionales.

El control, es la actividad que finaliza el proceso administrativo, y es la encargada de asegurar que se realicen los planes conforme a las actividades anteriores, este está estrechamente relacionado con los procesos de planeación debido a que con él se puede ejercer un seguimiento del cumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

Es por esto que la gestión empresarial en las organizaciones modernas se considera bastante importante, ya que gestionar en una organización, evidentemente es el primer paso de la eficiencia, puesto que esto ayuda a mejorar, a identificar deficiencias, necesidades, falencias, además de fortalecer la empresa, partiendo de que, al hallar las cosas que están mal, se pasará a cambiar la gestión o a crear e implementar acciones de innovación y mejora.

Las empresas aplican todo el tiempo gestión con el fin de movilizar y dinamizar sus recursos para de esta forma lograr optimizarlos, por tanto es común escuchar diversos tipos de gestión en las distintas áreas de la organización permitiendo de esta forma la conexión y activación de dichos recursos, en bienestar de la empresa. Muchos autores ya

mencionados en este escrito, atribuyen la capacidad de liderar mercados y el éxito de las compañías gracias a las buenas gestiones realizadas en las organizaciones.

Referencias

Gary, H. & Bill, B. (2007). *The Future of Management*. Harvard Business School Press.

Gestiopolis. (s. f.) *Cien Años de Management*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/50/cien.htm>

Hamel, G. (2000). *Liderando la Revolución*. Bogotá D.C.: Editorial Norma.

León, C. (2007). *Gestión empresarial para agronegocios*. Recuperado de www.eumed.net/libros/2007c/318

Manucci, M. (2011). *Contingencias: 5 desafíos de cambio para una nueva década*. Bogotá D.C.: Editorial Norma.

Marc Van, E. (1990). *El futuro de las organizaciones*. Bogotá D.C.: Legis.

Marcum, D., Smith, S. & Khalsa, M. (2003). *Business Think: principios para tomar decisiones acertadas en los negocios: ¡ahora y en cualquier situación!* Bogotá D.C.: Editorial Norma.

Martinez, M. (2013). *La Gestión empresarial: equilibrando objetivos y valores*. Colombia: Díaz de Santos.

Robbins, S. & DECENZO, D. (2009). *Fundamentos de Administración*. México D.F.: Pearson Educación.

Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*, (3ª Ed.). Madrid: Pearson.

Whitehill, A. (1991). *La Gestión Empresarial Japonesa: Tradición y Transición*. México D. F.: Andrés Bello.



NORMA PARA LOS ESCRITORES

La Revista Ensayos recibe colaboraciones originales en forma de artículos y a modo de ensayo, entrevistas, reseñas y traducciones. El interés principal de Ensayos se centra en las lecturas que de las Teorías Organizacionales y Administrativas realicen los lectores de Administración de Empresas; así como de la relación que puedan hacer con respecto a lecturas filosóficas y literarias. Las colaboraciones deben ser enviadas al correo electrónico ***ensayos_fadman@unal.edu.co*** como archivo adjunto, y una copia impresa a la oficina de Ensayos: Campus Palogrande, Bloque F. oficina 501. Universidad Nacional de Colombia sede Manizales.

Los trabajos deben contener título, autor, institución en donde estudia o labora y correo electrónico. Además, debe ir acompañado de un resumen no mayor de 100 palabras en español y en inglés, y un máximo de 6 descriptores o palabras clave. Las referencias bibliográficas deben incorporarse al texto así: (apellido del autor, año de publicación: número de página). En consecuencia, las notas a pie de página serán utilizadas para introducir comentarios. Los trabajos deben estar escritos en letra Arial 12, a espacio y medio y tener una extensión máxima de 5000 palabras.

La recepción de artículos será abierta, la fecha de cierre se indicará oportunamente en el Departamento de Administración y en la respectiva oficina. Todos los ensayos serán sometidos a evaluación anónima en orden de llegada. Los autores serán notificados de la decisión de los evaluadores en los tres meses siguientes a la recepción de las propuestas.

REVISTA ENSAYOS

Facultad de Administración

Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales

Carrera 27 N° 64-60 Campus Palogrande. Bloque F. oficina 501

Teléfono: 8879300 Extensión: 50411

http://gta.manizales.unal.edu.co/ftheadmon/revista_ensayos.php
ensayos_fadman@unal.edu.co

ZONA ARTICULAR

1. Modelo de patentes como eje de innovación y desarrollo económico: una aproximación al caso sur coreano y colombiano (pp. 12-41).
2. El desarrollo de competencias científicas como elemento clave para el incremento de la productividad de las economías de América Latina (pp. 42-57).
3. Derechos Humanos en las grandes organizaciones de Manizales: percepción de jefes de gestión humana (pp. 58-75).
4. El desarrollo de la organización (pp. 76-87).
5. Tricotomía de la administración (pp. 88-97).
6. Relaciones entre literatura y administración en la obra Cien Años de Soledad (pp. 98-113).
7. Proyección social, práctica empresarial y asesoría empresarial en la Universidad Piloto de Colombia (pp. 114-133).
8. Reflexiones sobre la evaluación en la calidad de la educación (pp. 134-145).
9. Imagen de destino turístico de Manizales, proyectada por los entes encargados de promover el turismo en la ciudad (pp. 146-163).
10. La responsabilidad social (pp. 164-176).
11. Filosofía de la ciencia aplicada a la administración (pp. 177-192).
12. Marketing social ¿un engaño especializado para la sociedad? (pp. 193-212).
13. Crítica a un modelo ejecutivo insostenible (pp. 213-230).
14. Modelo de asociatividad para generar desarrollo empresarial (pp. 231-244).
15. La gestión empresarial ¿Por qué es importante la gestión empresarial en las organizaciones modernas? (pp. 245-260).