



ENSAYOS 11

Revista de los estudiantes de Administración de empresas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
SEDE MANIZALES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN



ENSAYOS 11

Revista de los estudiantes de Administración de empresas

Nro. 1

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



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

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

Manizales-Colombia	N° 11	pp 112	Julio-Diciembre de 2019	ISSN 2357-3880 Formato Web-Online
--------------------	-------	--------	-------------------------	--------------------------------------



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: Camilo Younes Velosa
Decano: Jaime Andrés Vieira Salazar
Vice-decano: Alberto Antonio Agudelo Aguirre
Director Departamento de Administración: Óscar Eduardo Meza Aguirre

Dirección Revista Ensayos
José Gabriel Carvajal Orozco

Comité Editorial
Julián Andrés Valencia García
Diana Minerva Idárraga Vallejo
Cristian David Rincón Orozco

Comité Asesor
Elkin Fabriany Pineda (SENA Palmira)
José Gabriel Carvajal (Universidad Nacional de Colombia sede Manizales)
Cristian David Rincón Orozco (Universidad de Caldas)
Jhon Alexander Isaza Echeverry (Universidad del Quindío)

Comité Técnico
Corrección de estilo: Cristian David Rincón Orozco
José Gabriel Carvajal Orozco
Diseño y diagramación: Cristian David Rincón Orozco
Fotografía portada: Carlos Andrés Dávila

Idea original de Jhon Alexander Isaza Echeverry

Correspondencia e información
Facultad de Administración
Universidad Nacional de Colombia sede Manizales
Carrera 64-60 Campus Palogrande, Bloque F, Oficina 501
Teléfono: 887 93 00 Extensión: 50411
http://gta.manizales.unal.edu.co/fteadmon/revista_ensayos.php
ensayos_fadman@unal.edu.co

PRESENTACIÓN

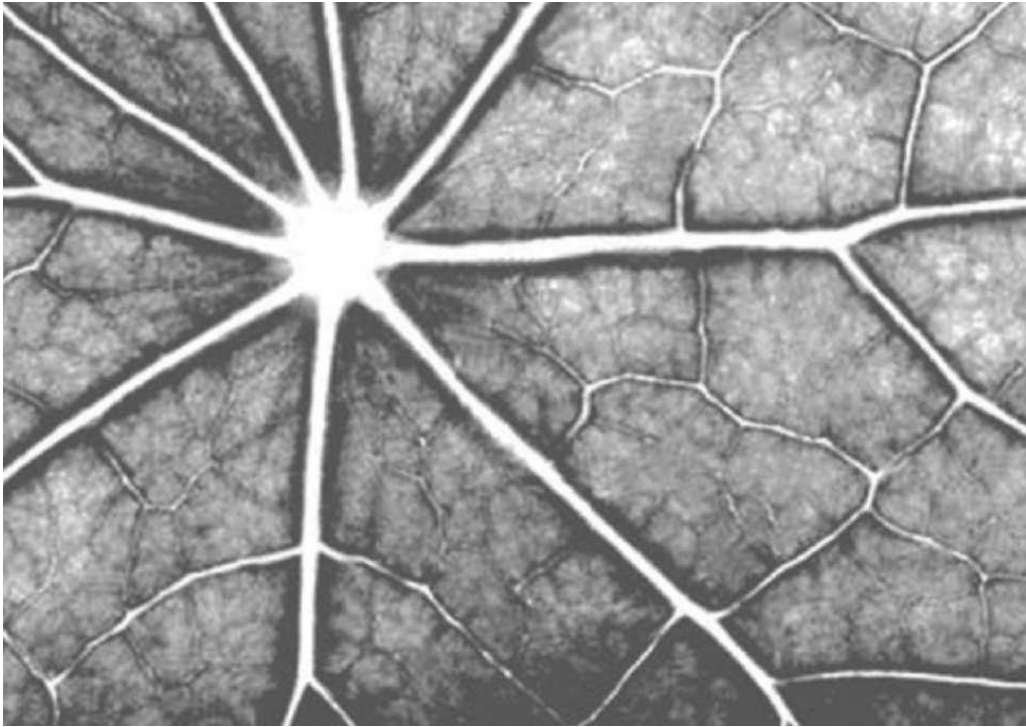
Cristian David Rincón Orozco
José Gabriel Carvajal

La Revista Ensayos es un espacio de reflexión. En ella, los estudiantes de pregrado de áreas afines a la Administración presentan los trabajos que tienen la oportunidad de ser socializados en el FORO de Administración 2019, llevado a cabo en la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales el 5 Y 6 de noviembre del mismo año. En el primer número de su undécima edición, la Revista reúne 10 trabajos de estudiantes de diversas universidades del país: Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, Universidad de Caldas, Universidad del Quindío y SENA Palmira.

El *Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración* hace parte imprescindible de la organización del evento. Abre la convocatoria para que los estudiantes de pregrado que deseen participar como ponentes en el FORO envíen sus trabajos. Tras la revisión de los documentos por parte del Comité Académico, se decide qué trabajos son más prometedores y se preseleccionan para presentarse en el FORO y qué trabajos, por su temática o por su bajo nivel de logro, no serán presentados. Con los trabajos seleccionados se inicia un proceso de mejoramiento consistente en un conjunto de sucesivas revisiones y correcciones. Los documentos que terminan el proceso son programados en el FORO y, si así lo deciden los autores, publicados en la Revista ENSAYOS.

El *Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración* agradece a la Facultad de Administración por su ayuda en la financiación del evento, y a los estudiantes y docentes tutores que con su esfuerzo desinteresado hacen posible el FORO y la Revista ENSAYOS. Muchas gracias.

Renovamos la invitación a las escuelas de Administración para que participen en las próximas ediciones del FORO y de la Revista Ensayos. Para mayor información, pueden entrar a la siguiente página, donde también encontrarán todas las versiones de la Revista Ensayos: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/issue/archive>



ZONA ARTICULAR

EN DEFENSA DE LA RAZÓN HUMANA.
Julián Estevan Guatibonza Barbosa¹

¹ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: jeguatibonzab@unal.edu.co

Resumen.

Diversos autores han intentado encontrar teorías sobre el cómo los seres humanos tomamos decisiones, en este esfuerzo se han creado teorías de decisión, teorías sobre la racionalidad y/o teoría del comportamiento humano basadas en la economía, la psicología y la administración. Sin embargo, estas teorías, aunque han brindado elementos importantes para describir como deberían ser tomadas las decisiones, se han quedado cortas a la hora de explicar cómo el ser humano toma decisiones. Y no es de extrañarse ya que la toma de decisiones tiene todo que ver con el “Hard Problem” de David Chalmers (Chalmers, 1995), es decir, el problema de la consciencia, que como su nombre lo sugiere es un problema de extrema complejidad.

En el presente documento se pretende hacer una reconstrucción de la teoría de cómo los seres humanos tomamos decisiones a partir de la teoría de elección racional desarrollada por reconocidos economistas de mitad del siglo XX como Kenneth Arrow, John Nash, Anatol Rapoport, entre otros (Vidal, 2008), para posteriormente analizar las críticas que se desarrollaron a sus teorías, pasando por los escritos de Thorstein Veblen (Estrada, 2008), Herbert Simon (1947), Daniel Kahneman y Amos Tversky (Kahneman, 1979), hasta llegar a los escritos de Jon Elster (1988)(1991) el cual desarrolla un modelo, precario sobre como realmente los seres humanos tomamos decisiones. A partir del análisis de este modelo se contrasta con lo planteado por Heráclito y se defiende la idea que no existe el comportamiento irracional, sino más bien una falta de consciencia sobre los fines. Posterior a esto se examinan la postura de Searle (2000) y se pone en contexto el dilema de la libertad y la consciencia.

Palabras Claves.

Teoría de Elección Racional, Consciencia, Libertad, Toma de decisiones

Abstract.

Many authors have tried to find theories about how human beings make decisions, in this effort decision theories, theories about rationality and / or theory of human behavior based on economics, psychology and administration have been created. However, these theories, although they have provided important elements to describe how decisions are made, have fallen in explaining how human beings make decisions. And it is not surprising because the decision-making has everything to do with the "Hard problem" of David Chalmers (Chalmers, 1995), that is, the problem of consciousness, which as its name has it is a problem of extremes complexity.

This document aims to reconstruct the theory of how human beings make decisions based on the rational choice theory developed by renowned economists of the mid-twentieth century such as Kenneth Arrow, John Nash, Anatol Rapoport, among others. (Vidal, 2008), to later analyze the criticisms that were developed to his theories, through the writings of Thorstein Veblen (Estrada, 2008), Herbert Simon (1947), Daniel Kahneman and Amos Tversky (Kahneman, 1979), until arriving at the writings of Jon Elster (1988) (1991) which develops a precarious model on how human beings really make decisions, from the analysis of this model it is contrasted with the propose by Heraclitus and defends the idea that does not exist irrational behavior, but rather a lack of awareness about objectives. After this, Searle's position (2000) is examined and the dilemma of freedom and consciousness is put into context.

Keywords.

Rational Choice Theory, Consciousness, Freedom, Decision making

Inicios de la Teoría de Elección Racional (TER).

La Teoría De Elección Racional (TER) aparece a mitad del siglo XX impulsada por los acontecimientos académicos-políticos de Estados Unidos como medio para revocar la insurgencia del modelo de economía del bienestar que se difundía en Europa, debido a los académicos con orientación socialdemócrata y socialista (Vidal, 2008). A pesar que la TER es considerada como un paradigma de la ciencia económica su aplicación realmente tiene que ver con el comportamiento humano. Aunque claramente tiene y tuvo una gran difusión en los estudios económicos, eso no significa que los desarrollos logrados no tengan impacto en otros ámbitos (Vidal, 2008). Los principales autores de la TER son Kenneth Arrow, John Nash, Thomas Schelling, Robert Axelrod, Anatol Rapoport, Gary Becker, entre otros, que a partir de un desarrollo teórico introdujeron un modelo lógico basado en el interés propio, posible de explicarse matemáticamente. De hecho, Arrow ganó el premio nobel de economía en 1972 al desarrollar un conjunto axiomático para aclarar la legitimidad de la imposible existencia de criterios de utilidad colectiva o social, esto lo hizo a partir de lo que él denominó Teorema de la Imposibilidad, demostrando que no era posible conjugar todas las preferencias individuales en un criterio benéfico, colectivo, lógico y consistente (Vidal, 2008), lo que implicaba un golpe contundente al socialismo y un triunfo para la teoría capitalista. Así, la aplicación de la Teoría de la Imposibilidad no solo implicaba un aporte a la forma de ver la economía sino también en cualquier ámbito donde se tomaran decisiones.

A partir de estos desarrollos nace la Teoría de Elección Racional (TER), la cual se rige por 2 principios generales que dan cuenta de cómo debe elegir un agente racional, según Cristiano (2006) una acción racional es aquella en la cual:

1. Se elige deliberadamente el mejor medio disponible para alcanzar una meta dada, que se persigue también deliberadamente.
2. La meta surge de un conjunto de preferencias ordenadas, es decir,
 - a) Transitivas, de modo que preferir A sobre B y B sobre C es inevitablemente preferir A sobre C, y - b) Constantes en el tiempo, de modo que se espera que el actor que prefiere a A sobre B continúe prefiriéndolo.

Críticas a la TER.

Veblen (1899).

Cuando la TER fue puesta en términos de estos 2 principios ya contaba con algunas críticas hacia la orientación de la idea del *homo economicus*, Veblen en “La Teoría de la Clase Ociosa” (1899) defiende la idea sobre la cual no es posible el carácter estático e inalterable de la conducta humana (Estrada, 2008). Es decir, Veblen ante la idea del *homo economicus* (hedonista e inalterable) en el momento de estructurarse la TER, criticaba el carácter constante de las decisiones pues demostró la flexibilidad existente en la toma de decisiones. Es decir, Veblen ya criticaba el segundo principio de la TER, aun cuando este no había sido formalizado.

Kahneman Y Tversky (1984).

Con el pasar del tiempo Daniel Kahneman y Amos Tversky demostraron que el carácter transitivo y constante (también conocidos como dominancia e invariancia) de las decisiones eran principios que no se seguían en la toma de decisiones de los sujetos (Kahneman & Tversky, 1984). Se debe aclarar que los principios de la teoría de la decisión fueron establecidos por Von Neumann y Morgenstern en su libro “*Teoría de juegos y Comportamiento económico*” (Von Neumann & Morgenstern, 1945), la forma en como demostraron que estos principios no se cumplían consistió en hacer una pregunta a 152 encuestados de los cuales ante una posible situación debían elegir entre el programa A y el programa B para posteriormente, elegir nuevamente teniendo en cuenta que se presentaban dos nuevos programas (C y D). El experimento de Kahneman y Tversky es el siguiente:

Imagine que los Estados Unidos se están preparando para el comienzo de una inusual enfermedad, la cual se espera que mate a 600 personas. Se han propuesto dos alternativas de programas para combatir la enfermedad. Asuma que los científicos estiman exactamente las consecuencias de los programas como sigue:

- Si el programa A es adoptado, 200 personas se salvarán (72% de los encuestados escogieron esta opción)
- Si el programa B es adoptado, existe 1/3 de probabilidad de que las 600 personas se salven y 2/3 de probabilidad de que ninguna se salve (28% de los encuestados escogieron esta opción)

¿Cuál de los dos programas escogería?

Según Kahneman y Tversky

La formulación del problema 1 adopta implícitamente como punto de referencia un estado de cosas en el que la enfermedad puede tener un costo de 600 vidas. Los resultados de los programas incluyen el estado de referencia y dos posibles ganancias, medidas por el número de vidas salvadas. Como se esperaba, las preferencias son reacias al riesgo: una clara mayoría de los encuestados prefieren salvar 200 vidas con certeza, en lugar de una apuesta que ofrece un tercio de posibilidades de salvar 600 vidas” (Kahneman & Tversky, 1984, p. 4).

Posterior a ese primer evento, Kahneman y Tversky ofrecen a los encuestados la misma situación, pero cambiando la descripción asociada con los dos programas, de la siguiente manera:

Problema 2

- Si el programa C es adoptado, 400 personas morirán (22% de los encuestados escogieron esta opción)
- Si el programa D es adoptado, hay 1/3 de probabilidad de que nadie muera y 2/3 de probabilidad de que 600 personas mueran (78% de los encuestados escogieron esta opción).
-

Lo que nos muestra este ejemplo es que Kahneman y Tversky (1984) demostraron que el principio de la TER que afirma que las preferencias deben ser ordenadas y con ello deben cumplir con a) ser transitivas (dominancia) y b) ser constantes en el tiempo (invariancia) no se cumple. Ya que en el momento en que a los encuestados se les presentaron la opción C y D y eligieron cambiar de decisión se violaron ambos principios, pues al cambiar la decisión en el tiempo la invariancia dejó de cumplirse y al cambiar entre la opción A y C o B y D respectivamente no se tuvo en cuenta la dominancia de las opciones. Kahneman y Tversky explican que esto se debe a los términos en que son puestos los enunciados; aun cuando los resultados netos de la opción A y C son los mismos, las personas decidieron cambiar su elección de un prospecto que les aseguraba un resultado a uno más arriesgado con tal de no aceptar que 400 personas murieran, cosa distinta que aceptar que 200 personas se salven.

Los enunciados expuestos en términos de beneficios, en este caso salvar 200 personas (programa A), son una opción más atractiva que dejar que 400 personas mueran aun cuando esto también represente que 200 se salven. Este hecho también viola la dominancia que existe entre la opción A sobre la opción B o lo que

es lo mismo, la opción D. Si la dominancia se mantuviera, un porcentaje parecido de los que escogieron la opción A deberían escoger la opción C, lo cual definitivamente no pasó.

Herbert Alexander Simon (1947).

Kahneman y Tversky no fueron los únicos en poner en duda los principios de la TER. Antes de ellos, en 1947 Herbert Alexander Simon (1947) introdujo el concepto de racionalidad limitada, al decir que para ese momento la teoría sobre el administrador eficiente debía ser considerada como una definición, más que como un principio, en otras palabras, Simon quería decir que la eficiencia sería algo ideal a buscar, pero el administrador debía también ser consciente de las limitaciones que acarrea el intentar buscar la eficiencia global. Simon de alguna manera propuso que la teoría administrativa debía adquirir dentro de su léxico la *satisfacción* por encima de lo *óptimo*. De esta forma al reconocer los límites de la racionalidad se pone en duda el primer principio de la TER ya que no es posible saber cuál es el “*mejor medio disponible*” para alcanzar una tarea dada.

Elster (1988 y 1991).

También la TER dice que las metas sobre las cuales se basan las acciones se crean deliberadamente, es decir, hay una elección consciente sobre las metas bajo las cuales se deben basar las acciones del agente racional, no obstante, en 1988 Jon Elster publica su libro *Uvas Amargas* donde trata el problema de la formación de deseos, allí dice que la acción racional está relacionada con las creencias y los deseos del tomador de decisiones, por lo que para que las razones sean la causa de la acción, se necesita que las razones sean 1) razones para la acción 2) efectivamente la causa de la acción para la cual son razones y 3) Que las razones sean la causa de la acción “en el modo correcto”, es decir, implícitamente debe haber consistencia entre las creencias que justifican las razones para la acción. También Elster dice que encontrar deseos sustancialmente racionales resulta difícil, lo que lo lleva a decir que los deseos deben cumplir con un grado autonomía (Elster, 1988).

Aquí, las cosas se complican un poco ya que las acciones no solo están fundamentadas en los deseos, sino que las creencias pasan a jugar un papel protagónico en la toma de decisiones (1988). Según Elster “*Podría decirse que las razones son razones para la acción cuando, dadas las creencias del agente, la acción en cuestión es la mejor manera de realizar su deseo. O que las razones son razones para la acción si esto constituye un modo de realización del deseo (dadas las creencias)*” (Elster, 1988, p. 11).

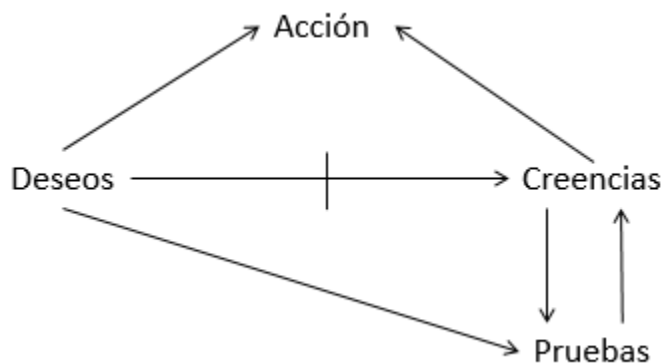
Lo que esto implica es que incluso dentro de los postulados de Elster en la TER existe una tendencia hacia la búsqueda de lo óptimo, de la eficiencia, pues las acciones deben estar sustentadas por unas creencias racionales, que buscan la mejor manera de realizar el deseo. Es decir, si no se tienen unas creencias racionales, debidamente justificadas, la acción que se tome con base en esas creencias será una decisión irracional. Y es justamente acá donde Elster hace sus grandes aportes, pues demuestra que la consistencia de las creencias pocas veces tiene que ver con la racionalidad de las decisiones. Según Elster el criterio de consistencia se define así: “*Un conjunto de creencias es consistente si existe cierto mundo posible en el que estas creencias son todas verdaderas, es decir, si no es posible derivar contradicción a partir de ellas*” (Elster, 1988, p. 14)². Y es por esta razón que el ejemplo de la fábula del zorro y las uvas conlleva a ejemplificar como las creencias no necesariamente son consistentes para la toma de decisiones; este ejemplo muestra como las decisiones que se pueden tomar no necesariamente son consistentes con nuestros deseos, de hecho varían tanto que cambiamos nuestras creencias para decir que no deseamos algo; el zorro ante la imposibilidad de alcanzar las jugosas uvas que están en lo alto de un árbol, decide

² Otra forma de entender esto es pensar que la consistencia es un carácter de todas nuestras creencias, es decir, ninguna de nuestras creencias es completamente verdadera ni se puede derivar contradicción de ellas, lo cual dada la limitada información que tenemos no es posible. Así al no cumplirse la consistencia de las creencias, los seres humanos seríamos completamente irracionales. Según mi parecer esto no es posible y por dicha razón se busca entrar en defensa de la razón humana.

afirmar que las uvas están amargas y por esta razón es que decide no tomarlas. Realmente lo que sucede es que hace un cambio de preferencias, cambiando las creencias y con ellas sus deseos.

Tantos son los casos donde la racionalidad se ve en problemas que Elster escribe otro libro titulado “Juicios Salomónicos” con un capítulo entero donde demuestra “Cuando fracasa la racionalidad” (Elster, 1991); de hecho empieza su libro describiendo dos funcionalidades que debe tener una teoría, la primera es que sea *determinada*, o sea, que la teoría logre brindar predicciones singulares, la segunda funcionalidad es la *propiedad* de la teoría que determina si las predicciones son correctas. Argumenta que una teoría poco determinada puede ser útil en la medida que explique algún estado de cosas abstractamente posible, si lo hace y falla en ciertos casos singulares se considera que la teoría es débil mas no inútil, lo que significa que se deben hacer cambios o se deben considerar un mayor número de factores, pero no es una teoría errada sino simplemente limitada. Pero en el caso en que la teoría conlleve a predicciones erradas la teoría por ende es errada y se le considera impropia, frente a estas características Elster decide poner a prueba la indeterminación de la TER (Elster, 1991).

En el capítulo “*Cuando fracasa la racionalidad*” demuestra que la TER no es justamente una teoría capaz de explicar correctamente, más bien su carácter es normativo, es decir, la TER brinda herramientas para decir cómo se deberían tomar las decisiones o más bien como deberían ser las decisiones racionales, pero la TER se queda corta a la hora de explicar por qué tomamos las decisiones que tomamos (Elster, 1991). Posterior a esto Elster describe que la normatividad de la TER está determinada por 3 operaciones de optimización, 1) hallar la mejor acción para creencias y deseos dados 2) formar la creencia mejor fundada para una prueba dada y 3) acumular la cantidad atinada de pruebas para deseos dados y creencias previas. Hay que tener en cuenta que los deseos para Elster son una constante independiente, lo que permite esquematizar las relaciones entre las distintas variables para la acción, así como se muestra en la figura 1: Figura 1. Esquema relaciones variables para la acción Elster 1991.



Cuando se dice que los deseos son una variable independiente Elster quiere decir que tal como lo dice Hume “la razón es, y solo debería ser, esclava de las pasiones”(Elster, 1991) o sea, la razón no debe ser buscada con el fin de satisfacer completamente los deseos, por ello en la figura se muestra la barra que bloquea la continuidad de la relación entre deseos y creencias (Elster, 1991).

En la figura se trata de señalar que los deseos motivan la acción, y con ello la adquisición de pruebas que permitan crear creencias sobre cómo hacer realidad la acción. Las creencias tienen una relación bilateral con las pruebas ya que se espera que las creencias sean razonables para justificar los métodos de llegar a la acción, lo que implica que las pruebas sean justificación de las creencias. En conclusión, los deseos en la TER son algo así como una variable independiente que guía toda la acción racional.

Es al observar este esquema donde se puede ver más claramente los posibles fallos de la racionalidad, según Elster son 3, el primer fallo corresponde a la posibilidad de que “no exista una acción, creencia o

cantidad de pruebas singularmente óptimas” (Elster, 1991, p. 14). El segundo es que las personas tienen la posibilidad de no hacer lo que la teoría indica que deben hacer, es decir no actúan, ni forman las creencias y/o pruebas de manera racional. También dicho, actúan de manera irracional. El tercer fallo se refiere a la capacidad de que los deseos tengan un objetivo racional, para explicar esto Elster dice que resulta racional tener deseos y emociones con el fin de obtener felicidad, pero en caso de que estos deseos no se puedan cumplir, la tenencia de esos deseos produce infelicidad por lo que la misma racionalidad de los deseos resulta en una irracionalidad, y con ello lo racional sería cambiar los deseos (Elster, 1991). Este cambio de preferencias se ve reflejado en la fábula del zorro y las uvas, si el zorro hubiese mantenido su deseo constante de adquirir las uvas aun cuando fuera imposible de alcanzarlas, mantener ese deseo resultaría en una acción irracional. Cambiar los deseos tal como lo hizo el zorro es racional lo cual implica un incumplimiento de la invariancia de las preferencias en la cual se sustenta la TER. De esta manera queda explícita la indeterminación de la teoría. A pesar de lo anterior es de aclarar que las metas a las que se refiere el primer principio de la TER son comparables con los deseos del agente racional.

En defensa de la razón humana.

Ahora bien, si la TER es indeterminada lo que significa es que hay que considerar una mayor cantidad de variables, o también es posible considerarla objeto de modificaciones para tener un rango de aplicación más amplio, de hecho, si observamos el concepto de racionalidad limitada desarrollado por Herbert Alexander Simon (1947) y lo aplicamos al modelo inicial de la TER, observaremos que la mayoría de las críticas quedan en problemas.

La TER exige que bajo cualquier circunstancia el sujeto optimice, lo cual definitivamente no es posible. Para solucionar los problemas de indeterminación de la TER usaré el concepto de racionalidad limitada para integrarlo al de la TER, partiendo de dos conceptos separados, el concepto de óptimo global en contraste con el de óptimo local, el primero se refiere a la maximización perfecta, en donde se tiene plena disposición de la información y el tiempo suficiente para actuar, básicamente es la mejor opción ante una decisión³. El concepto de óptimo local se refiere a la mejor opción a la que puede llegar un sujeto dadas sus limitaciones, su conocimiento insuficiente, sus sesgos cognitivos, en fin, todas las variables que puedan afectar alcanzar el óptimo global. Se entiende que el óptimo local es una opción que dado el momento y las condiciones en que se toma la decisión es satisfactoria para el sujeto que las toma con las metas que se pretenden lograr, y justamente, por los límites del tomador de decisiones se elige esta y no otra solución más cercana al óptimo global.

De esta manera al vincular el concepto de racionalidad limitada a las críticas hechas por Kahneman y Tversky, estas críticas quedan derrotadas, pues la dominancia e invariancia en las decisiones no son criterios válidos a la hora de evaluar la racionalidad de las decisiones. Se puede decir por ejemplo, que en el momento en que los encuestados toman la decisión sobre el tipo de programas que escogen, la posición personal en la que se encuentran es mejor cuando analizan la parte 1 sobre la parte 2, en otras palabras, para el decisor cuando se le presenta el programa 1 con la opción A y B entre dichas opciones se escoge siempre la mejor, pero la mejor en este sentido no tiene que ver únicamente con el resultado neto de cuantas personas sobrevivirán o no, sino también tiene que ver con las emociones que se despiertan en el decisor frente a las dos opciones. Posterior a eso al enfrentarse a los programas C y D resulta que la evaluación sobre los resultados netos no implica únicamente la probabilidad de ocurrencia del suceso, sino que también implica las sensaciones del sujeto frente a la nueva decisión, lo que lo lleva a pensar que este

³ Acá la discusión se puede llevar al problema ontológico de la realidad, aceptar que existe un óptimo global, significa que existe una realidad independiente del sujeto, en donde se puede alcanzar un óptimo. Para el caso de este documento no entraremos en dicha discusión y se plantea un escenario donde, aunque la realidad sea ontológicamente subjetiva u ontológicamente objetiva se den pistas sobre como tomamos decisiones, sin importar la naturaleza de la realidad.

nuevo escenario que aun cuando los resultados netos sean los mismos la situación no es la misma, ya que el decisor siente en este momento otras emociones que influyen en la toma de decisiones.

Si analizamos, los conceptos de dominancia e invariancia asumen que existen decisiones iguales unas entre otras, lo cual como lo diría Heráclito es imposible pues *“no es posible bañarse en el mismo río dos veces”*⁴ (Alonso, 2018), y es que la dominancia y la invariancia asumen que es posible dos casos en donde A y B sean las mismas lo cual es una falsedad, así que elegir entre A, B y C, solo es posible en un momento determinado, pero en el futuro no existirá una opción A ni B ni C, sino opciones parecidas pero nunca iguales. Lo que impide la existencia de la dominancia e invariancia. También, aunque asumiéramos que es posible 2 opciones iguales el que toma las decisiones nunca será el mismo en dos momentos distintos. De esta manera aun cuando podemos sesgar las opciones pensando que, aunque no son las mismas son en extremo parecidas, asumiendo entonces que son iguales, el tomador de decisiones nunca va a ser remotamente parecido en dos momentos distintos. Y es que acá me tengo que apoyar de la teoría del caos para defender que aun cuando el tiempo de diferencia sea mínimo el tomador de decisiones en un momento A en contraste con un momento B es completamente distinto. Según la teoría del caos en un sistema complejo una mínima variación en los datos de entrada puede implicar grandes diferencias en el comportamiento futuro (Lizcano, 2009). Por lo que el tomador de decisiones aun cuando pase un segundo entre un momento y otro nunca será el mismo, de hecho, es posible que sea bastante distinto por lo que sus preferencias estarán ordenadas de otra manera. No dejando de ser racional.

De esta manera queda defendido el segundo principio de la TER siempre y cuando sea considerada la racionalidad limitada del agente, y la posibilidad del agente de ser distinto en dos momentos diferentes. Al atacar de manera tan contundente a las críticas hechas al segundo principio de la TER, lo que pretendo demostrar es que el concepto de irracionalidad basado en las acciones que no tienen en cuenta la dominancia e invariancia de las preferencias no tiene lógica, ya que como se dijo anteriormente no existen dos opciones iguales, de esta manera una acción resulta racional en la medida en que se cumpla el primer principio.

Conclusiones.

Las críticas a la TER basadas en la dominancia e invariancia son infructuosas ya que asumen que pueden existir dos situaciones iguales, lo cual según Heráclito no es posible (Alonso, 2018), y aunque fuese posible, el tomador de decisiones en dos momentos distintos es distinto. Se argumenta esto basado en la Teoría del Caos (Lizcano, 2009). De esta manera se concluye que una decisión para considerarse racional solo debe enfocarse en el primer principio de la TER, pues no existen dos preferencias iguales en distintos momentos. Lo que se puede decir es que una decisión en un momento dado es inconmensurable con otra de otro momento, ya que la gran magnitud de variables hace imposible la comparación de una decisión con otra. Por esta razón, se cree que no existe un comportamiento irracional, más bien existen niveles de consciencia a la hora de tomar decisiones.

Por último, la toma de decisiones tiene su mayor desarrollo en el estudio de las creencias y los deseos, pero primordialmente el estudio de la toma de decisiones debería tener un amplio componente que examine la libertad como razón que posibilita la acción racional y la consciencia como manera de ejercer mayor racionalidad.

Referencias.

⁴ Aun cuando la traducción de lo que dijo Heráclito más correctamente es *“En los mismos ríos entramos y no entramos, [pues] somos y no somos [los mismos]”* (Alonso, 2018) pienso que la frase colocada en el párrafo es mucho más clara que con la traducción literal.

- Alonso, E. (2018). Heráclito. Retrieved October 24, 2019, from 1 de junio de 2018 website: https://www.elplural.com/autonomias/heraclito_129214102
- Chalmers, D. J. (1995). Facing Up to the Problem of Consciousness. *Journal of Consciousness Studies*, 2(3), 207–228. <https://doi.org/10.4324/9780203826430-11>
- Cristiano, J. L. (2006). Racionalidad de la acción y racionalidad de la teoría. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 113(6), 135–153.
- Elster, J. (1988). *Uvas Amargas. Sobre la subversión de la racionalidad*. Barcelona: Ediciones península.
- Elster, J. (1991). *Juicios salomónicos: las limitaciones de la racionalidad como principio de decisión*. Barcelona: Gedisa.
- Elster, J. (2003). *Tuercas y tornillos: una introducción a los conceptos básicos de las ciencias sociales*.
- Estrada, F. (2008). Economía y racionalidad de las organizaciones. Los aportes de Herbert A. Simon. *Revista de Estudios Sociales*, (31), 84–103.
- Kahneman, D. (1979). *Teoría prospectiva : un análisis de la decisión bajo riesgo* *. 0100(3469), 95–124. <https://doi.org/10.1080/02109395.1987.10821483>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341>
- Linás, R. (2002). El cerebro y el mito del yo. El papel de las neuronas en el pensamiento y el comportamiento humano. In *Editorial Norma*. <https://doi.org/10.33588/rn.3901.2003617>
- Lizcano, J. (2009). *Las teorías del Caos y los Sistemas complejos: proyecciones físicas, biológicas, sociales y económicas*. 32.
- Searle, J. R. (2000). *Razones para Actuar. Una teoría del libre albedrío*. Círculo de lectores,.
- Simon, H. a. (1947). *ADMINISTRATIVE BEHAVIOR: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*. New York, NY, US.
- Vidal, G. (2008). La Teoría de la Elección Racional en las ciencias sociales. *Sociológica*, 67, 221–236.
- Vithoulkas, G., & Muresanu, D. F. (2014). Conscience and consciousness: a definition. *Journal of Medicine and Life*, 7(1), 104–108. Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24653768%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC3956087>
- Von Neumann, Jhon ; Morgenstern, O. (1945). Book Review: Theory of games and economic behavior. *Bulletin of the American Mathematical Society*, 51(7), 498–505. <https://doi.org/10.1090/S0002-9904-1945-08391-8>

**TOMAS DECISIONES LIBRES Y RACIONALES, ¿VERDAD?
LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO FRENTE A LA
ECONOMÍA CLÁSICA**
Ancizar Amaya Aguirre⁵

⁵ Estudiante de noveno semestre de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Correo: aaguirrev@unal.edu.co

Resumen.

El presente artículo tiene por objetivo analizar dos aspectos centrales del ejercicio de la dirección, toda vez que la toma de decisiones es considerada como elemento configurador en la dirección de organizaciones, la libertad y la racionalidad son elementos subyacentes determinantes en el ejercicio de tener la posibilidad de elegir y las facultades cognitivas necesarias para hacerlo de forma racional.

Para ello se analiza la imposibilidad de elegir presente en contextos deterministas y como desde la tesis propuesta por John Searle se logra plantear una salida que integra la doctrina filosófica determinista de La place y el libre albedrío.

De igual manera, las metodologías positivistas que buscan dar explicaciones elusivas a los supuestos de racionalidad ilimitada de los agentes económicos, para pretender que la realidad se acerque a su modelo abstracto, serán contrastadas con los planteamientos de la racionalidad limitada que han retomado los economistas comportamentales, de la mano de un constructo interdisciplinar entre ciencias naturales y sociales, en búsqueda de construir una ciencia económica que logre modelar y predecir de manera más acertada los comportamientos económicos de los seres humanos. Partiendo de comprender y asumir su naturaleza para que sea el modelo el que se aproxime a su realidad.

Palabras clave.

Libertad, racionalidad económica, economía, comportamiento humano, economía del comportamiento, economía clásica, toma de decisiones, determinismo, naturaleza humana, heurísticos, sesgos cognitivos, administración de empresas, conocimiento, psicología.

Abstract.

The purpose of this article is to analyze two configurative aspects of the management exercise, since the decision-making process is considered as a configuration element in the management of organizations, freedom and rationality are underlying determining elements in the exercise of having the possibility to choose and the cognitive faculties necessary to do it rationally.

For this, the impossibility of choosing present in deterministic contexts is analyzed and as from the thesis proposed by Jhon Searle it is possible to propose an exit that integrates the deterministic philosophical doctrine of La place and free will.

Similarly, positivist methodologies that seek to give elusive explanations to the assumptions of unlimited rationality of economic agents to pretend that reality approaches their abstract model, will be contrasted with the approaches of limited rationality that behavioral economists have retaken. From the hand of an interdisciplinary construct between natural and social sciences, in search of building an economic science that manages to model and predict more accurately the economic behaviors of human beings, starting from understanding and assuming its nature so that it is the model that approximates its reality.

Keywords.

Freedom, economic rationality, economics, human behavior, behavioral economics, classical economics, decision making, determinism, human nature, heuristics, cognitive biases, business administration, knowledge, psychology.

“...los “economistas” han producido un discurso propio que “explica” lo que sucede en unos términos idiosincrásicos y tiene la característica peculiar de no modificarse aunque sus predicciones no se cumplan o los hechos parezcan desmentirlo. Los profesionales de la salud mental trabajamos con personas que mantienen discursos con características semejantes” (Liria, 2013, pág. 4)

Introducción.

¿Cómo tomar la mejor decisión? Es una pregunta recurrente en el ejercicio de dirigir, todas las escuelas de administración han volcado sus esfuerzos a desarrollar herramientas, técnicas y tecnológicas en mayor medida, que permitan al dirigente tomar decisiones racionales, es decir, decisiones óptimas acordes a los objetivos de la empresa. Decisiones libres producto de un cálculo deliberado y sistemático, propio de agentes racionales, que permitan recopilar, analizar y elegir el mejor curso de acción. Así pues, podría concluirse que la administración es la acción de racionalización configurada por la libertad y la actividad consciente e intelectual del dirigente (racionalidad).

Con base en lo anterior, la pretensión del presente escrito es analizar si realmente el ejercicio profesional y de formación para la dirección de empresas se da en un marco de toma de decisiones libres y racionales.

¿Por qué libertad?

Cuando se aborda el análisis de proceso de toma de decisiones, se está dando por sentado que existe la posibilidad de elegir, es decir, el administrador es un ser libre. Sin embargo, las explicaciones que se dan sobre fenómenos naturales se formulan desde la doctrina filosófica determinista, desarrollada por Laplace a partir de las leyes de Newton, dónde cualquier estado presente o futuro, fue o será determinado por un suceso inmediatamente anterior a este.

¿Pero qué relación tiene el determinismo de Laplace con la administración? Pues como se expuso en el párrafo anterior, la administración como acción de racionalización requiere que exista la posibilidad de elegir como actividad fundamental en el ejercicio del dirigente. Pero en contextos deterministas tal libertad no es más que una ilusión producto de estados mentales (físicos) del cerebro, y en consecuencia, el ejercicio de la administración no es más que una ilusión.

Entonces, ¿No son los individuos seres con la posibilidad de elegir? En la primera parte del presente artículo se esbozará una postura que da respuesta a esta incógnita.

¿Por qué racionalidad?

Las posturas clásicas de la economía, herramienta fundamental en el estudio de toma de decisiones de los administradores, han asumido al ser humano como un ser racional, lo que para el contexto del presente escrito, significa un ser con la capacidad de elegir constantemente el mejor curso de acción, de forma ordenada y óptima, para una situación dada.

Para validar lo anterior, se analizará en un primer momento la capacidad de racionalidad de los seres humanos desde la teoría neo clásica de la economía, para posteriormente, contrastarla con lo que la economía del comportamiento tiene para decir al respecto.

Para tales fines, serán retomados los pensamientos de los economistas fundadores de esta ciencia, con el fin de demostrar, como la capacidad limitada de racionalidad humana ha sido un objeto de estudio importante para lograr los objetivos de la economía: modelar y predecir el comportamiento humano. Con esto se pone en escena, como la escuela clásica y la neoclásica han dejado de lado el estudio de individuos con capacidades racionales sesgadas, para estudiar al homo economicus, un ser egoísta con capacidades

racionales ilimitadas, creando entornos económicos ficticios que han llevado a una teoría que no explica los fenómenos económicos ni las acciones humanas.

Finalmente, se exponen los postulados de economistas comportamentales, desde los cuales se logra mostrar la necesidad de asumir las capacidades cognitivas reales de los individuos, y sus condiciones innatas, para estudiar cómo se enfrentan los agentes económicos a procesos de elección libre en entornos reales, y llegar a una teoría que contribuya realmente a mejorar los procesos de toma de decisiones, aunque esta sea más compleja de desarrollar.

La libertad.

Aunque aún no es claro, o no se ha logrado llegar a un consenso sobre qué es la administración, existe certeza en que, sea cual sea la opción que logré imponerse por encima de las demás, o incluso, si no llegase a un acuerdo en común, los procesos de toma de decisiones en organizaciones son uno de los fenómenos más trascendentales para quienes ejercen la administración.

Ahora bien, ¿qué es un proceso de toma de decisiones? Como primera medida, es necesario introducir y desarrollar dos conceptos claves que permiten la existencia de procesos de toma de decisiones en las organizaciones, libertad y racionalidad.

Cuando se aborda el análisis de proceso de toma de decisiones, se está dando por sentado que existe una posibilidad de elegir, es decir, el administrador es un ser libre, sin embargo, las explicaciones que se dan sobre fenómenos naturales son explicados desde la doctrina filosófica determinista desarrollada por Laplace a partir de las leyes de Newton, dónde cualquier estado presente o futuro, fue o será determinado por un suceso inmediatamente anterior a este.

Como se dijo, la administración como acción de racionalización requiere que exista la posibilidad de elegir, pero desde el determinismo tal libertad no es más que una ilusión. Sin embargo, (Searle, 2004, pág. 29), plantea una alternativa a estos contextos deterministas. El autor mencionado plantea que, así como en la dualidad cuerpo alma planteada por Descartes, en donde el cuerpo se rige por las leyes físicas y el alma es ajena al mundo material y sus leyes, es decir cuerpo y alma no son mutuamente excluyentes; determinismo y libertad tampoco lo son.

Así pues, por un lado se tiene la experiencia de libertad y por otro el conocimiento determinista que explica como todo acontecimiento tiene una causa y que las acciones humanas son acontecimientos. Sin embargo, la posibilidad de elegir se da precisamente en los estados mentales causados por procesos neurobiológicos que tienen lugar en el cerebro, donde cada estado mental actual fue causado por uno anterior, pero adicionalmente, el cerebro causa y sostiene la existencia de un yo consciente capaz de tomar decisiones racionales y traducirlas en acciones.

En este orden de ideas, Searle(2004) argumenta que en esta sucesión de acontecimientos causados, el yo de cada individuo rompe momentaneamente con esta conexión de eventos teniendo la posibilidad de elegir. Proceso que representa así:



Donde cada brecha representa la ruptura momentánea del yo en sucesos causalistas, generando la posibilidad de elección. (Searle, 2004, pág. 59) Pero ahora, ¿somos racionales? Veamos el análisis del asunto.

Racionalidad.

"La economía es el estudio de la elección racional, esto es, la elección hecha sobre la base de un cálculo deliberado y sistemático para obtener el máximo provecho de los fines utilizando medios inevitablemente escasos" (Chang H.-J. , 2015, pág. 32). "El hombre económico racional es un brillante calculador de placeres y dolores que oscila como un glóbulo homogéneo de deseo de felicidad según el impulso de sus estímulos" (Veblen, 1898, pág. 389). "La racionalidad económica considera al hombre como si sólo fuera un agente racional, entendiendo por racional el que sigue un comportamiento maximizador sin sentimientos ni valores morales" (Klink, 2015, pág. 2)

Estas últimas tres definiciones ilustran uno de los principales supuestos en los que se ha basado la economía clásica para el constructo teórico que pretende lograr dos objetivos: caracterizar el comportamiento óptimo y predecir el comportamiento real. Si bien, ha cumplido la tarea de caracterizar teóricamente el comportamiento óptimo de agentes racionales, tal constructo no ha sido igual de exitoso a la hora de predecir el comportamiento de agentes, básicamente porque estos tienen la característica de racionalidad limitada. En palabras de Thaler (Thaler R. , 2018, pág. 12) "Para muchos economistas, estos supuestos, junto con el concepto de "equilibrio", definen su disciplina; es decir, estudian Econos en una economía abstracta en vez de Humanos en una economía real.

Si bien, el aceptar al ser humano como un agente completamente racional, da lugar a que los administradores cuentan con las dos condiciones necesarias para tomar decisiones; libertad y racionalidad. La economía del comportamiento señala graves falencias en este supuesto de racionalidad ilimitada, exponiendo que, si bien, la economía clásica ha permitido el desarrollo del actual modelo económico, es decir, funciona en gran medida, no carece de debilidades que la economía del comportamiento tiene el potencial de solucionar (Levine, 2010, pág. 510). Una de ellas, es la negación de limitantes o sesgos cognitivos en la racionalidad de los seres humanos, que definitivamente, reducen su capacidad racional en la toma de decisiones.

Economía del comportamiento.

Con base en lo anterior, a continuación, se explicará qué es la economía del comportamiento, sus orígenes, principales exponentes y sus propuestas. Para finalizar se documentarán las principales críticas al modelo clásico de la economía, así como las propuestas para corregir estas falencias.

Si bien, hay una creencia generalizada en cuanto a que la economía del comportamiento surge a finales del siglo XIX con los aportes de Gabriel Tarde, Wilhelm Wundt, George Katona Y Paul Albu (Riveros, Rojas Arias, & Pérez Acosta, 2008, pág. 50), existe evidencia que demuestra que los orígenes de la economía del comportamiento se remontan a los años 1.776 con uno de los fundadores de la economía, Adam Smith. El mismo fundador de la economía clásica es considerado como el primer economista que plantea la necesidad de comprender al individuo a nivel comportamental. Algunas de sus ideas lo demuestran:

"[...] la petulante presunción que la mayoría de los hombres tiene de sus propias capacidades [...] los lleva a sobrestimar sus posibilidades de éxito." (Smith, 1.776).

"El dolor es, en la mayoría de los casos, una sensación más punzante que el placer opuesto y correspondiente" (Smith, 1.759).

"El placer que disfrutaremos dentro de diez años nos interesa muy poco en comparación con el que podemos disfrutar hoy" (Smith, 1.759).

Exceso de confianza, aversión a las pérdidas y sesgo del presente, respectivamente, es el nombre que da el psicólogo y premio nobel de economía (Kahneman, *Pensar rápido, pensar despacio*, 2011), a estos tres conceptos o sesgos cognitivos que han sido bases para el desarrollo de la economía del comportamiento. Pero más allá de ubicar, no sólo a Adam Smith, sino también a Fisher, Pigou y Keynes, como economistas comportamentales; lo importante es comprender por qué el enfoque clásico de la economía ha dejado de lado sistemáticamente el complejo y sesgado comportamiento humano presente en el pensamiento de los fundadores de esta ciencia social, pensamiento que difiere en gran medida del individuo estudiado por la postura clásica, el cual cuenta con unas características racionales ilimitadas, es capaz de realizar una serie de cálculos bastante complejos en un corto periodo de tiempo, logrando tomar siempre la decisión más óptima (Klink, 2015, pág. 2).

¿La racionalidad limitada no importa demasiado?

Pues bien, Thaler llega a la siguiente conclusión: así como en física se inicia estudiando los movimientos de los cuerpos en ambientes al vacío, es decir, sin contemplar la fuerza que ejerce el viento en un movimiento de caída libre por ejemplo, a fin de facilitar la comprensión de estos fenómenos en estudiantes en etapa inicial, en la economía ocurrió algo similar, se inició estudiando los ambientes económicos con suposiciones (COMO SI), que facilitarían la comprensión de las dinámicas económicas por ejemplo, como si los agentes económicos fuesen seres completamente racionales (Thaler R. , 2018, pág. 14), sin embargo, a diferencia de la física que nunca ha negado la existencia del aire y posteriormente, en modelos más complejos introduce todas las variables involucradas, en economía se tergiversó el nivel racional del hombre, y se continuaron con modelos basados en agentes económicos ficticios, argumentando que estas explicaciones de racionalidad limitada no importaban demasiado (Quintana, 2012, pág. 20).

Explicaciones Elusivas es como Matthew Rabin denominó la tendencia generalizada de la escuela clásica a asumir un individuo completamente racional y egoísta en sus modelos económicos, argumentando que la racionalidad limitada de los individuos no afectaba mucho su comportamiento (Thaler R. , 2018, pág. 14).

La crítica al modelo racional por parte de los economistas comportamentales no es sólo teórica, lógica y empíricamente se han señalados sus falencias. En este caso analizando la ley de utilidad marginal desarrollada por la escuela marginalista, se colocan en contexto las implicaciones de las *explicaciones elusivas* en la escuela neoclásica.

En la década de 1940 surge la escuela marginalista, la cual desarrolla una teoría que permitía determinar el nivel de producción, así como otras variables relacionadas a esta última, entre ellas la mano de obra requerida. Esta teoría fue difundida entre economistas y dirigentes de empresas por su perfección matemática. Sin embargo, Lester decidió verificar la aplicabilidad que se le daba a ésta preguntando a una muestra aleatoria de empresarios la manera en que estaban tomando estas decisiones; el autor en cuestión concluyó su investigación así "Este artículo plantea graves dudas sobre la validez de la teoría marginal convencional y los supuestos en que se basa" (Lester, 1946, pág. 81).

Friedman asume la respuesta introduciendo un supuesto (como si). Con la analogía del billarista, plantea que si un billarista juega como si conociera todos los cálculos matemáticos para hacer una jugada óptima, ello no implica que conozca estos cálculos, sin embargo llega al óptimo; lo que extrapola a los empresarios, los cuales toman decisiones como si conociesen los cálculos marginalistas para llegar al óptimo (Friedman, 1958, pág. 374).

Lo anterior, planteó una grave preocupación en cuanto al uso y enfoque de la economía hasta el momento. Como primera medida, las consecuencias de un error en un juego de billar no se comparan con una mala decisión en el nivel de producción de un empresario novato. Por otra parte, las oportunidades de intentar

una y otra vez una jugada perfecta de billar no las tiene un empresario, quizá después de la segunda o tercera elección errada no conseguirá capital para intentarlo de nuevo. Y por último, el resto de agentes económicos que no son empresarios, pero tienen que tomar decisiones económicas, ¿Qué? (Quintana, 2012, pág. 8), pues aunque las personas pueden ir afinando sus procesos de toma de decisiones cada mes que mercan, no tienen el mismo margen cuando deben tomar decisiones en cuanto ahorrar para su vejez, como invertir el dinero ahorrado de su pensión, hipotecar o no su casa para pagar los estudios de sus hijos, entre muchas otras decisiones económicas que tienen que asumir individuos con conocimientos escasos en economía. ¿Será entonces, que la forma en que están concebidas las ciencias económicas neoclásicas es excluyente? (Klink, 2015, pág. 2).

Asumiendo la complejidad de la capacidad racional limitada

Ahora bien, ¿en qué cambiaría lo anterior si se asumiera una capacidad racional limitada en los individuos como lo plantea la economía del comportamiento? (Simon, 1955, pág. 69), como contrapropuesta al modelo racional de toma de decisiones plantea la teoría de la racionalidad limitada, la cual argumenta que contrario a buscar elecciones óptimas, los individuos hacen uso de sus limitadas facultades cognitivas para llegar a soluciones satisfactorias. Planteamiento que no requiere aplicar un "como si", a diferencia de la postura neoclásica que requiere un uso excesivo de estos. (Quintana, 2012, pág. 59) La teoría desarrollada por Herbert Simon, defiende que las limitantes de la racionalidad vienen dadas por tres factores: Tiempo limitado para tomar la decisión, capacidad reducida para analizar la información disponible y limitaciones cognitivas, o sesgos cognitivos como se denominó posteriormente. (Estrada, 2007, pág. 179)

El trabajo desarrollado por Herbert Simon incentiva el estudio psicológico del comportamiento desde un constructo interdisciplinar, pues como lo señaló Clark (1918, pág. 4) "El economista puede tratar de ignorar la psicología, pero le es imposible ignorar la naturaleza humana. Si el economista toma prestada del psicólogo su concepción del hombre, su trabajo constructivo puede tener la posibilidad de mantener su carácter puramente económico. Pero si no la toma, no por ello evitará la psicología. Y se verá forzado a elaborar la suya, y será mala psicología" Enfocándose en gran medida a explicar ciertos tipos de relaciones económicas que se salían de las capacidades del modelo clásico.

Posteriormente, y en la línea de Simon, donde se concluía que cuando a los empresarios se les pedía tomar decisiones óptimas, debido a que carecían de las aptitudes racionales para ellos, simplificaban la tarea y tomaban una serie de atajos, producto de experiencias previas, creencias y expectativas; las cuales los llevaban a cambiar el objetivo por tomar una decisión satisfactoria en contraposición de una óptima; en esta línea Kahneman & Tversky (1979) desarrollan su teoría sobre heurísticas y sesgos.

Esta teoría sobre heurísticos y sesgos, respalda lo desarrollado por Simon, en la medida que demostraron que cuando los individuos se enfrentaban a situaciones de toma de decisiones de alto riesgo o complejas, donde no lograban encontrar prontamente una respuesta satisfactoria a una pregunta difícil, pues el cerebro procedía a cambiar la pregunta por otra relacionada para lograr así llegar a una respuesta satisfactoria; de esta manera, la pregunta heurística es la pregunta más simple que se termina respondiendo en lugar de la primera (Kahneman, 2011, pág. 133).

Si bien, Kahneman (2011) es referente en cuanto a los heurísticos que explica desde dos sistemas de pensamientos, Thaler & Hersh (1981) ya habían trabajado sobre el modelo de los "yoes" para tratar de comprender uno de los sesgos más confusos para los economistas, preferencias sesgadas hacía el presente, comportamiento en suma contradictorio para el individuo maximizador de utilidades del modelo neoclásico.

Este sesgo radica en un problema de autocontrol inherente a los seres humanos, donde un individuo elige una recompensa x en vez de la y , siendo " x " la recompensa obtenida al cabo de esperar un año y " y " la

recompensa producto de esperar un año y una semana. Donde el individuo obtiene una recompensa mucho menor en proporción a lo que deja de ganar por no esperar una semana más.

Lo anterior se da, según Thaler, debido a que el individuo cuenta con un enfoque de dos "yoes" o dos sistemas, donde uno de ellos es un planificador de larga vista y otro es un hacedor miope; este último asigna mayor importancia al placer que puede recibir instantáneamente, aunque proporcionalmente sea menor al que recibirá en un corto periodo de tiempo después si se compara con el tiempo que ya había esperado, y a pesar que una semana después lamentará su decisión. (Thaler & Hersh, 1981), Sobre lo anterior, los autores en cuestión concluyen "Si las personas advierten que tienen esas preferencias pueden optar por comprometerse ahora a elegir la recompensa aplazada más grande" (Thaler & Hersh, 1981)

Kahneman (2011, p. 35), denomina el efecto de los dos "yoes" como sistema rápido y sistema lento, en donde explica cómo es que un individuo cambia su algoritmo de respuesta, tomando decisiones satisfactorias cuando el objetivo son optimizadoras, como en el caso de las preferencias sesgadas hacia el presente.

Para el autor, el sistema rápido busca evadir procesos mentales complejos para encontrar respuestas óptimas, para lo cual, modifica las preguntas para dar respuestas más rápidas, aunque no óptimas, si satisfactorias. Para lograr este cambio de pregunta o heurístico, se llevaban a cabo una serie de mecanismos denominados sesgos cognitivos Kahneman plantea que entre mayor conocimiento se tenga sobre los heurísticos y los sesgos cognitivos más preponderantes en cada individuo, se podrá controlar al sistema rápido para llevar al sistema lento a desarrollar procesos mentales complejos, y así lograr respuestas menos rápidas pero más cercanas al óptimo (Kahneman, 2011, pág. 544) Conviene resaltar que estas conclusiones se han logrado a raíz del entendimiento de la racionalidad limitada del hombre y no de su negación o elusión.

Construyendo una ciencia interdisciplinar.

Ahora bien, se ha evidenciado la existencia de una postura interdisciplinar con componentes de la económica y psicología en mayor medida, postura que no evade las variables que complejizan el modelo teórico que pretende explicar el comportamiento humano, por el contrario, las asume y estudia, permitiendo así construir una teoría más prospectiva, o positivista en términos neoclásicos, que arroja resultados que llevan a modelos que acercan los procesos de toma de decisiones a resultados más óptimos; para lo cual no se pretende eliminar la postura neoclásica, por el contrario, continuar en la construcción interdisciplinar con los mejores aportes de ambos pensamientos (Thaler R. , 2018, pág. 39).

A pesar de lo anterior, en las escuelas de administración y economía continúan enseñando ciencias económicas bajo las posturas más clásicas, racionalidad ilimitada en individuos netamente egoístas, lo cual genera un daño enorme, no sólo en el desarrollo profesional de los estudiantes, también en la sociedad que se está construyendo. (Klink, 2015, pág. 4).

Las conclusiones de Kahneman (2011) y Thaler & Hersh (1981) son claras. Se podrá lograr avanzar en el desarrollo de toma de decisiones más racionales en la medida que el individuo comprenda las dinámicas de los heurísticos y los sesgos cognitivos que participan en sus elecciones, a fin de lograr entrenar el cerebro para que cada sistema participe en procesos de elección en las circunstancias adecuadas. Pero si desde su desarrollo profesional, esta realidad es eludida, enseñando teorías de elección racional ilimitada que no corresponden a sus dinámicas decisionales, pues el camino para llegar a conocerse será mucho más lento, si es que se da.

Por otra parte, el cambio de paradigma en términos de la caracterización del individuo que se pretende estudiar desde de la economía podría contribuir a comprender al ser humano con una naturaleza

ambivalente en cuanto a su capacidad de cooperación o egoísmo. *Preferencias con respecto a otros*, ha surgido como rotulo a estudios empíricos que han demostrado que los humanos no son totalmente egoístas, ni siquiera con desconocidos, y la disposición a cooperar de un individuo tiende a aumentar en ambientes donde se denota la capacidad de cooperar de los demás integrantes. "Por ejemplo, en juegos del dilema del prisionero de una sola vez, coopera entre el 40 y el 50% de los sujetos, tanto en experimentos de laboratorio como en entornos de juego donde las apuestas son superiores a £ 10.000" (Thaler R. , 2018, pág. 33)

"La condición natural de nuestro linaje es de vinculación y apoyo [...] Las explicaciones de los orígenes humanos que no tienen en cuenta esta profunda conexión y nos presentan como solitarios que se reunieron de mala gana ignoran la evolución primate [...] No siempre actuamos como los economistas piensan que deberíamos [...] porque somos menos egoístas y menos racionales de lo que los economistas suponen que somos." (Klink, 2015, pág. 6)

¿Qué busca la economía del comportamiento?

Finalmente, cambiar estos paradigmas en el estudio de las ciencias económicas es permitir la formación de una nueva generación de profesionales, en dónde el administrador cuente con las herramientas que ha construido la economía del comportamiento para comprender el fenómeno de la racionalidad, pues paradójicamente el desconocimiento de los heurísticos y sesgos cognitivos que subyacen los procesos de elección libre conducen a toma de decisiones más satisfactorias que óptimas, en contraposición a lo que sucede cuando el individuo logra una auto-referenciación en estos términos, dónde logra conocer sus principales sesgos, permitiendo controlarlos en cierta medida y acercarse un poco más a decisiones óptimas.

Empero, los avances de la economía del comportamiento no se limitan a una aproximación al óptimo en procesos de elección, el permitir un entendimiento sobre bases científicas objetivas de la naturaleza de éste producto de estudios interdisciplinarios, ha planteado que podría llevar a decisiones más congruentes con la utilización de recursos cada vez escasos.

Lo anterior, analizado desde los estudios de Fehr & Schmidt donde han evidenciado que los individuos son más amables, menos egoístas, de lo que las escuelas económicas suponen y enseñan (Fehr & Schmidt, 1999), da luces para pensar que si en las facultades se ensañaran los postulados de la economía convencional con igual proporción a la economía del comportamiento, se formarían para la sociedad sujetos y profesionales con una visión más humana del mundo, con una mayor conciencia sobre cómo sus decisiones repercuten en la realidad de los demás, e incursionar en cuestionar postulados que se han demostrado que no representan la conducta ni el ambiente económico real, pero que se sigue impartiendo en escuelas de enseñanza superior.

Es decir, la economía del comportamiento es la posibilidad de mejorar la comprensión acerca de las condiciones racionales y egoístas del hombre, y comprender esto es permitir un conocimiento sobre administración más científico, lo que favorece condiciones para un menor uso de lo técnico y tecnológico en el ejercicio profesional del administrador.

Conclusiones.

El estudio de individuos egoístas con capacidades racionales ilimitadas ha desarrollado una teoría con graves falencias a la hora de modelar y predecir el comportamiento económico de las personas y las repercusiones de sus elecciones en la economía de empresas y naciones. Esto se ha dado debido a una negación sistemática de la condición de racionalidad limitada de los individuos, lo que ha separado la

economía de otras ciencias sociales, como la psicología, generando con ello desconocimiento de los fenómenos que subyacen los procesos de elección.

La economía del comportamiento ha permitido un conocimiento del ser humano de corte científico, y no especulativo o de suposición como lo hace la escuela clásica, en la medida que su metodología ha sido de corte experimental y descriptiva. Si la economía es considerada como el brazo armado de la administración, la posibilidad que genera la economía del comportamiento es la de un ejercicio de dirección más científico en la medida que vincule comprensiones como las que genera la economía del comportamiento en el estudio de los procesos de toma de decisiones.

Por otra parte, en la medida que se avanza en la comprensión de la irracionalidad del hombre producto de diversos heurísticos y sesgos cognitivos, y el estudio y comprensión de estos, se genera la posibilidad de elecciones más libres y racionales. Por una parte, el conocer los propios sesgos y los que genera el entorno, permite estar preparados y reaccionar a los condicionamientos que estos dan, creando la posibilidad de decisiones más libres y menos coaccionadas por el individuo per se y el medio. Así mismo, una mejor comprensión de los sesgos y de los heurísticos a los que conducen, pueden mejorar juicios y decisiones en condiciones de incertidumbre. (Kahneman, 2011, pág. 565)

Así pues, la economía del comportamiento como producto de un desarrollo interdisciplinar de diversas ciencias sociales y naturales, ha desarrollado un constructo teórico con base científica, con el fin de complementar el actual modelo económico para que este sea más preciso a la hora de modelar y predecir el comportamiento de los agentes económicos. En suma, el conocimiento científico que permite la economía del comportamiento crea la posibilidad de administradores más libres y racionales en sus procesos decisionales.

Finalmente, es necesario que sean las escuelas de administración quienes implementen en sus planes de estudio estas líneas de pensamiento, pues una mayor comprensión más aproximada de la naturaleza de libertad, racionalidad y el egoísmo, ofrece la posibilidad de un conocimiento sobre administración más científico que tecnológico o técnico.

Referencias.

- Blanchard, O. (2000). *Macroeconomía: Teoría y política económica con aplicaciones a América Latina*. Buenos Aires: Prentice-Hall.
- Chang, H.-J. (2015). *Economía para el 99% de la población*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Clark, J. M. (1918). Economía y psicología moderna. *Journal of political economy*, 1-30.
- Estrada, F. (2007). La economía organizacional. *Cuadernos de Economía*, 169-199.
- Fehr, E., & Schmidt, K. M. (1999). *Una teoría sobre justicia, competición y cooperación*.
- Friedman, M. (1958). *La metodología de la economía positiva*. The University of Chicago.
- Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio*.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Teoría prospectiva*.
- Klink, F. A. (2015). *Economía y naturaleza humana, volviendo a Smith*.
- Lester, R. (1946). *Shortcomings of marginal analysis for wage-employment* (Vol. 39). American Economic Association.
- Levine, D. K. (2010). ¿ESTÁ LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO CONDENADA A DESAPARECER? Lo ordinario frente a lo extraordinario. *JSTOR*, 509-531.
- Liria, A. F. (2013). *Economía y psicopatología*.
- Montgomery, W. (2011). LA ECONOMÍA CONDUCTUAL Y EL ANÁLISIS EXPERIMENTAL. *IIPSI*, 281-292.
- Murphy, D. S. (2013). Las decisiones de los inversionistas a través del lente de la economía del comportamiento. *Contabilidad y negocios*, 5-14.
- Quintana, E. R. (2012). *Toma de decisiones: La economía conductual*.
- Riveros, A. A., Rojas Arias, P., & Pérez Acosta, A. M. (2008). PSICOLOGÍA Y ASUNTOS ECONÓMICOS: Una aproximación al estado del arte. *International Journal of Psychological Research*, 49-57.
- Searle, J. (2004). *Libertad y neurobiología*. Barcelona: Novagrafik.
- Simon, H. A. (1955). *A behavioral model of rational choice*.
- Thaler, R. (2018). Economía del comportamiento: Pasado, presente y futuro. *Revista de Economía Institucional*, 9-43.
- Thaler, R., & Hersch, S. (1981). *Una teoría económica sobre el autocontrol*.
- Veblen, T. (1898). Why is Economics not an Evolutionary Science? *Quarterly Journal of Economics*, 373-397.

EL MONSTRUO: ANÁLISIS DE UN PROBLEMA SOCIAL.
Daniel Valencia⁶

⁶ Estudiante de Filosofía de la Universidad del Quindío. Correo: Daniel.kalel@hotmail.com

Resumen.

La palabra “monstruo”, como su figura, han sido representaciones históricas de lo que debemos excluir de la sociedad, así como de todo aquello a lo que debemos temer. Lo monstruoso ha marcado el límite después del cual se viola la ley y lo establecido. Presentar un análisis de las implicaciones morales y políticas de lo que hemos entendido como monstruoso, permitirá a los investigadores en administración y organizaciones, ampliar su comprensión de las diferentes formas en las que juzgamos y entendemos los humanos que somos, y los monstruos en que nos convertimos. Todo, claro, para procurar un desarrollo organizacional cada vez más justo y reflexivo.

Palabras clave.

Anormal, hábito (costumbre), discurso, monstruo, monstruosidad, poder.

Abstract.

The word "monster" and their figures have been historical representations of what is excluded from society, as well as of everything that we should take as terrifying. The monstrosity has marked the limit after which the law and the established customs are violated. This work presents an analysis of the moral and political implications of what we have understood as monstrous and try to broaden the understanding of the researchers in administration and organizations about the different ways in which we judge and understand the humans we are. Moreover, shows how could we be converted into monsters and explains why this reflection entails a discussion about the organizational development in terms of justice.

Keywords.

Abnormal, habit (custom), discourse, monster, monstrosity, power.

Las observaciones generales, atesoradas a través de la experiencia nos dan la clave para el conocimiento de la naturaleza humana y nos enseñan a desentrañar sus complejidades.
David Hume.

Es de notar que, la realidad social está construida bajo unos cimientos invulnerables o por lo menos difíciles de controvertir. Está expresada en creencias religiosas, prácticas sociales y teorías científicas que son accesibles como discursos que, al ser interiorizados por un individuo, ejercen un poder al momento de moldearlo. El individuo termina por adscribirse en el discurso que emite⁷. Esto quiere decir (si recordamos que Foucault no concibe el poder como la adhesión de un conjunto de individuos a una voluntad o a un curso de acción) que el discurso tiene un poder. Tiene, por ejemplo, el poder de moldear al individuo que no solo se convierte en un portador de creencias y tradiciones, sino que las reproduce y las exige a otros convirtiéndose él mismo en un vigilante y difusor del poder.

El contacto entre el individuo y el poder se da pues por medio del discurso. El discurso tiene el poder de moldear unos cuerpos, unos gestos y unos deseos que se identifican y constituyen como los de individuos normales, ligados a la semejanza de un *orden* establecido. Es la creación de un objeto que a su vez es un sujeto portador de un saber, una verdad, un discurso con efectos de poder. El individuo es quien va a hacer prescriptible y persuasiva la norma, pues como lo dice claramente Foucault: “(...) el individuo es un efecto del poder y, al mismo tiempo, en la misma medida que lo es, es su relevo: el poder transita por el individuo que ha constituido” (Foucault, 2001, p. 38).

En el momento en que el individuo se inscribe como efecto del poder y de su discurso, proyecta una imagen de lo que debería de ser, cuya función es dar a los individuos que la conforman cierta concepción, ciertos modelos de comportamiento que deben de adquirir y producir para sostener dicha realidad.

La realidad no resulta ser un hecho dado y aislado de los discursos, sino una construcción humana que posee unas concepciones que definen la normalidad, el orden, la razonabilidad y los valores positivos. Estas concepciones permiten el reconocimiento y la pertenencia de los individuos con una sociedad y, en la medida en que los individuos están emparentados con dichos valores, interpretan papeles que los unifican como una fuerza colectiva, permitiendo identificar lo que se opone a lo establecido.

Del mismo modo que hay una identificación a partir de unos discursos compartidos socialmente, la ruptura de lo que no es común al orden social y su ideal de normalidad deja ver lo que se considera anormal. De este modo, reconocer lo anormal como un problema social nos permite comprender todo aquello que escapa a las organizaciones sociales, tiende a ser reconocido como lo abyecto de la sociedad, es decir, en lo *monstruoso*, eso, que se *debe ser* extirpado o corregido.

Podríamos decir que lo monstruoso es la expresión de lo anormal, de lo distinto y de lo informe, de aquello que carece de forma, de semejanza, de aquello que con su presencia trasgrede los límites y las formas de

⁷ Para Foucault el discurso no es algo que alguien simplemente dice, sino que el discurso es un sistema de pensamiento articulado por creencias, ideas y actitudes que definen las posibilidades de un fenómeno dado como es el caso de la locura o la sexualidad. El discurso es lo que define los límites de lo que se puede decir con sentido y, al establecer estos límites, produce un efecto en el mismo objeto que se estudia, lo que el filósofo llama un poder de normalización del discurso sobre los individuos. Cf. Foucault, Michel, (2016) *La sociedad punitiva*. Buenos Aires: F.C.E, p. 275-276; Foucault, Michel, (2017) *Los anormales*. México: F.C.E, p. 37-59; *Defender la sociedad*. Buenos Aires: F.C.E, p. 42-47; Foucault, Michel, (1992) *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets, p. 43-44.

lo habitual. Estos diversos sentidos de lo monstruoso también deben entenderse en relación con las diversas significaciones que entraña.

Para empezar, es preciso recordar que los discursos acerca de lo normal y lo anormal también nos dicen aquello que *deber ser o no ser* en las prácticas y creencias de una sociedad. El *deber ser* encierra consigo lo que debe existir, lo que es permitido y, por ende, lo que es natural, a diferencia de su contrario. El monstruo se presenta como el antagonista de la naturaleza, la patología de la sociedad o un tipo de lenguaje (verbal o no) que comunica la existencia de lo que no debería de existir. Según Foucault, el monstruo es:

“(…) la forma espontánea, la forma brutal, pero, por consiguiente, la forma natural de la contranaturaleza. Es el modelo en aumento, la forma desplegada por los juegos de la naturaleza misma en todas las pequeñas irregularidades posibles. Y en ese sentido, podemos decir que el monstruo es el gran modelo de todas las diferencias. Es el principio de inteligibilidad de todas las formas (...) de la anomalía” (Foucault, 2017, p.62).

Una vez que se consagra la imagen del monstruo como referencia de la irregularidad, la diferencia y la anomalía, es preciso analizar una herencia conceptual que hay detrás de las distintas concepciones de lo monstruoso y que han quedado acumuladas en la tradición filosófica medieval y en la historia de la ciencia, especialmente de la biología, la medicina, la educación y psiquiatría. Foucault parece sugerir que, si consideramos la transformación de los discursos acerca de la monstruosidad, a lo largo de distintos periodos de la historia, encontraremos las siguientes visiones:

1. El monstruo como lo contra-natural.
2. El monstruo humano como evidencia y presagio de un desorden de la naturaleza.
3. Lo monstruoso (la deformación e irregularidad física) como expresión de monstruosidad moral o maldad.
4. La monstruosidad moral (sin necesidad de alguna expresión y rasgos deformes en el sentido físico) como monstruosidad de una conducta irregular e inusual.

Foucault somete a un análisis genealógico esta herencia conceptual con el propósito de “(…) buscar cuál es fondo de la monstruosidad que hay detrás de las pequeñas anomalías, las pequeñas desviaciones, las pequeñas irregularidades” (Foucault, 2017, p.62) en relación con lo él denominó genealogía del anormal⁸. El anormal es un personaje que va a intercambiar algunos rasgos en la obra de Foucault con otros personajes como: *el monstruo humano*, *el individuo a corregir* y *el onanista*⁹, personajes que a lo largo de la historia se han considerado como naturalezas *contra natura*. Cabe resaltar que para Foucault el saber está lejos de ser neutral y posee un poder sobre los individuos y sus realidades:

(…) el monstruo se refiere a una historia natural esencialmente centrada en torno de la distinción absoluta e infranqueable de las especies, los géneros, los reinos, etcétera. El incorregible, por su parte, se refiere a un tipo de saber que en el siglo XVIII se va constituyendo lentamente: el que nace de las técnicas pedagógicas, de las técnicas de educación colectiva, de formación de aptitudes. Para terminar, el masturbador aparece muy tardíamente, en los últimos años del siglo XVIII, referido a una biología naciente de la sexualidad (...). De modo que la organización de los controles de la anomalía, como técnica de poder y saber en el siglo

⁸ La genealogía del anormal es una investigación que hace Michel Foucault en torno a los saberes y teorías que clasifican a los seres en términos de exclusión, por ejemplo, criminales, locos o desviados. Estos personajes encarnan una de las múltiples figuras de lo abyecto de la sociedad. Estos seres marginados, son lo que a lo largo de la historia se han considerado como monstruos. Ahora bien, lo que vamos a ver con Foucault, es que no existe un único monstruo, de hecho, no hablamos del monstruo, hablamos de monstruosidades que encarnan la figura del monstruo en correspondencia con las explicaciones que los distintos saberes dan acerca de lo normal y de lo natural.

⁹ Alrededor de estos personajes Foucault dirá que, “En una palabra, digamos que el anormal (y esto hasta fines del siglo XIX y tal vez hasta el XX) es un monstruo cotidiano, un monstruo trivializado (...) El individuo anormal del siglo XIX va a seguir marcado – y muy tardíamente, en la práctica médica, en la práctica judicial, tanto en el saber cómo en las instituciones que van a rodearlo- por esa especie de monstruosidad cada vez más difusa y diáfana, por esa incorregibilidad rectificable y cada vez mejor cercada por ciertos aparatos de rectificación (...) la genealogía del individuo anormal, por consiguiente, nos remite a esas tres figuras: el monstruo, el correccionario, el onanista” (Foucault, 2017, p. 63,65,66.)

XIX, deberá, precisamente, organizar, codificar, articular unas con otras esas instancias de saber y de poder que, en el siglo XVIII, funcionan de manera dispersa (Foucault, 2017, p. 67).

Estos personajes exhibidos por Foucault en *Los anormales* (1975) nos permiten saber, por un lado, su injerencia como individuos peligrosos dentro de una red singular de saber y poder - trasgresores de la ley natural y social- y, por otro lado, saber cómo lo monstruoso pasó de ser una anomalía biológica a una anomalía moral, permitiendo así, el origen del *monstruo moral*.

Al monstruo moral lo encontraremos reiteradamente en la literatura, por ejemplo, en la novela gótica desde finales del siglo XVIII¹⁰. Va a llamar especialmente la atención del poder psiquiátrico y del psicoanálisis como queda evidenciado en los múltiples ensayos que Freud dedica al arte y a la literatura, especialmente *Lo siniestro* (1919) dedicado a la obra de E.T.A Hoffmann.

El monstruo moral se puede interpretar, según Foucault, a partir de la noción de *instinto*, noción como uso reglado dentro de una práctica discursiva, y como el gran vector de las peores monstruosidades, los peores crímenes, delirios, y enfermedades; presentándose así, no sólo como *el anormal*, sino como una noción de amplio interés en la psiquiatría y la teoría de la criminalidad.

La historia de esta concepción ha ido variando en sus distintas etapas. En la Edad Media lo anormal era enunciado como *portentum* y *ostentum*, una forma de señalar las anomalías biológicas que presagiaban las desdichas del porvenir. Es por esto que lo anormal se interpretaba como un conjunto de signos que anunciaban el mal futuro y que transgredían la ley natural. Esta interpretación nos permite entender por qué lo que se consideraba anormal buscaba eliminarse y conjurarse. En palabras del etimologista que nos trae esta interpretación (San Isidoro de Sevilla) se trata de seres que “parecen nacer en contra de la naturaleza”. Estos seres son lo que en la tradición jurídica y científica de la Edad Media se conoció como *monstruo humano*.

El monstruo humano no solo pone en evidencia el desorden de la naturaleza, sino que su forma y su existencia logran dejar sin voz la ley social. Por esta razón dicha anomalía no es solo natural, sino *jurídico biológica*. Es el punto de unión de la naturaleza y el derecho o, como diría Foucault:

La noción de monstruo es esencialmente una noción jurídica –jurídica en el sentido amplio del término, claro está, porque lo que define al monstruo es el hecho de que, en su existencia misma y su forma, no solo es violación de las leyes de la sociedad, sino también de las leyes de la naturaleza–. Es, en un doble registro, infracción a las leyes de su misma existencia. El campo de aparición del monstruo, por lo tanto, es un dominio al que se puede clasificarse (sic) de *jurídico biológico* (Foucault, 2017, p. 61).

Esta primera clasificación *jurídico biológica* se desplaza del desorden de la naturaleza y se transfigura y releva en un desorden del comportamiento que da lugar a una segunda clasificación que Foucault denomina *jurídica moral*. Esta clasificación que se desplaza de lo biológico a lo moral inserto dentro del marco de la ley, en relación con lo monstruoso, llevará a Foucault a concebir un giro epistemológico alrededor de lo que en cada época se ha considerado como monstruo.

¹⁰ En la clase del 29 de enero de 1975 de *Los Anormales*, Foucault aborda el estudio de las figuras del salvajismo y el terror en relación a los fenómenos sucesivos a la Revolución resaltando que la literatura de terror de finales del siglo XVIII se encuentra en estrecha relación a las nuevas concepciones del poder punitivo derivadas de la Revolución francesa. Muestra cómo los personajes típicos de la literatura de terror son “monstruos de arriba” que abusan de su poder como el príncipe, el señor, el mal sacerdote y el monje culpable o, los “monstruos de abajo” (monstruos de pueblo): el bandolero, el bruto o el hombre de los bosques que devine salvaje. En todos los casos el monstruo utiliza bien sea su posición, su necesidad o sus impulsos para volverse contra la naturaleza. Es importante caracterizar detallar y analizar en una investigación futura esta intuición de Foucault que él mismo resumió así: “Las novelas de terror deben leerse como novelas políticas” (Foucault, 2017, p. 102)

Si antaño la lisiadura, la deformidad, o el defecto eran clasificados como anomalías biológicas como trasgresión a la ley natural, su monstruosidad yace en suponer que el carácter moral de éste está fundado en su apariencia. Sin embargo, señala Foucault que, “Sólo hay monstruosidad donde el desorden de la ley natural toca, trastorna, e inquieta el derecho, ya sea el derecho civil, canónico o religioso” (Foucault, 2017, p. 69) como es el caso de los hermafroditas.

Hasta mediados del siglo XVI los hermafroditas eran considerados como monstruos y quemados por poseer los dos sexos, una mixtura de especies, géneros y sexos, que además de poner en evidencia el desliz de la naturaleza, la ley social no logra funcionar, y alrededor de ellos, las casuísticas se reelaboran, relata Foucault:

En líneas generales, se puede admitir que (...) o, en todo caso, se nos dice que, en la Edad Media, (y al menos también hasta principios del XVII), los hermafroditas, como tales, eran considerados como monstruos y ejecutados, quemados, y sus cenizas se lanzaban al viento (...) a fines del siglo XVI, en 1599, encontramos un caso (...) Se trataba de un tal Antide Collas, que fue denunciado como hermafrodita (...) los médicos concluyeron que, en efecto, ese individuo poseía los dos sexos, pero que sólo podía poseerlos porque había tenía relaciones con Satán y a raíz de ellas había sumado un segundo sexo al primitivo. (Foucault, 2017, p.73)

Este ejemplo del hermafrodita de la Edad Media que era considerado como monstruo por infringir el orden natural con su apariencia nos muestra un rasgo común y sucesivo en la discusión: la necesidad del castigo y de la exclusión soportados en la creencia de “la monstruosidad como manifestación natural de la contranaturaleza, llevaba en sí misma un indicio de criminalidad” (Foucault, 2017, p. 82).

Ahora bien, si la trasgresión de la ley natural era un exponente necesario de la monstruosidad, ésta no era lo que todavía llegó a ser a mediados del siglo XIX, es decir, un calificativo eventual de aquella, *lo criminal es la monstruosidad de la conducta*. En ese sentido, la monstruosidad que designa la irregularidad biológica, traslada su punto de efecto en una monstruosidad no jurídico natural, sino jurídica moral, una monstruosidad que es de la conducta irregular, del comportamiento criminal no de la apariencia. El crimen es ahora calificado bajo una especie de monstruosidad, ya que, según Foucault, “cualquier criminal, después de todo, bien podría ser un monstruo, así como antaño el monstruo tenía una posibilidad de ser un criminal” (Foucault, 2017, p. 83).

La figura del criminal monstruoso, la figura del monstruo moral se reviste de monstruosidad. Sin embargo, cuando se observa lo que por monstruosidad se refiere, se aprecia un cambio, no sólo lo que la palabra designa, sino también, lo que podríamos entender por *contra natura*. Ya que, hasta principios del siglo XVII se admitía castigo a una monstruosidad involuntaria que se inscribió como la aberración de la naturaleza en la trasgresión de las leyes y, sin embargo, no se hizo lo inverso, no se comparó la índole extrema del crimen con la aberración de la naturaleza. El problema consiste en saber cómo se produjo esa transformación, ¿por qué hubo que esperar hasta mediados del siglo XIX para que apareciera la figura del péfido, la figura del monstruo criminal, que en la infracción más extrema coincide con la aberración de la naturaleza?

Para dar respuesta a lo anterior, es preciso señalar que, Michel Foucault, no establece diferencia entre lo monstruoso y la monstruosidad, para él éstos dos nociones se identifican. Sin embargo, dichas nociones podrían verse como señala George Canguilhem en su artículo *La monstruosidad y lo monstruoso*, el cual afirma que, “(...) la existencia de monstruos cuestiona el poder de la vida para mostrarnos el orden (...) la monstruosidad es aquello que no se ajusta a la norma, y se presenta como un *disvalor*” (Canguilhem, 1962, p. 201-202). Es decir, el monstruo además de mostrar –como lo señala su etimología– el desorden natural, se muestra como el infractor de la norma, se aparta de ella, y es considerado como amenaza por representar la ausencia y el exceso del orden que infringe, y allí, reside su disvalor, o como diría el filósofo Fernando Savater (1985):

El monstruo no es más que la monstruosidad del orden que le segrega, pero debe ser representado por éste como el infractor de la ley, y su auxilio vergonzoso como merecido castigo. La íntima y secreta zozobra que corroe el Orden, alarmando desde adentro por la monstruosidad que consiente y fabrica, se expresa hacia afuera como represión o condena del diferente (Savater citado por Cortés, 1997, p. 20).

Aunado a lo anterior, si la monstruosidad se enfrenta al orden desde el interior mismo de la vida, la monstruosidad sería aquello que se muestra como una desviación y se presenta como una amenaza, no en tanto querer eliminar la vida misma, sino con el fin de transformarla con su infracción.

En ese sentido, si la monstruosidad es la infracción de la vida, del orden, su crimen está en ser infractor en sí mismo, ya sea en términos biológicos o morales, y como toda infracción merece una pena, el monstruo queda bajo el marco de la ley con su merecida condena. Y es en ésta última, la condena, donde hallamos una historia de la monstruosidad por parte de las organizaciones jurídicas y médicas, ya que, la asimilación o el dominio de lo monstruoso no siempre fue igual en toda época, según Foucault, “(...) a partir del siglo XIX (...) se planteará lo que podemos llamar la sospecha sistemática de la monstruosidad en el fondo de toda criminalidad” (Foucault, 2017, p. 83) y es allí, en el crimen, donde reside nuestra respuesta.

Es bien sabido que el crimen además de ser un daño voluntario hecho a otro, representa la ausencia, y a su vez, el exceso del orden que infringe, pues no abandona ni asume una prohibición, una regla o una ley; pero las altera, corrompe; se sirve de ellas, y las usa para mejor negarlas. El crimen, o más bien el criminal es quien abandonando toda ley, proclama toda libertad para hacer y omitir lo que quiera¹¹, rompe el pacto social, se arranca de él, y se convierte en el enemigo de la sociedad, o como señala Foucault:

A partir del siglo XVIII vemos plantearse la idea de que el crimen no es simplemente una falta, la categoría de faltas que ocasionan un daño al otro, sino que el crimen es lo que perjudica a la sociedad, vale decir que es un gesto mediante el cual el individuo, rompiendo el pacto social que lo liga a los otros, va a entrar en una guerra con su propia sociedad. El crimen es un acto que reactiva sin duda provisoria, e instantánea, la guerra de todos contra todos, es decir, de uno contra todos. El criminal es el enemigo social y, de resultas, el castigo no debe ser ni la reparación del daño causado a otro ni el castigo de la falta, sino una medida de protección, de contraguerra que la sociedad va a tomar contra aquel (Foucault, 2016, p. 50-51).

Así, el individuo criminal, el enemigo extranjero, pero no exterior de la sociedad es lo que empíricamente queda bajo observación como aquel que no se ajusta a la norma, a la ley, y es quien, (tras imponer su interés egoísta), lo hace valer contra el interés de todos los demás, reactivando así, la guerra de uno contra todo. Dicho esto, no nos toparemos en el caso del criminal, con un personaje que será a la vez el retorno de la naturaleza al interior del cuerpo social, que renunció a su estado de naturaleza por el pacto y la obediencia de las leyes. Ése retorno ¿no trae consigo al hombre de los bosques portador de un arcaísmo fundamental anterior a la sociedad, y será al mismo tiempo un individuo *contra natura*, ya que su interés desanda el interés natural de todos? Acaso ¿el individuo criminal no es la naturaleza contra natura?, ¿no es la irregularidad de la uniformidad?, ¿no es el monstruo por oposición a la ley, la norma?

Y, en esta especie de clima general, ¿ese interés irregular, ese comportamiento desviado que trae consigo el arcaísmo fundamental anterior a la sociedad no será a su vez un *individuo a corregir*? ese personaje que aparece muy claramente en siglo XVIII ligado a las estructuras sociales, en ese corpus de saberes y poderes institucionales que hacen de él un objeto de estudio. Pasaje, por lo tanto, del monstruo al anormal.

Si bien, a finales del siglo XVII el monstruo era en sí mismo un individuo criminal y peligroso por infringir el orden natural con su apariencia, en el siglo XVIII y especialmente en el siglo XIX el personaje que

¹¹ La idea del derecho de hacer y omitir lo que quiera es una idea tomada del *Leviatán* de Thomas Hobbes, Cf. Hobbes, Thomas, (2005), México: F.C.E, p. 106-117.

predomina en la práctica del poder judicial y el saber médico será la del crimen monstruoso, ese comportamiento irregular, desviado que emana lo anterior a ley, la sociedad. Tal es el caso de la mujer de Sélestat, Papavoine, el de Henriette Cornier, tres personajes exhibidos por Foucault que dibujan la monstruosidad humana no en apariencia, sino en comportamiento, y es lo que las grandes injerencias de poder llaman los anormales.

Según Michel Foucault, “(...) en una tradición que aparece en Montesquieu (...) en la Edad Media y también en el derecho romano (...) el criminal y, sobre todo, la frecuencia de los crimines representaban en una sociedad algo así como una enfermedad” (Foucault, 2017, p. 92), es decir, la frecuencia de la criminalidad representa una enfermedad del cuerpo social. Sin embargo, el tema que vemos aparecer en la Europa del siglo XVIII es muy diferente. Con el desarrollo e invención de los aparatos estatales y las instituciones ligadas a ellos, el crimen no es la enfermedad del cuerpo social, sino que el criminal, en cuanto tal, bien podría ser un enfermo. De modo que, el individuo criminal queda inserto en el tema de lo ilegal y lo anormal, o bien de lo criminal y lo patológico, lo que las instituciones judiciales y médicas llaman, la patología de la conducta criminal, siendo éste, el paso del monstruo al anormal.

De modo que, lo que llamamos “monstruo” más que comportar una definición precisa en un campo teórico específico, es un operador conceptual que hace referencia a la ruptura de hábitos fuertemente vinculados a un orden social, un orden moral o un orden natural. Esto nos permite comprender cómo las organizaciones jurídicas, médicas y religiosas han implementado a nivel discursivo la palabra *monstruo* para señalar lo que se ha considerado como aquello que va en contra de la naturaleza, la ley y la norma.

No obstante, cabe señalar lo que dijo Foucault en páginas anteriores: “(...) el monstruo es el gran modelo de todas las diferencias. Es el principio de inteligibilidad de todas las formas (...) de la anomalía.” Esto podría sugerir preguntarnos: ¿cuántas cosas a lo largo de la historia no se han considerado como diferentes o anómalas en distinción a la naturaleza, la norma o la ley y se les ha dado una connotación monstruosa? Podríamos decir que muchas, entre ellas los grupos de minorías que han sido marginados ya sea por su raza, sexo, genero, preferencias sexuales, credo, nacionalidad, etcétera.

Abordar una genealogía sobre lo monstruoso nos permite comprender cómo los discursos institucionales que promueven el bienestar, la conservación y la paz, son los mismos que suscitan el rechazo, la marginación y la violencia de los individuos. Es decir, no sólo podemos reconocer la diferencia, sino que estamos ante el peligro absoluto de ser reconocidos como lo diferente. De modo que, la genealogía expuesta por Foucault en *la clase de los anormales*, se dispone a poner en duda esos discursos que establecen el orden social o como lo señala el filósofo: “La genealogía debe de liberar su combate, sin duda, contra los efectos de poder propios de un discurso considerado como científico [o verdadero]” (Foucault, 2001, p. 23), esto es, poner en duda lo que hemos dado por hecho, natural, correcto y ordenado.

El estudio sobre lo monstruoso nos muestra lo que en distintos momentos de la historia se opone a la ley, al saber o a aquello que consideramos parte de un principio universal y regular que explica el orden social o las conductas socialmente adecuadas. Esto muestra por qué la discusión entremezcla tanto aquello que se considera normal y ordenado en el sentido natural del término, como aquello que se considera una forma o conducta humana normal.

Es así, como toda la realidad social construye un mundo estable en que los objetos y los individuos tienen formas reconocibles y permanentes ceñidos a una estructura social que indica un deber ser. Todo aquello que no se ajuste a esta estructura o cánones estándares tendemos a ignorarlo, marginarlo o esconderlo para que no perturbe dichos supuestos. Todo lo que se presente como indefinible, que no es una cosa ni la otra, es entendido como un peligro para la sociedad y los individuos que la conforman. Dicho de otro modo, se trata de imponer un sistema a la experiencia, encorsetarla, evitar que no se contamine o se ensucie con lo no categorizado.

La moral y el bien social no puede pactar con los seres monstruosos porque representan lo *otro*, lo diferente. Aceptar la diferencia podría obligar a modificar la universalidad de la ley moral y el concepto de orden podría llegar a verse seriamente amenazado. Por lo contrario, se trata de subrayar y acentuar las diferencias de esos seres proscritos como su forma, su comportamiento, la insaciabilidad de sus más profundos deseos. Unos seres que la sociedad necesita y llega a fabricar para demostrar la justeza del orden que se asienta sobre lo *no* habitual, lo anormal, lo contra natural y lo anómalo.

De modo que, las figuras expuestas por Michel Foucault, *el monstruo humano, el individuo a corregir* además de enunciarse de forma distinta su contenido sigue siendo exactamente el mismo, representan la anomalía de uniformidad, una irregularidad tal que, aunque el ostento sea recreado verbalmente, sigue siendo visualmente reconocible como la conducta a corregir y representan lo que la sociedad y las grandes injerencias de poder del siglo XIX llaman *los anormales*.

Referencias.

- Canguilhem, G. (1976). *El conocimiento de la vida*. Barcelona: Anagrama.
- Cortés, J. (1997). *Orden y caos: un estudio cultural sobre lo monstruoso en las artes*. Madrid: Anagrama.
- Hume, D. (2003). *Investigaciones sobre el conocimiento humano*. Madrid: Mestas Ediciones.
- Foucault, M. (2017). *Los anormales*. México: F.C.E.
- Foucault, M. (2016). *La sociedad punitiva*. México: F.C.E.
- Foucault, M. (2001). *Defender la sociedad*. México: F.C.E.

**LA POSIBILIDAD DE LA LIBERTAD DEL INDIVIDUO
INMERSO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO.**

Laura Judith Duque Muñoz¹²

¹² Profesional en Filosofía de la Universidad del Quindío. Correo: ljuduem@uqvirtual.edu.co

Resumen.

En la contemporaneidad ha surgido el concepto de *Sociedad de consumo*, frente al que se encuentran diversas posturas, entre esas una que destaca la baja posibilidad de lograr un agente racional y libre inmerso en una sociedad que tiene el consumo como ley. El presente texto tiene como propósito cuestionar dicha postura, intentar comprender por qué ha surgido, y al contrario de ella, considerar la posibilidad de que los agentes seamos libres, y llevamos a cabo un consumo racional.

Palabras clave.

Sociedad de consumo, racionalidad, método racional, libertad.

Abstract.

In contemporary times, the concept of the Consumer Society has emerged, of which several positions are found, among which the low possibility of achieving a rational and free agent immersed in the Consumer Society stands out. The purpose of this text is to question this position, try to understand why it has arisen and, on the contrary, consider the possibility of the agent's freedom. To achieve the purpose, I turn to the following authors: Adela Cortina in her book *For a Consumer Ethics. Consumer citizenship in a global world* and Jesús Mosterín in his book *The best possible, rationality and human action*.

Keywords.

Consumer society, rationality, rational method, freedom.

El consumo puede ser visto desde diversos enfoques, el más común ha sido el de una cadena de actividades económicas (producción, almacenamiento, distribución y eliminación de los objetos), y suele pensarse como el medio por el cual se logra saciar las necesidades básicas¹³. Otros de los enfoques desde los que puede ser visto, han sido indicados por Adela Cortina para escribir su libro *Por una Ética de Consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*, ellos son: el del estatus social, el de la autoestima e incluso el de la felicidad de una persona. El consumo en el sentido de los últimos tres aspectos, no es solo una cuestión de economía sino una cuestión que se relaciona tanto con las necesidades e intereses, tanto intereses básicos como complejos.

Hagamos un paréntesis para hablar de cuatro características que son importantes para el desarrollo del texto: necesidades, intereses básicos y complejos, y deseos. En el libro *Lo mejor posible: racionalidad y acción humana*¹⁴, Jesús Mosterín indica que los seres humanos tienen necesidades: comer, beber, mantener una temperatura favorable. Se les llama necesidades a los aspectos que deben ser saciados para conservar la vida.

Intereses básicos e intereses complejos.

El ser humano no se conforma con solo sobrevivir, también quiere vivir bien y con ciertas comodidades. Intenta satisfacer la necesidad de beber, pero no quiere beber solo agua, quiere beber jugo de naranja; así mismo comer bien y mantener la temperatura con cierto tipo de ropa. Ya no se trata solamente de satisfacer los intereses que hacen referencia a la conservación de la vida (intereses básicos), ahora el interés se hace, digamos, de algunas exigencias (intereses complejos).

Deseos.

Algunos deseos son sobre intereses básicos (que atienden a necesidades básicas) y otros sobre intereses complejos (que buscan aportar a la satisfacción de necesidades complejas, que apuntan ya no sólo al vivir sino al bienestar): “(...) sin embargo otros deseos nuestros no se refieren a nuestros intereses. A veces se trata de ganas repentinas y arbitrarias, de caprichos, como cuando de pronto deseamos chutar una piedra que encontramos en nuestro camino, porque sí, por el gusto inmediato de chutarla” (Mosterín, 2008, p. 41). De manera que algunos deseos versan sobre intereses básicos, otros sobre intereses complejos, en otras ocasiones son simples caprichos.

Consideremos que un número importante de los humanos se preocupa más por saciar los intereses complejos, es decir, no se preocupa solo de vivir sino de vivir bien. Para este grupo de humanos existen intereses que se refieren más a lujos que a saciar necesidades básicas, intereses que aportan a un sentimiento de satisfacción y comodidad, de bienestar.

Una vez dadas las características de los conceptos mencionados, continuemos con la definición de consumo a la que se quiere llegar. Cuando Adela Cortina dice que el consumo es algo más que esa actividad económica (producción, almacenamiento...) hace referencia a las necesidades e intereses de los individuos. Cortina describe el consumo adjudicándole una importante carga sobre el individuo, dice que ya no se trata sólo de un consumo mínimo que sacia necesidades o intereses básicos, o de una simple estructura económica, se trata de un consumo que ha sido impulsado más en los intereses complejos (a los

¹³ Cfr Cortina (2002, p. 13)

que ella llamará *culturales*) que en los básicos, y en los deseos, por lo que afirma que el consumo se ha impregnado en el desarrollo y el progreso individual. Respecto a esto Cortina dice:

Y es que el consumo es mucho más que ese momento en esa cadena de la actividad económica (...); es incluso mucho más que un medio de supervivencia. Es una forma de relacionarse los seres humanos, que intercambian regalos, van juntos al cine o a un concierto. Es una forma de comunicarme a mí misma y a los demás que he triunfado en la vida y por eso llevo un Mercedes o compro la ropa en Valentino, que no he fracasado como otros (Cortina, 2002, p. 13).

En este punto hay que tener cuidado con lo que dice Cortina, básicamente se refiere a que el consumo ha servido al individuo como trampolín para “demostrar” que ha triunfado en la vida, y al parecer, el triunfo se mide por la cantidad de cosas costosas que pueda pagar. Parece que, en esta Sociedad de consumo, o lo que Cortina llama *era de consumo*¹⁵, los individuos no se fijan en detalles; no importa qué trabajo tengas, cuánto dinero ganes, no importa si dejas de satisfacer algunas necesidades básicas o perjudicas el medio ambiente al hacer compras innecesarias con tal de que *puedas demostrar que has triunfado*. Esto se ve reflejado en los regalos, un padre que le regala, por ejemplo, la última colección de barbies a su hija por su cumpleaños, en vez de regalarle algo que pueda satisfacer una de sus necesidades básicas como los lentes que necesita para ver mejor, es un padre inmerso en esa Sociedad de consumo descrita por Adela Cortina.

El consumo visto desde este aspecto parece ser poco conveniente ya que se le adjudica más importancia a los intereses culturales que a los básicos, aun así, Cortina nos dice:

Hay que intentar comprender que el consumo responde a motivaciones profundas, a creencias sociales, que se expresan en estilos de vida que afectan profundamente la autoestima de las personas, a sus sentimientos de inferioridad y superioridad, a su idea de autorrealización, y que, gracias a la sagacidad del marketing, se ha convertido incluso en una forma de vida, interesante por sí misma (...) (Cortina, 2002, p. 14).

Esto lo dice para mostrar la carga pesada que es el consumo para el individuo. Parece tener la intención de cuestionar si realmente el consumo visto desde los aspectos del estatus social, autoestima y felicidad, es conveniente, como lo piensan los individuos de la *era de consumo*, o si por el contrario es inconveniente, y por lo tanto ha de ser revisado, ya que parece haber una división entre necesidades e intereses culturales (intereses complejos) en la que toma más fuerza el interés cultural. ¿Por qué toma más fuerza el interés cultural? Adela Cortina menciona que este consumo edifica sus bases desde la libertad del individuo:

El consumo pertenece a ese reino, a ese arriesgado y apasionante mundo de la libertad, que es el que constituye en tales a los seres humanos; y pertenece a él desde su misma raíz, porque incluso la acción misma de consumir entendida en su sentido más amplio se puede elegir o rechazar. Quien hace huelga de hambre está haciendo uso de su libertad, siempre que no le determinen presiones externas, como la insistencia agobiante del grupo que comparte su causa, o presiones internas, como la enajenación (Cortina, 2002, p. 28).

Adela Cortina plantea que en la *era de consumo* el individuo ha tomado el concepto de libertad como la posibilidad de escoger entre una y otra opción. Por ejemplo, el individuo puede escoger la opción del interés cultural, y dentro de este interés es libre de escoger los productos que desea consumir. Lo que Cortina intenta mostrar con esa definición de libertad es que hay una *sensación* de libertad por parte del individuo en esa *era de consumo* (el individuo se siente libre), aun así, Cortina describe esa sensación como algo artificial y manipulado, el individuo se siente libre pero probablemente no lo es, no porque no pueda elegir una opción entre un abanico de ellas, porque en efecto puede hacerlo, sino porque la información que le brindan a los consumidores, la mayor parte del tiempo, resulta ser incompleta e incluso errónea y esto provoca que el *espectro de libertad* se reduzca porque con la ausencia de información se

¹⁵ Adela Cortina le llama *era de consumo* a esa época en la que la capacidad de consumo fue ganando terreno a las demás capacidades del individuo.

reduce la posibilidad de tomar una decisión racional. Aquí aparece otro concepto importante a desarrollar para este trabajo, el de racionalidad, que en este caso viene en conjunto con la libertad y con la información que el agente tiene sobre el objeto de su decisión, y sugiere que la razón es condición necesaria para la libertad. Adela Cortina dice lo siguiente:

El consumidor no es ese agente racional, perfectamente informado, que decide libremente entre sus preferencias, sino más bien una persona habituada a consumir de una forma u otra, orientada por el afán de parecerse a otros, de superarlos o de igualarlos, preocupada por sus debilidades y por sus sueños, o forzada a consumir como los usos sociales exigen (Cortina, 2002, p. 223).

El concepto de libertad atado a la racionalidad es la definición que acoge Adela Cortina. Frente a esta definición parece que el individuo de esta *sociedad de consumo* ha entendido mal lo que la libertad significa y a causa de que el individuo no tiene suficiente información sobre las decisiones a tomar la libertad se ve reducida, pues se reduce la posibilidad de elegir racionalmente. En este sentido la libertad no consiste solo en que el individuo pueda elegir entre una y otra opción, es más que eso, hablamos de una *libertad*. Ya veremos qué dice Cortina al respecto.

La paradoja de la libertad.

La era del consumo es marcada por estrategias creadas para la producción en masa y el consumo. Esta producción en masa está pensada para un determinado sector social: personas con poder adquisitivo y capacidad económica para consumir. Lo que Adela Cortina intenta mostrar en el primer capítulo de *Por una Ética de Consumo* es precisamente la distinción que hacen algunos ideólogos de la era del consumo entre dos tipos de seres humanos: “(...) los que tienen las puertas abiertas del consumo ilimitado y los que las tienen cerradas” (Cortina, 2002, p. 22), y la relación que encuentran otros entre consumo y libertad:

(...) Del otro lado, ideólogos tanto progresistas como reaccionarios enlazan calurosamente el consumo por entender que es una forma de ejercer la libertad más perfecta (...), que abre la puerta a formas de identidad más libres que la producción, posibilita nuevas experiencias hacia la felicidad, crea nuevos mundos desde los deseos, y que empodera a los consumidores en el cambio del siglo convirtiéndoles en vanguardia de la historia (Cortina, 2002, págs. 23, 24).

La autora dirige, además, a sus lectores a la definición de «consumir» del *diccionario de la Real Academia Española*, y se encuentra la acción de consumir como algo muy básico, se hace referencia a la satisfacción de necesidades y algunos gustos.

La pregunta es ¿por qué existen ideologías que muestran el consumo como algo fatalista que divide la sociedad, o incluso algo exageradamente benefactor que atribuye libertades al individuo? La respuesta es: porque la sociedad ya no ve el consumo de la forma simple que define *el diccionario de la Real Academia Española*, se ha empezado a consumir tanto lo básico y necesario como lo inútil, por lo que es fácil hacer una distinción entre: los que tienen las puertas del consumo ilimitado abiertas y los que no. Además, los individuos de la *era del consumo* ven el acto de consumir como un acto que al maximizarlo los lleva por el camino de la felicidad¹⁶ y la libertad. Esa maximización del consumo es lo que en este texto se debe entender como consumismo, es decir, *consumismo = consumo tanto de lo necesario para saciar necesidades básicas como lo banal e inútil, un consumo ilimitado*. De ahora en adelante será necesario distinguirlos con una c minúscula y una C mayúscula, hay un consumo, con “c” minúscula y un Consumo con “C” mayúscula: *consumo* se refiere a los gastos mínimos que debe realizar un individuo para sobrevivir, *Consumo* se refiere a los gastos que hace un individuo que no tienen el único propósito de saciar las necesidades básicas, sino más bien lujos.

¹⁶ P. 22

Una de las razones por las que el Consumo se ha expandido en la sociedad es el *tercer entorno*, también conocido como *era del acceso*¹⁷: “(...) A cualquier hora de la noche la red abre el camino para adquirir nuevas mercancías (...). Las posibilidades de Consumir aumentan en el espacio de un universo globalizado gracias a las redes informáticas (...).” (Cortina, 2002, p. 26). Otro asunto a tener en cuenta es el marketing: disciplina que permite el estudio de las necesidades y deseos de los individuos para atraerlos a comprar ciertos objetos que los satisface. En el mercado se encuentran objetos de todo tipo, cada día es una oportunidad para lanzar al mercado un nuevo producto, el problema con esto es que el ser humano es un pozo lleno de deseos, cada día puede desear algo diferente y con facilidad puede ser persuadido por otros, como lo dice Mosterín, por publicidad que le cree nuevos deseos que no se refieran a ningún interés, como el querer chutar una piedra. “Existe manipulación de las necesidades y los deseos de los consumidores por parte del marketing, los medios de comunicación y las instituciones” (Cortina, 2002, p. 161).

Teniendo en cuenta que el Consumo pertenece al reino de la libertad y que esa libertad es básicamente la posibilidad de elegir racionalmente entre una y otra opción, y después de decir que por medio del marketing y la *era de la información* se manipulan los intereses y deseos de los individuos: ¿puede ser libre un individuo inmerso en esta *Sociedad de Consumo*? Una sociedad en la que los intereses de los individuos son manipulados, que deja poco espacio al uso de la razón. La respuesta, usando algunas ideas de Adela Cortina, es que el individuo en esta *era de consumo* está inclinado a ser menos libre porque suele ser influenciado por deseos que lo lleva a actuar irracionalmente.

Una alternativa para el individuo inmerso en la Sociedad de Consumo.

En el prólogo del libro *Lo mejor posible, racionalidad y acción humana*, Jesús Mosterín asegura que el medio para conseguir vivir lo mejor posible es la racionalidad: “la mejor vida posible no es la misma para todos, pero el pensar y el actuar racionalmente siempre ayudan a conseguir lo mejor posible para uno.” (Mosterín, 2008, p. 11). Lo que intenta hacer en el primer capítulo es precisar el significado del concepto racionalidad, pues, como nos dice, encontramos en el uso cotidiano de éste diversos significados, un número *racional*, por ejemplo, es un número que es representable como el cociente de dos números enteros¹⁸. Es justo en este momento que expone otro uso del concepto de racional/racionalidad: el que hace referencia a las capacidades que tiene el ser humano de reflexionar o usar el lenguaje, las capacidades por las cuales se dice que el ser humano es un animal *racional*¹⁹. Sin embargo, el uso del concepto racional que prefiere, nos dice Mosterín, es aquel del que hablamos cuando tomamos decisiones sobre creencias, acciones y conductas, a partir del cual juzgamos algunas de ellas como racionales o irracionales, lo que implica que, en este sentido, la racionalidad es una opción, una alternativa.

Mosterín expone dos tipos de racionalidad:

1. Racionalidad teórica: concierne a las creencias
2. Racionalidad práctica: concierne a la conducta

En cuanto a las creencias racionales hay dos condiciones para que se den:

1. Creer
2. Esa creencia debe estar justificada

¹⁷ “(...) Ha surgido una tercera dimensión del mundo: el espacio electrónico o tercer entorno, generado por las tecnologías de la información y la comunicación.” (Ezponza, 2013, pág. 36) (no está en bibliografía)

¹⁸ Pág. 19

¹⁹ Pág. 19

“Así pues, diremos que creemos²⁰ racionalmente que p si (1) creemos que p y (2) estamos justificados en creer que p ” (Mosterín, 2008, p. 22).

Una creencia se justifica si son ideas analíticas, es decir, una idea cuya verdad se encuentra en la estructura gramatical del lenguaje en que está expresada. Tal como: el triángulo tiene tres lados. Otra forma de justificar la creencia es comprobando directamente que p . Esto hace referencia a la percepción de algunos hechos observables, así como estamos justificados en creer que tenemos dos piernas²¹. Otra forma de justificar la creencia es revisando si ésta es vigente en la ciencia, es decir, la creencia se justifica si la idea ha sido estudiada por alguna comunidad científica y ha tenido amplio apoyo de especialistas. La idea debe ser aceptada y los especialistas deben estar de acuerdo con ella. Sobre las ideas irracionales se dice que no es racional creer al mismo tiempo dos ideas contrarias. Lo racional en este caso sería dejar de creer una u otra²² (Mosterín, 2008, pp. 23-24). Si un individuo sigue solo las creencias de las que es posible creer racionalmente se considerará que es racional en sus creencias.

En cuanto a la conducta humana (las acciones racionales), Mosterín dice que x es racional en la conducta si:

1. x tiene clara conciencia de sus fines.
2. x conoce (en la medida de lo posible) los medios necesarios para conseguir esos fines.
3. En la medida en que puede, x da preferencia a los fines posteriores.
4. Los fines últimos de x son compatibles entre sí.

Un ejemplo de individuo que actúa racionalmente es el que conoce las metas a las que se propone llegar y sigue el camino adecuado para lograrlas. Por otro lado, un ejemplo de individuo que no actúa racionalmente es el que conoce las metas a las que se propone llegar, pero sigue un camino contrario a esa meta: “Una chica con ciertas nociones de fisiología desea evitar el quedar embarazada, pero a pesar de ello hace el amor en sus días fértiles sin usar ningún tipo de anticonceptivo” (Mosterín, 2008, p. 32).

La racionalidad es un método, una estrategia que nos permite alcanzar nuestros fines o metas, nos permite predecir si aquellas metas que nos proponemos son alcanzables o no, esto es útil para darnos cuenta si vale la pena hacer lo posible por llegar a la meta o si por el contrario es mejor dejarla de lado dada su imposibilidad. Con el método racional el ser humano tiene la posibilidad de realizar sus deseos y aumentar su satisfacción. Es importante aclarar que la racionalidad no es una forma segura de acertar, pero sí es una forma de optimización realista, una forma de obtener más posibilidades de acercarse a una buena creencia o acción correcta²³. Por ello se puede concebir el método en que consiste la racionalidad como una estrategia de maximización de nuestros aciertos y minimización de nuestros errores. Un método que se da por medio del uso de la razón y que le permite al ser humano, como lo da a entender Mosterín, maximizar los aciertos y minimizar los errores en cuanto a las creencias y acciones.

El método racional como base para lograr la libertad del individuo inmerso en la Sociedad de Consumo.

Ahora, continuemos examinando *la Sociedad de Consumo*. La razón por la que el Consumo se ha convertido en una “característica esencial” del hombre contemporáneo es porque se evidencian en la sociedad mecanismos que influyen profundamente en las creencias de las personas y sus elecciones, creencias tales como que en la acumulación de objetos costosos y de marca se encuentran el éxito personal y promesas de felicidad. Pero estas creencias no son las únicas que se hallan en la sociedad, hay muchas

²⁰ El creer no es garantía de verdad. Así, “podemos determinar si nuestra creencia de que p es racional o no, aun sin saber si p es verdadera o no. Pues bastará con examinar la creencia y la justificación que de esta tengamos.” (Mosterín, pág. 22)

²¹ En caso tal que las tengamos.

²² Págs. 23,24

²³ Uso “correcto” no en su acepción moral, sino como herramienta correctiva.

otras que orientan los valores de la vida.²⁴Lo anterior se debe a que los seres humanos están dotados de razón, y tienen la capacidad de usar el método racional para examinar las opciones que le rodean con el fin de seguir la mejor posible. Tener la posibilidad de escoger nos lleva por el sendero de la libertad. En consecuencia, el individuo inmerso en la Sociedad de Consumo tiene la posibilidad de aumentar el espectro de libertad haciendo uso del método racional. De tal forma que:

1. Parece menester reorganizar las motivaciones de los individuos, por ejemplo, aquellas que le han llevado a desear un estatus social específico.
2. Con el fin de reorganizar esas motivaciones, hace falta guiar la conducta y creencias del individuo no solo por medio del método, sino también por medio de una Ética. Adela Cortina reconoce tal necesidad en lo que denomina *Ética de consumo*.

Referencias.

- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Madrid: Santillana Ediciones Generales, S. L.
- Mosterín, J. (2008). *Lo mejor posible, racionalidad y acción humana*. Madrid: Alianza Editorial.
-

LAS NORMAS SOCIALES Y LA TOMA DE DECISIONES.

María Camila Quiceno Giraldo²⁵

²⁵ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: mcquicenog@unal.edu.co

Resumen.

El documento reconstruye los principales aspectos relacionados con el problema de las normas sociales, en el contexto de la racionalidad en las organizacionales. Lo anterior, a partir principalmente de la postura del científico social noruego Jon Elster, complementada la discusión desde otros autores que aportan a ella.

El texto en un inicio, nos presenta las normas sociales, su definición, su diferencia con otras normas, algunos ejemplos y abre la discusión sobre su origen y la razón por la cual se siguen las normas. Con respecto al seguimiento de normas, se contrastan las opiniones de otros autores como Searle y Bourdieu, introduciéndonos a los conceptos de capacidades de trasfondo y habitus. Se hace énfasis en el papel de las normas sociales en la elección racional, y como las normas sociales interviene en la toma de decisiones. Al final del documento, se desarrollan las conclusiones como producto de la exploración del tema, donde se enfatiza en la necesidad de ampliar el estudio de influencia de las normas sociales en la toma de decisiones a nivel organizacional y como estas influyen en la dinámica individual y social en las mismas.

Palabras clave.

Normas, racionalidad, toma de decisiones.

Abstract.

The document reconstructs the main aspects related to the problem of social norms, in the context of organizational rationality. The above, starting mainly from the position of the Norwegian social scientist Jon Elster, supplemented the discussion from other authors who contribute to it.

Initially, the document presents the social norms, their definition, their difference with other norms, some examples and opens the discussion on their origin and the reason why the norms are followed. With regard to the follow-up of norms, the opinions of other authors like Searle and Bourdieuare are contrasted, introducing us to the concepts of background capacities and habitus. Emphasis is placed on the role of social norms in rational choice, and how social norms are involved in decision-making.

At the end of the document, the conclusions are developed as a product of the exploration of the topic, emphasizing the need to expand the study of the influence of social norms on the decision-making at the organizational level and how these influence the individual and social dynamics.

Keywords.

Norms, rationality, decision making

Descripción del problema.

La actividad de racionalización es generalizada en las organizaciones, todos los integrantes utilizan su capacidad racional para tomar decisiones en todos los niveles jerárquicos de la estructura, en todas las áreas funcionales y en todas las unidades de responsabilidad. La cúpula de la estructura toma decisiones que afectan a la totalidad de la organización. El ser humano, en todo momento se encuentra expuesto a tomar decisiones, a pesar de esto no todas las decisiones que toma son guiadas por la razón, en otros términos, Galdos (2015), plantea que los seres humanos viven del supuesto de que las decisiones que se toman son guiadas por la razón, pero realmente no son conscientes de que dichas decisiones se pueden encontrar influenciadas por sentimientos, emociones y circunstancias como las normas sociales (pág. 19). En las ciencias sociales existe una división clara entre dos líneas de pensamiento. Para Elster (1989), está por un lado Adam Smith y el *homo economicus*, el cual se orienta por la racional instrumental. Este, actúa por la perspectiva de rendimientos futuros y busca el mejoramiento continuo, adaptándose a las circunstancias cambiantes. Por el otro lado, está Émile Durkheim y el *homo sociologicus*, el cual actúa guiándose por normas sociales, y es atraído por fuerzas inherentes adaptándose a conductas prescritas, así existan mejores opciones (p. 119). La racionalidad y las normas sociales, son en igual medida factores influyentes en la mayor parte de las acciones humanas, ejecutadas a partir de la toma de decisiones. La racionalidad, consiste en el proceso de organizar la realidad, para esto, es indispensable la recolección, selección y procesamiento de información. Dentro de esta información, se encuentran las normas sociales y otros grupos de normas. Los resultados obtenidos, en conjunto con los instrumentos adecuados crean un método que sirve de guía, para elegir la mejor alternativa en una situación de decisión (Carvajal Orozco & Isaza Echeverry, 2014).

Llegado a este punto, entonces existen factores que afectan el comportamiento de los individuos que hasta para un investigador social son difíciles de comprender. Por tal razón, tratar de aclarar el fenómeno y la dinámica de las normas sociales, ocupa la atención del presente trabajo, con el fin lograr recortar la brecha de conocimiento existente frente a este tema específico en la formación sobre administración.

Las normas sociales.

La teoría de la elección racional, cambió la forma tradicional de ver las normas sociales. Pasaron de ser pautas establecidas, que influían en el comportamiento de los individuos, a ser estudiadas como *explanandum* y tratar de explicar su origen (Tena-Sánchez & Güell-Sans, 2011, p. 563). John Elster, les dio un tratamiento diferente a las normas sociales, con sus obras *El cemento de la sociedad* en 1969, y *La explicación del comportamiento social* en 2007. Para Elster, las normas sociales, son un requerimiento para actuar o abstenerse de actuar. Funcionan mediante sanciones informales, que son aplicadas a quienes incumplen la norma. Las normas sociales pueden presentarse en un nivel inconsciente o apenas inconsciente, es decir, que las seguimos sin darnos cuenta. Se sustentan en los sentimientos de culpa, ansiedad y vergüenza, de una persona ante la posibilidad de violar la norma o de ser visto violándola (Elster, 1989, p. 122).

Para que las normas sean sociales, deben ser compartidas y aceptadas por otras personas, formando así una “conciencia colectiva”. Algunas normas son incondicionales “haga X; no haga Y”, otras se presentan de forma condicional “si hace X, luego haga Y” o “si otros hacen X, haga Y” (Elster, 2010, p. 387). “Cuando existe un norma existe con frecuencia una serie de normas secundarias, que definen legítimas excepciones, estas se fundan principalmente en el buen juicio y la discreción” (Elster, 1989, p.132).

Las normas sociales en contraste con otros tipos de normas

Es necesario distinguir las normas sociales, de otros grupos de normas o serie de fenómenos, con las cuales suelen ser confundida. Las normas sociales, difieren de las *normas morales*, en que las últimas se basan

en obligaciones y prohibiciones que dictan cómo comportarse, independiente de la observación u opinión de los demás. En oposición al sentimiento de vergüenza, que se genera por el desprecio de los demás, que se presenta en las normas sociales (Elster, 1989, p.123).

Las normas sociales como las normas *cuasimorales*, son condicionales, la diferencia radica en que las normas cuasimorales son condicionales a la conducta de los demás, y las normas sociales son condicionales a su presencia. Los individuos se sienten motivados a cumplir una norma cuasimoral, solo si, los demás también la cumplen. A diferencia, de las normas sociales, que se cumplen por el miedo y vergüenza a ser descubierto (Tena-Sánchez & Güell-Sans, 2011, p. 566).

Por otro lado, aunque, tanto *las normas privadas* como las normas sociales, están atadas a sentimientos de ansiedad y culpa, la aprobación o desaprobación de dichas acciones en las normas privadas, no viene de los demás, ya que no son normas compartidas. Las normas privadas son personales y “se imponen para vencer la debilidad de la voluntad”. (Elster, 1989, p.124). Todo esto se conoce como precompromisos y es discutido por Elster en su obra *Ulises Desatado: estudios sobre racionalidad, precompromiso y restricciones*.

Las *normas legales* y las normas sociales se diferencian en cuanto a la imposición. En las normas legales, quien obliga a cumplir la norma son los agentes especializados, estos aplican un castigo directo y formal (Elster, 2010, 390). Las leyes generalmente son racionales y obedecen a motivos orientados al resultado. Las sanciones legales son razón suficiente para hacer que a las personas incumplan la ley.

Las convenciones, en contraste con las normas sociales, suelen depender solamente de la voluntad de una persona, esta, no solo quiere seguir la norma, también quiere que los demás la sigan. Si no se cumple la norma, todas las personas implicadas se verán afectadas. Un ejemplo de esto, es la convención de que todos debemos seguir las reglas del tránsito, si una persona no cumple una norma y ocurre un accidente, las personas a su alrededor se verán afectadas (Elster, 1989, p.124). Aunque una norma social consolida la convención, haciéndola probablemente más respetable, no es indispensable.

También, resulta necesario hacer la distinción entre las normas sociales y *la tradición*, esta última, consiste en repetir o emular lo que hacían otros en el pasado. Las tradiciones están sujetas al cambio que se presenta con el tiempo, debido a la acumulación de imitaciones imperfectas. La tradición puede estar apoyada en una norma social, pero no necesariamente tiene que ser así. (Elster, 1989, p.127).

Ejemplo de normas sociales.

Ya aclarado qué es y qué no es una norma social, es útil ampliar con algunos ejemplos: las normas formales que regulan la vestimenta, los modales, las maneras en la mesa y el lenguaje entre otros. Generalmente estas normas están estrictamente descritas y aunque suelen ser triviales, en su mayoría no son inútiles. Este tipo de normas suelen ser crueles en sus consecuencias y se convierten en importantes reguladores del comportamiento (Elster, 2010, p. 397). Otro tipo de normas sociales, son aquellas que regulan la conducta natural del hombre. En este grupo encontramos las normas sobre el incesto, el canibalismo y las relaciones sexuales consideradas <, en palabras de Elster “no naturales” (Elster, 1989, p.131). También, están las normas que regulan el uso del dinero, como las prohibiciones en la compra de votos, de mujeres, de niños y puestos de trabajo. En asuntos más banales, las normas regulan el uso del dinero en situaciones como no comprar un puesto en una fila, o no preguntarle a una persona cuánto gana (Elster, 2010, p. 398).

Existen normas sociales dentro de la ética médica, como las que dictan que los casos más graves deben ser tratados primeros, o la de salvar la mayor cantidad de vidas posibles. (Elster, 1989, p.137). Asimismo, en el trabajo; las acciones están guiadas por normas sociales. Un ejemplo claro, son las negociaciones salariales colectivas, los límites de esfuerzos considerados apropiados, respecto al rendimiento laboral y la presión de ganar ingresos propios (Elster, 1989, p.145). En el entorno laboral, varias situaciones se regulan por medio de normas sociales. No aceptar trabajar por un salario menor, al de los demás por la misma

labor, o no quedarse trabajando después de horarios laborales, hacen parte de códigos de honores informales de los trabajadores. Hay normas que regulan los excesos al beber, en algunas culturas van desde la regulación, hasta la abstinencia. Pero, en contraste a esto, también existen normas que juzgan la abstinencia o exaltan a las personas por su capacidad de beber (Elster, 2010, p.399).

Los códigos de honor, como ejemplo de norma social, conciben la violación de la norma como una acción deshonrosa. En su parte positiva, los códigos de honor incitan a las personas a obrar de forma íntegra y honesta, por otro lado, cualquier acción que pueda insultar el honor de una persona, puede resultar en una represalia o venganza (Elster, 1989, p.140). La propina, como norma social, está dada como un contrato implícito para obtener una mejor eficiencia en el servicio. Esta norma solo aplica para algunas profesiones y su razón se explica en el no querer decepcionar al otro y así, buscar su aprobación (Elster, 2010, p. 401). Otros ejemplos de normas sociales, son las normas de retribución, que exigen responsabilidad a los agentes por daños infligidos. La venganza, es una norma de retribución²⁶, que busca que la persona que infringió el daño tome responsabilidad de sus acciones, y pague por lo que hizo. Las normas de reciprocidad, establecen la necesidad de devolver los favores a los demás, al igual que normas cooperación, que su objetivo, es buscar el bien común y facilitar la convivencia en sociedad (Elster, 1989, p.147).

Las normas de distribución, en sociedades democráticas se caracterizan por un sentimiento de igualdad y van ligadas a normas de equidad y justa división. Las normas de igualdad, son determinantes en los resultados de los convenios, apelar a una norma, facilita llegar a un acuerdo. En las organizaciones, las normas de igualdad y de equidad cumplen el papel de dirigir las relaciones entre trabajo y el capital. La norma de igualdad afirma, que se les debe pagar a todos los trabajadores independientemente del trabajo que realicen, por otro lado, la norma de equidad dice, que la paga debe ser proporcional al trabajo realizado (Elster, 1989, p.246). El objetivo de las normas de cooperación, es buscar el bien común y facilitar la convivencia en sociedad. Las normas de honestidad están ligadas a las normas de cooperación, estas, hacen que una persona coopere, solo si todos, o una mayoría considerable de las demás personas cooperan. La norma de honestidad, provoca que la cooperación esté ligada a la conducta cooperativa de los otros y no en la utilidad que genere la cooperación, ya que las normas sociales no están basadas en el razonamiento instrumental. La norma social nos dicta hacer, lo que hace la mayoría, esta interactúa con otras normas y fenómenos para producir que exista una mayor cooperación (Elster, 1989, p.216-217).

Seguir una norma.

Solo es posible hablar de sociedad en un contexto regulado por normas y de normas, en donde exista una sociedad. Ramos (2018) en *Ontología social* asegura que “la acción humana tiene un aspecto normativo fundamental” (p.123), y que la idea social de la normativa, determina la conexión entre la vida social y mental de cada ser humano. Searle ha sido uno de los autores que ha aportado en la teoría de las normas. Lo que pretende Searle, es responder algunas preguntas de la teoría del lenguaje, afirmando que “hablar un lenguaje es tomar parte en una forma de conducta gobernada por reglas” (Searle, 1969, p. 22).

John Searle, realiza una división entre 2 tipos de reglas, las regulativas y las constitutivas. Las reglas constitutivas determinan el significado de un acto de habla, creando formas nuevas de conducta. Por otro lado, las reglas regulativas, moderan las acciones preexistentes, en las cuales su existencia no proviene directamente de las reglas. Esta distinción, realizada por Searle crea la división entre los hechos brutos, los cuales son independientes de las reglas y los hechos institucionales que dependen las reglas constitutivas. Searle (1969), manifiesta que la estructura de las instituciones humanas, está compuesta de reglas constitutivas. La función de las normas, depende de la atribución que le damos y existe una relación entre la existencia de instituciones sociales y la construcción de normas. Él sostiene que los actos de habla, con excepción del lenguaje, son los creadores de toda realidad institucional, atribuyéndole así la capacidad de transformar la realidad.

²⁶ Elster cita algunos casos de venganza como norma social en comunidades indígenas donde esta práctica es aceptada.

En su obra *la construcción de la realidad social* (1997) John Searle, introduce a las *capacidades de trasfondo* como elemento importante en su explicación de los fenómenos sociales. Searle (1997) define las capacidades de trasfondo como “el conjunto de capacidades no intencionales o pre intencionales que hacen posibles los estados intencionales de función” (p. 141). Este fenómeno que Searle llama trasfondo, va por el mismo camino de *habitus* de Pierre Bourdieu, el cual se discutirá más adelante.

Para Searle, la concepción de que seguimos las normas de forma inconsciente, es sola una ilusión. Él plantea 3 afirmaciones referentes a las normas

- 1- Las normas nunca se interpretan a sí mismas.
- 2- No son exhaustivas
- 3- Muchas veces, solo sabemos lidiar con la situación, sabemos lo que hacemos, pero no aplicamos las normas, ni de forma inconsciente o consciente (Searle, 1997, p. 154).

MEs decir, lo que realmente ocurre es que desarrollamos habilidades que, en estructuras institucionales particulares, se activan. Las personas, no necesitan conocer ni apoyar una norma para seguirla, más bien, deciden comportarse de cierto modo, ya que ha adquirido la capacidad inconsciente, de ser sensible a la estructura de la normas (Searle, 1997, p. 155). Para ilustrarnos, Searle nos pone como ejemplo un beisbolista que corre hacia la base, no porque quiere seguir las reglas del juego, sino, que las reglas le exijan que corra hasta la base y él lo hace porque ha adquirido el hábito y las habilidades (disposiciones de trasfondo) que hacen que corra hasta llegar a la base siguiente (Searle, 1997, p. 155).

Searle, habla de la importancia de entender la causación de las normas. A primera vista se puede pensar que un individuo se desenvuelve en un entorno fácilmente porque está observando y siguiendo las normas. Pero, en realidad “*el mecanismo ha evolucionado precisamente de tal modo, que resulta sensible las reglas*” (Searle, 1997, p. 157). Este mecanismo es el encargado de explicar la conducta, que a su vez está explicado en el sistema de normas, pero este, no es necesariamente un sistema de normas. Donde existan instituciones humanas, hay una normatividad socialmente creada. Es decir, que el hombre ha dominado las normas de la sociedad, por medio de un desarrollo de capacidades, que le permiten adaptarse a la vida en sociedad; y adaptar ese conjunto específico de normas, porque son las de su sociedad (Searle, 1997, p. 158).

Otros autores como Wittgenstein (1953) siguen la misma línea, afirmando que los individuos, no siguen las normas inconscientemente, si no, que adquieren la destreza de ejecutar la acción sin hacer el uso de la norma. Hubert Dreyfus y Pierre Bourdieu, argumentan que hay claros ejemplos de actividades racionales, que no tiene como base seguir una norma. Bourdieu y su tesis del *habitus*, se entiende como un sistema de disposiciones que lleva a pensar o actuar de cierta manera. Este sistema, lo ha estructurado el mundo social en que habita el sujeto. La interacción del *habitus* con el medio, genera motivaciones, gustos y representaciones cognitivas reguladas, sin que signifique seguir explícitamente una norma. Un ejemplo de esto, son el lenguaje corporal, los gestos, los modismos, el acento y el idioma (Bourdieu, 1990). En conclusión, “muchas de las acciones de la vida cotidiana no se derivan causalmente de una representación física de las reglas y su incorporación en un mecanismos” (Ramos, 2018, p. 107).

Justificación de las normas sociales según Elster.

“Un problema fundamental que surge en el análisis de las normas sociales, es el de saber hasta qué punto las normas tiene eficacia real e independiente y hasta qué punto son meramente racionalizaciones de autointerés” (Elster, 1989, p.173). No se puede negar, que las normas son socialmente útiles, pero no todas estas normas mejoran la situación de todos los miembros de la sociedad. Al contrario, en algunas ocasiones la empeora o no existe un equilibrio en los beneficios recibidos entre las personas. Por lo tanto, si las normas sociales no propician el mejoramiento en la vida de todas las personas, entonces ¿Por qué existen las normas sociales? (Elster, 1989, p. 173).

Como primer argumento, se tiene que, en algunas situaciones, las personas recurren a normas sociales para racionalizar el autointerés; convirtiéndose en instrumentos de manipulación utilizados para cubrir el autointerés en algo más aceptable. Aunque, las normas sociales pueden usarse en beneficio propio, justificando la acción en una norma específica que sea conveniente en el momento; si alguien logra aprovecharse de la norma para un propósito personal, se debe a que los demás están dispuestos a poner primero la norma que el interés propio. Más que manipulación de las normas, lo que existe es una amalgama de creencia, autoengaño y decepción (Elster, 1989, p. 152).

Otro argumento nos dice que las normas sociales son parte de la racionalidad individual. La gente obedece las normas, pensando en evitar la reprobación de los demás. El comportamiento que es dirigido por las normas, se apoya en preocupación por la sanción social y lleva a obedecer las normas como una acción racional. En respuesta a este argumento Elster (1989) nos dice que “las normas no necesitan sanciones exteriores para ser efectivas. Cuando las normas están internalizadas, se las siguen aun cuando su violación no sea observada y no esté expuesta a sanciones” (p. 156).

También, se analiza la relación que existe entre las normas sociales y la optimización tanto individual y colectiva. En cuanto a la optimización individual, se dice que la existencia de las normas sociales, es un vehículo para satisfacer intereses propios (Elster, 1989, p. 154). Debido a que algunas normas pueden ser muy útiles a nivel individual, como lo son, las normas de no beber, ni comer en exceso. Pero, no se puede afirmar que todas las normas sociales tienen consecuencias valiosas a nivel particular, aparte de evitar sanciones. (Elster, 1989, p.155).

Algunos autores que no están convencidos de la racionalidad individual de las normas, afirman, que la racionalidad de las normas sociales es colectiva. Las normas sociales, son socialmente útiles y tienen consecuencias positivas para las personas que las siguen y esto, explica su existencia. Pero Elster, (1989) ataca este argumento, al considerar, que las normas sociales no precisan que todo el mundo esté en una mejor situación, y si así lo fuera, esto no explica la existencia de la norma. De igual modo, las normas sociales que podrían llevar a que todos estén mejor, en la práctica no son tan claras o no existen (p.165). La persistencia de las normas sociales se puede explicar como un comportamiento de equilibrio y su aparición como una cuestión accidental o histórica. Pero, estos argumentos son débiles, ya que es difícil creer que la utilidad de las normas sociales es irrelevante en su explicación y que normas como la de reciprocidad y cooperación existen debido a una coincidencia (Elster, 2010, p. 402).

Elster concluye que, las normas sociales, no tienen un fin único, que sirva para explicar su utilidad o el por qué son normas (Elster, 2010, p. 403). Las normas como el interés propio intervienen en la acción. El interés propio, también puede influir en qué normas sociales cada persona acepta o no. Y cuando se cree que una norma es sincera, puede ser un acto que es inocentemente dictado por el interés propio. Pero, el apego a normas no es explicado completamente por el autointerés, debe haber una explicación adicional del porqué de las normas.

Normas sociales y elección racional.

Los resultados de la acción humana, se explican a través de las preferencias y las posibilidades de acción de los individuos. Estos, cuentan con un mecanismo que les permite evaluar y seleccionar la información que les brindará el curso de acción con el cual pueden obtener mayor utilidad. A este mecanismo optimizador se le conoce como elección racional (Linares, 2002, p.79). El principio de la elección racional, permite expresar las preferencias mediante una función matemática de utilidad, en la cual se trata de maximizar la función con respecto a una de sus variables. El problema radica en que esta función de utilidad es una representación de las preferencias de las personas, y estas preferencias no se pueden prescribir. Así, que la racionalidad de una elección solo se puede evaluar analizando los gustos de cada uno de los individuos (Linares, 2002, p. 79)

La teoría de elección racional, no tiene en cuenta conductas irracionales, como la debilidad de voluntad, los deseos, los mecanismos de consonancia o disonancia, la adaptación de creencias, la sobreestimación del valor presente respecto al futuro, entre otras. Por otra parte, la teoría también pasa por alto la explicación del origen de las preferencias individuales. Esto, tratando de simplificar el análisis de la acción individual y así poder predecir el comportamiento humano (Linares, 2002, p.80). Teniendo en cuenta que las decisiones no se toman de forma aislada y que depende de las decisiones que tomen otros individuos y todas las falencias de la teoría de elección racional, nace *la teoría de juegos de estrategia*. El objetivo de Neumann y Morgensten con esta teoría era crear una teoría que abordará el problema del comportamiento económico (Linares, 2002, p. 80).

Con la teoría de juegos de estrategia, nace la primera teoría matemática que intenta explicar la interacción social. Con base en los estudios de Neumann y Morgensten, aparece Nash con el desarrollo el equilibrio del juego, en el cual, los jugadores tomaran su decisión basada en la mejor respuesta a las decisiones de los demás. En el *equilibrio de Nash* ningún jugador tiene incentivos para elegir una opción distinta a la de equilibrio, pues está, no le traerá mayores beneficios, convirtiéndose en un resultado estable. Según Nash (1950), no es necesario que un resultado sea óptimo socialmente para que sea estable.

Después, aparece la teoría de juegos evolutiva, desarrollada por Maynard. Esta, tiene la idea de que con el tiempo se desarrollará un estado de equilibrio, ya que, en una población en la cual existe interacción de los individuos, los jugadores que tengan malos resultados, con el tiempo cambiaran su estrategia por la de los demás, para así aumentar la utilidad, creando un equilibrio. Igualmente, la teoría de juegos evolutiva propone la posibilidad de aparición de nuevas estrategias. Las cuales se extenderán entre la población y provocarán un cambio de equilibrio. Solo las estrategias que alcancen un punto de equilibrio, serán consideradas evolutivamente estable, dejando implícito que los individuos aprenden de las experiencias pasadas y eligen las estrategias que son más eficaces a la hora de tomar decisiones (Linares, 2002, p. 82). Con la obra de Mancur Olson (1971), *La lógica de la acción colectiva*, se problematizó sobre la relación entre el éxito de la acción colectiva y el interés individual. Olson, logró identificar al resultado generado por la acción colectiva, como un *bien público*, explicado por Linares (2002) como “un bien que se produce a un cierto coste para todo un colectivo, resultando imposible tanto su partición como la exclusión de su consumo de cualquiera de los individuos integrantes del mismo” (p. 83).

Hardin (1971), ejemplificó el problema planteado por Olson, con el conocido Dilema del Prisionero. En este, dos individuos deciden no cooperar a pesar que el no hacerlo va en contra del interés de ambos. Aunque el dilema del prisionero sea representado en una matriz de pagos con dos jugadores, no existe una interacción entre ellos, en este juego no es necesario que los jugadores no anticipen las decisiones de los demás, lo por tanto no es un juego de estrategia. El supuesto de racionalidad de la decisión de los individuos es aislado y solo depende de sus propias preferencias (Linares, 2002, p. 83).

En la realidad, existe un sin número de casos que desafían los planteamientos de Hardin y Olson, colocando en aprietos a los especialistas en teoría de juegos. En 1984 Robert Axelrod, con su obra *La evolución de la cooperación*, indaga sobre el cómo se origina y mantiene la cooperación en un comunidad (Linares Martínez, 2002, p. 84). Como se discute anteriormente, la cooperación es uno de los pilares fundamentales para que exista acción colectiva, y esta cooperación se da gracias a ciertas normas sociales establecidas, que impulsan a los miembros de una sociedad a cooperar.

El examen más crítico de la obra de Olson, lo realizaron Marwell y Oliver, con el desarrollo de la función de producción. Esta función consiste en una expresión matemática que según Linares (2002) busca “formalizar la relación entre individuos que incurren en el coste de contribuir a la movilización y el grado de éxito de la misma”. Esta función representó un avance en el análisis de la acción colectiva como un bien público, son tan bajos que resulta irracional seguir colaborando (Linares, 2002, p. 85). Los estudios de Marwell y Oliver se centran en la primera fase de la acción colectiva, pero la segunda fase es más compleja, ya que se generan los problemas consolidación y auto sostenimiento. La solución a esta

problemática se centra en los sistemas de incentivos, en los cuales se proporcionan premios o castigos a los individuos que contribuyen y a los que no (Oliver, 1980).

Para Coleman (1990), las normas sociales no son parámetros dados por el sistema social. Para él, su emergencia ocurre cuando, la conducta de un individuo puede afectar negativamente a los otros miembros de un grupo y se puede crear un sistema de sanciones para evitar que el individuo incurra en dicha conducta. Los miembros de un grupo se coordinan para generar un sistema de sanciones (normas sociales) y su ejecución, produce un coste para cada individuo, lo cual origina un exceso de colaboración facilitando la acción colectiva (Linares, 2002, p. 85).

Conclusiones.

El conocimiento de la naturaleza de las normas sociales y su operación en el contexto de la acción humana, nos provee de herramientas que favorecen una comprensión más cercana a la verdad, no solo de nuestras acciones, sino también de las acciones de los demás integrantes de la organización. Esta mayor cercanía con el conocimiento de las causas de acción en el contexto de las organizaciones, provee condiciones de posibilidad para diseñar alternativas más pertinentes respecto a la intervención de las dinámicas individuales y sociales, al complejo devenir de la realizar organizacional.

Sabemos que las normas sociales son estándares del comportamiento, que se basan en creencias compartidas por los miembros de un grupo, las cuales dictan el cómo se debe actuar en ciertas situaciones. Pero, a pesar de los avances y los estudios que se han realizados recientemente, no existe una explicación satisfactoria sobre el origen de las normas sociales. Aunque se conoce que las emociones, juegan un papel clave en la decisión de seguir o no una norma, no existe un conocimiento claro en los fundamentos neuronales de las normas sociales, ni en sus determinantes sociales y económicos. Para la autora, se debe considerar que el camino para comprender las razones por las cuales se siguen las normas sociales, está en los conceptos de habitus dado por Pierre Bourdieu y el de habilidades de trasfondo de Searle. También es necesario estudiar cómo el entorno socioeconómico y cultural afecta el seguimiento de normas, cuestionarse, en qué entornos es más favorable la creación, la estabilidad y el cambio de normas sociales.

Referencias.

- Axelrod, R. (1984). *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. Mexico DF: Grijalbo S.A.
- Carvajal Orozco, J. G., & Isaza Echeverry, J. A. (2014). Análisis del concepto de racionalidad en la filosofía de los siglos XVI-XX y su aporte a la teoría administrativa contemporánea. *Memorias*, 12(21), 12.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. EE.UU.: Harvard University Press.
- Elster, J. (1989). *El cemento de la sociedad: Las paradojas del orden social*. Barcelona: Gedisa.
- Elster, J. (2010). *La explicación del comportamiento social: Más tuercas y tornillos para las ciencias sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Galdos, G. (2015). *Toma de decisiones: Elecciones acertadas para el éxito personal y profesional*. Lima, Peru: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Hardin, R. (1971). Collective Action as an Agreeable n-Prisoners' Dilemma. *Behavioral Science*, 16, 472–481.
- Linares, F. (2002). Elección racional y normas sociales: una vuelta más de tuerca. *Revista Internacional de Sociología*, 60(32), 77–99.
- Nash, J. (1950). The Bargaining Problem. *Econometrica*, 18(2), 155–162.
- Oliver, P. (1980). Rewards and punishments as selective incentives for collective action: theoretical investigations. *American Journal of Sociology*, 85, 75–1356.

- Olson, M. (1971). *The Logic of Collective Action*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Ramos, J., & Ramirez, C. (2018). *Ontología Social: una disciplina de frontera*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Searle, J. (1969). *Actos de habla: ensayo de filosofía del lenguaje*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Searle, J. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós.
- Tena-Sánchez, J., & Güell-Sans, A. (2011). ¿Qué es una norma social? Una discusión de tres aproximaciones analíticas. *Revista Internacional de Sociología*, 69(3), 561–583.
- Wittgenstein, L. (1953). *Investigaciones filosóficas*. España: Trotta.

CRÍTICA A LA DEMOCRACIA: LOS PROBLEMAS DE LA IGUALDAD Y LA LIBERTAD²⁷

Tamarha Soto²⁸

Cristian David Rincón²⁹

²⁷ Documento resultado del curso “Razonamiento lógico I” de la Universidad de Caldas.

²⁸ Estudiante de segundo semestre de Artes escénicas de la Universidad de Caldas. Correo: tamarha.1721910763@ucaldas.edu.co

²⁹ Administrador de empresas, Profesional en Filosofía y letras, y Magíster en Filosofía. Docente del Departamento de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Manizales. Miembro del Grupo en investigación en Filosofía y Teoría en Administración de la Universidad Nacional de Manizales. Correo: crdrinconor@unal.edu.co

Resumen.

En esta ponencia, se hará una crítica a la democracia como sistema político. Para ello, primero se mostrarán algunos tipos de democracia, en específico la democracia participativa y la democracia representativa. Luego, se abordan los principales fundamentos teóricos de la democracia, en especial el principio de la igualdad. A partir de él, se muestra cómo la igualdad que consagra la democracia no es, primero, posible ni, segundo, deseable. No es posible en el sentido de que no somos iguales en ningún aspecto. No es deseable porque la igualdad que promulga la democracia excluye las cualidades de los hombres con más aptitudes para la política. Como los votos de todos cuentan por igual, la opinión de aquellos hombres excepcionales, que verdaderamente saben de política, que entienden la situación del país y que consideran las soluciones más óptimas, queda oculta entre el ruido de la muchedumbre, que más que razones, apelan a sus sentimientos para votar. Así, la democracia deviene en una oclocracia, o gobierno de la muchedumbre.

Palabras claves.

Democracia participativa, Libertad, Igualdad, muchedumbre

Abstract.

This paper critiques democracy as political system. For that, first, it shows some kinds of democracy, specifically, participative democracy and representative democracy. Then, it approaches the main theoretical basis of democracy, especially the principle of equality. From it, it shows how equality on democracy is not, first, possible nor, second, desirable. It is not possible because we are not the same any way. It is not desirable because equality on democracy excludes the qualities of man with aptitudes to politics. As votes of everyone count equality, the opinion of those exceptional men, who truly know about politics, who understand the situation of the country and consider the best solutions, stay hidden between the noise of crowd, who appeal to their emotions to vote, instead reasons. Thus, democracy becomes in ochlocracy, or government of crowd.

Key words.

Participatory democracy, freedom, equality, crowd

Según el Índice de democracia, un reporte publicado por el diario *The Economist* (2017), 75 de los 167 países estudiados se rigen por un sistema político democrático. El diario ordenó a los países desde los más democráticos hasta los menos democráticos. —teniendo en cuenta variables como el respeto a los derechos civiles, la cultura política de los ciudadanos, la participación política, el proceso electoral, el funcionamiento del gobierno y el pluralismo—. La lista la encabeza Noruega y termina con Corea del Norte. Colombia, por su parte, se ubica en el puesto número 56, con una puntuación general de 6.96 —a cada país se le evalúa del 1 al 10 de acuerdo a las variables antes mencionadas—. Es posible que esto escandalice, pues la puntuación parece muy baja para un país donde a diario se pregona a la democracia como el sistema político definitivo, que nos va a salvar de la hecatombe. Sin embargo, ¿la democracia realmente es tan salvadora como se ha pintado? En este documento se responderá que no. De hecho, la democracia es tan o más dañina que muchos otros sistemas políticos. Para ello, primero se explicará qué es la democracia. Luego, se mostrará cuál es el problema de los fundamentos ideológicos de igualdad y libertad de la democracia para mostrar cómo ésta deviene en olocracia, o gobierno de la muchedumbre.

Democracia.

La democracia es un sistema político que defiende la soberanía del pueblo y el derecho de elegir a sus gobernantes. En general, tiene dos tipos: democracia representativa y democracia participativa o directa. En pocas palabras, la democracia participativa o directa es aquella que les permite a los ciudadanos tomar las decisiones políticas por ellos mismos, votando de manera individual y directa. La democracia representativa es aquella en la que los ciudadanos, cada cierto tiempo, eligen a unos representantes que tomen las decisiones por ellos (GAC, 2013). Este texto se enfocará en la democracia participativa que, de una u otra forma, funda la democracia representativa.

El problema de la igualdad y la libertad en la democracia.

Uno de los principios sobre el que se rige la democracia es el de la igualdad. La idea de que todos somos iguales es el fundamento de una sociedad democrática (Sahui, 2016). Rousseau, uno de los máximos exponentes de la democracia, por ejemplo, construye su teoría del Estado partiendo de la noción del derecho natural de igualdad y libertad (Cantillano, 2009). Es decir, para que allá democracia es indispensable que exista la noción de igualdad, al menos como algo deseable, a lo que se debe aspirar. Sin embargo, como lo afirma Rincón, «la democracia es un orden que deja por fuera las cualidades de los hombres al reconocerlos como iguales» (2015, p. 13) ya que excluye a los hombres *excepcionales* por la resistencia y el movimiento de la muchedumbre. Aquí, *excepcionales* son aquellos sujetos que, dentro del contexto político, se salen de la normalidad —de la mediocridad si se quiere— y se atreven a pensar por sí mismos desde el conocimiento fundamentado. La democracia, al reconocer como iguales a todos los ciudadanos, invisibiliza a los hombres *excepcionales*, pues son ocultos bajo la inmensa mayoría mediocre e ignorante. En nada se diferencia la democracia de aquel sujeto que oculta sus gramos de oro en medio del fango y exclama orgulloso: «¡qué bello orden!». En otras palabras, el problema de que la igualdad sea el fundamento de la democracia es que pone en un mismo nivel a personas de las características más diferentes y les da el mismo poder de decisión política.

Así las cosas, el poder de decisión recae en manos de la masa y las cualidades de los hombres *excepcionales* quedan relegadas a un segundo, incluso tercer plano. El problema de esto es que, como diría Ortega y Gasset (2010), la masa es estúpida. El común de las personas no tiene suficientes conocimientos en política como para votar a conciencia. Muchas de ellas no poseen criterio propio y son fácilmente manipulables.

En este sentido, y siguiendo a Nietzsche (2010), se pueden distinguir, a grandes rasgos, dos tipos de personas: los hombres que pertenecen a la multitud y los seres excepcionales. En política, los hombres que pertenecen a la multitud, que son la inmensa mayoría, son aquellos que, primero, saben poco sobre política,

sobre historia, sobre economía y, en general, sobre la situación política del Estado. Los segundos, los *excepcionales*, son, se intuye, todo lo contrario. Saben de política, de economía, de historia y, en general, tienen criterios y suficientes conocimientos para tomar decisiones políticas mucho mejor fundadas. En este sentido, no debería ser lo mismo que una persona que haya estudiado leyes, por ejemplo, vote en una cuestión política, a que una persona que nunca ha estudiado o no sabe del tema dé su voto. La democracia no mide diferencia de saberes, diferencia de aptitudes y la capacidad de que una persona sea crítica.

Pensemos en una situación un tanto alejada de la política para entender mejor este problema. Supongamos que en un salón hay personas de diferentes profesiones. Entre ellos, se encuentran artistas escénicos, veterinarios, abogados, filósofos y psicólogos, cada uno con igual número de representantes. Si el objetivo de que estuvieran allí fuera el de montar una obra de teatro, seguramente serían los artistas escénicos quienes instintivamente empiezan a dirigir y a dar ideas sobre lo que se debe hacer. Los demás profesionales pueden opinar, claro está, pero seguramente la opinión de los artistas escénicos es más fuerte y de más peso. O en otro caso, si se debe descubrir qué enfermedad tiene un perro, ¿se dejaría opinar a los artistas escénicos, a los abogados, a los psicólogos y filósofos de igual modo que a los veterinarios? Seguramente no, y si se hace, se haría bajo la supervisión y vigilancia de los médicos veterinarios. En este tipo de casos, las decisiones no se pueden tomar mediante el voto democrático. Entonces, ¿qué hace diferente a la política? Aquí se defiende que no hay mucha diferencia. Así como los veterinarios son los que deben tomar las decisiones que sobre lo que concierne a la veterinaria, y los artistas escénicos sobre lo que concierne al teatro, los expertos en política (llámeseles politólogos, abogados, economistas, etcétera) son los que deberían tomar las decisiones políticas de un país, no la mayoría.

La democracia, entonces, es una promoción de uniformidad; pone a todas las personas en un mismo rango. Así una persona sea experta en política, en el momento de votar, su voto vale igual al de una persona que nunca en su vida ha estudiado. Así, «la democracia es la culpable de la creencia de que los hombres son iguales. Sin embargo, que seamos iguales solo es un prejuicio impuesto por la democracia» (Rincón, 2015, p. 13).

Según Nietzsche (1980), a medida que crece el sentimiento de unidad con la persona, cuanto más igual es el hombre, siente con más fuerza el rechazo a toda diferencia. Gracias a que una persona está en un determinado grupo, a medida que avanza el tiempo, la persona suele irse adaptando a los ideales, creencias e incluso acciones de los demás y si tenemos que estas personas son iguales en estos aspectos, aceptar a una que no piense de la misma forma que él, suele ser rechazado. Por ejemplo, cuando se descubrió que la tierra era la que giraba alrededor del sol, las personas empezaron a rechazar esta idea, dado que estos tenían un pensamiento ya plasmado por la cultura y la sociedad. Este pensamiento era que el sol giraba alrededor de la tierra. Los hombres creían que ellos eran el centro del universo; por esto aceptar esta diferencia les era difícil. “La democracia representa la incredulidad en grandes hombres y en sociedad elite, incredulidad manifiesta en los temas de que cualquiera es igual a cualquiera” (Nietzsche, 1980, p. 224).

Teniendo en cuenta que la igualdad rechaza toda diferencia, si una persona que pertenece a la muchedumbre vota, este voto no es realmente propio, ya que sus ideales, su postura y su forma de pensar están condicionados por su contexto socio-cultural. Es por esto que en la democracia tampoco hay libertad. Se supone que cualquier persona tiene el derecho a ejercer su voto, pero ¿qué tan propio es el voto? Resulta que las personas que hacen parte de la multitud tienen una misma cultura, una misma forma de pensar y de actuar, por lo que, al momento de votar, su voto está altamente condicionado. El pensamiento de la gran mayoría fue estructurado previamente y por más libres que nos creamos de decidir, estamos decidiendo algo que previamente ya fue elegido en nosotros.

Al final, en la «libertad» de la democracia, los que terminan gobernando son la muchedumbre. En la democracia, al menos en los países tercermundistas, la mayor parte de los votantes son pobres. Por esto, en el momento en que se da una votación, la mayoría de personas que votan son pertenecientes a la población de más bajos recursos. Esto significa que la democracia es la política de los pobres. El problema

de esto es que, como ya se ha dicho antes, los más pobres suelen ser también los más ignorantes y, por tanto, los que menos saben de política como para tomar una decisión. De este modo, las decisiones se toman de acuerdo a la *opinión popular*, que no es otra cosa que aquello que la muchedumbre dice que es lo mejor —dicho sea de paso: su voto suele ser el resultado de un proceso de adoctrinamiento político y cultural de las clases dominantes—. Mientras tanto, los votos de los *seres excepcionales* quedan ocultos entre el fango de los hombres que pertenecen a la multitud.

Para finalizar, decimos pues, que la democracia participativa o democracia directa es un sistema defectuoso, ya que limita y somete la opinión crítica de un individuo a un régimen social, dictado por la opinión de la mayoría de individuos de dicho régimen. Se le da el poder de decisión a la muchedumbre, la mayoría ignorante, al reconocer que todos los seres humanos son iguales, lo que supone un rechazo a la diferencia.

Referencias.

- Cantillano, H. M. (2009). Aporte de Kant al concepto moderno de “Estado de derecho.” *IUS Doctrina*, 2(3).
 EIU. (2017). *Democracy Index*. London.
 GAC. (2013). *Contra la democracia*. Madrid: Grupo de Anarquistas Coordinados.
 Nietzsche, F. (1980). *Sämtliche Werke: Kritische Studienausgabe*. Berlin: Deutscher Taschenbuch Verlag und Walter de Gruyter.
 Nietzsche, F. (2010). El Estado griego. In *Cinco prólogos para libros no-escritos*. Madrid: Arena Libros S.L.
 Ortega y Gasset, J. (2010). *La rebelión de las masas*. Ciudad de México: La Guillotina.
 Rincón, C. (2015). Nietzsche contra la democracia. *Novum, Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, (5), 9–16.
 Sahui, A. (2016). La igualdad en la medida de la calidad democrática. Una revisión crítica de la propuesta de Leonardo Morlino. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 61(227), 273–293.

EXISTENCIALISMO, ORGANIZACIONES Y ADMINISTRACIÓN.

Maria Ximena Velosa Amature³⁰

Maria De Los Ángeles Vallejo Osorio³¹

Daniela Narvárez Ramírez³²

Isabella Santana Gallego³³

Juan Sebastián Flórez Yépez³⁴

Julián Andrés Quintero García³⁵

Doris Amanda Tarapues Cuaical³⁶

³⁰ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: mvelosa@unal.edu.co

³¹ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: maavallejos@unal.edu.co

³² Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: dnarvaezr@unal.edu.co

³³ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: isantanag@unal.edu.co

³⁴ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: jsflorezy@unal.edu.co

³⁵ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: juquinterog@unal.edu.co

³⁶ Estudiante de Administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: dtarapues@unal.edu.co

Resumen.

En el interior de las organizaciones, se hace presente el comportamiento individual y colectivo de sus integrantes. Siendo así, cada participante vive y observa una realidad diferente dentro de un mismo campo laboral; por otra parte, la filosofía y sus corrientes tienden a reafirmar la individualidad de cada una de las personas.

El presente texto pretende relacionar la corriente filosófica existencialista con las dinámicas organizacionales, para ello, se define el existencialismo abarcado de manera general a través de las posturas de varios filósofos que contribuyen a esta corriente; y algunas de las preguntas que se plantean. Se continúa con una definición de estructura organizacional desde Mintzberg, para así proceder a señalar la relación del existencialismo con las dinámicas que se presentan dentro de las organizaciones. Posteriormente, se presenta la conclusión aludiendo a ciertos rasgos en los comportamientos organizacionales tanto de los dirigentes como de los dirigidos que afectan su propia conducta dentro de la organización. De igual manera, se expone la importancia de enseñar dentro de la academia la postura filosófica existencialista que permita un acercamiento a la organización desde otro campo de estudio.

Palabras clave.

Existencialismo, organizaciones, administración, individuo, libertad, existencia, subjetividad, conciencia, realidad.

Abstract.

Within the organizations, the individual and collective behavior of its members is present. Thus, each participant lives and observes a different reality within the same labor field. Philosophy and its currents analyze the individual characteristics of each member. Taking as a point of support some philosophical currents for the interpretation and analysis of the dynamics that arise within organizations, facilitates organizational study and allows a different view of it and in some cases, with the help of other areas of study, achieves a full view of all aspects that constitute some research carried out in the organizational field. Finally, it highlights the possible dynamics and ways in which a leader, who covers features of the existentialist current, can influence his leaders and the way in which he relates to himself. In the same way it is intended to show how an existentialist leader establishes a different organizational environment. This is the result of understanding that different disciplines, such as philosophy, are a pillar to understand the different current dynamics that can be developed within organizations. Finally, it highlights the possible dynamics and ways in which a leader, who covers features of the existentialist current, can influence his leaders and the way in which he relates to himself. In the same way it is intended to show how an existentialist leader establishes a different organizational environment. This is the result of understanding that different disciplines, such as philosophy, are a pillar to understand the different current dynamics that can be developed within organizations.

Keywords.

Existentialism, organizations, administration, freedom, existence, subjectivity, reality.

Existencialismo.

El existencialismo es un movimiento filosófico que se originó entre los siglos XIX y XX. Surge como respuesta a la crisis de la costumbre y es un nuevo estilo de expresión del pensamiento humano. El existencialismo surge con Kierkegaard y Kafka como un existencialismo romántico. Seguidamente Heidegger, Marcel, Jaspers, y Berdjaev tratan un existencialismo metafísico. En su etapa final surge el existencialismo humanístico, representado por Sartre y Abbagnano. Los autores mencionados anteriormente se constituyen en el siglo XX (Prini, 1957, p. 4) y “comparten la preocupación por una interpretación de la existencia humana en un mundo que enfatiza su específico y problemático carácter” (González, 2006, p. 185).

Por otra parte, esta corriente filosófica se caracteriza por la búsqueda de verdades individuales, teniendo como fundamento el análisis subjetivo de la realidad. El existencialismo se preocupa por entender la existencia del ser humano como parte esencial en la creación de conocimiento, y como actor influyente de su propio destino y contexto; tal como lo menciona González: “Los planteos filosóficos del existencialismo abordan, desde diferentes ámbitos y con algunas disidencias, al hombre concreto, a esta existencia arrojada al mundo, que se autodefine en la libertad de su accionar”. (González, 2006, p. 185)

Algunos aspectos del existencialismo.

1. La existencia precede a la esencia: esta característica expresada por Sartre, nos dice que somos puestos de manera automática y aleatoria a existir en el mundo, y que la formación de la esencia de cada individuo es producto de sus actos y decisiones tomadas en el pasado; o expresado de una manera más simple: somos capaces de definirnos a nosotros mismos. (Gordillo, 2009)
2. Mirada filosófica puesta en el sujeto: Pretende hacer énfasis en la importancia que tiene el pensamiento individual con respecto a los hechos que acontecen en el mundo del que hacen parte, en otras palabras, prima la subjetividad, entendida esta como lo menciona Aguilar en su libro *FILOSOFÍA: ENTRE SABER, ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SUJETO*, la manera de hablar de “sí” y su forma de relacionarse con el “otro” (Aguilar, 2011).
3. Angustia existencial: Esta característica se desglosa de la frase de Sartre: “el hombre está condenado a ser libre”, en esta se puede fundamentar la angustia existencial, ya que como ningún ser superior tiene predestinado las eventualidades de la vida de cada individuo, es este último el único responsable de su presente y futuro, lo cual le genera una constante preocupación por sus actos y por su devenir en el mundo.

Llorente, quien habla de la angustia existencial desde Kierkegaard, fundamenta por otra parte, que el autor mencionado trata este elemento debido a que cuando se dieron sus acercamientos a la postura existencialista, se vio muy influenciado por el contexto del momento: la revolución industrial. Esta se caracterizó por la sustitución del hombre por máquinas, lo que desató una crisis de identidad, pues parece ser que las máquinas estaban en condición de hacer las cosas mejor que los humanos. Acontecimientos de este tipo, más la suma razonamientos como: “la verdad es subjetiva” y no existe persona alguna que pueda juzgar en su totalidad qué es y qué no es la verdad, son algunos de los aspectos que de nuevo ponen al individuo en un sentimiento de angustia (Llorente, 2019).

1. Existir es un ser posible: el hombre vive en un contexto lleno de posibilidades, de las cuales deberá seleccionar la más indicada para definir y concretar una situación a la que se ve enfrentado. Esto quiere decir que el hombre está en constante elección de posibilidades. Este proceso de elección lleva a la conclusión de que “elegimos todo lo que somos y somos todo lo que elegimos”. Por lo tanto, el hombre no puede no elegir, porque si no lo hace, estaría dejando que las posibilidades lo crearan a él. (Fatone, 1962). Entonces se tiene como conclusión que el hombre está en la capacidad de determinar quién es a través de sus elecciones.

2. El hombre vive para morir: para Heidegger la posibilidad más grande del hombre es la muerte (Fatone, 1962, págs. 39-41). Esto hace que el resto de posibilidades en vida sean posibles y estén encaminadas a la posibilidad última que es la muerte.

Ahora bien, para entender más fácilmente la naturaleza del existencialismo es necesario presentar algunas de las preguntas que se plantean los pensadores de esta corriente filosófica.

Algunas preguntas que se plantean dentro de esta corriente filosófica son:

- ¿Quién soy?
- ¿Para dónde voy?
- ¿Cuál es mi objetivo en la vida?
- ¿Cuál es el fin de relacionarme con otras personas?
- ¿Qué es para mí el mundo?
- ¿Cómo construir mi propio destino sin afectar a las demás personas de manera negativa dentro de la organización?
- ¿Pienso por mí, o discursos prefabricados hablan a través de mi boca?

Algunas preguntas que se plantean pensadores existencialistas en el contexto organizacional podrían ser:

- ¿Quién soy yo dentro de la organización?
- ¿Cuál es la importancia de mi participación en la organización?
- ¿De qué manera aporté al logro de los objetivos en la organización?
- ¿Cómo puedo relacionarme con mi equipo de trabajo dentro de la organización?
- ¿Qué conozco sobre la organización en la que trabajo?
- ¿De qué manera mi trabajo dentro de la organización beneficia a otras personas?
- ¿Si desapareciese hoy, en qué cambiaría la administración y el comportamiento de los individuos en las organizaciones?

El existencialismo se puede abordar desde diferentes autores. Es importante describir la manera en que cada autor presenta su definición con relación a esta corriente, pues así entender la naturaleza de la misma se convierte en una tarea un poco más sencilla. A continuación, los distintos pensamientos de los autores existencialistas más importantes

Autores y definiciones.

Existencialismo romántico con Kierkegaard y Kafka.

Soren Kierkegaard³⁷. Es el autor que abre paso al pensamiento existencialista con un enfoque religioso. Fue el primero en postular la necesidad de una filosofía basada en la libertad de cada individuo; es entonces cuando: “el individuo debe hallar la verdad en sí mismo, fuera de las determinaciones del discurso social. Ese será, pues, el recorrido necesario para hallar la propia vocación” (Imaginario, 2019). Se trata de rechazar el pensamiento abstracto y científico, para ver la filosofía como experiencia personal, pues cada individuo desde sus propias vivencias saca conclusiones acerca de lo que este considere real.

Alarbid (2008), cita a Kierkegaard, este último argumenta que la existencia humana es temporal y está en constante cambio. Esto se entiende como: un ser existente y libre donde la pregunta constante es ¿quién soy yo como ser que existe en una realidad concreta? la libertad es la verdadera esencia de la existencia (p. 122).

³⁷ **Søren Aabye Kierkegaard:** Nació en Copenhague, el 5 de mayo de 1813, y murió el 11 de noviembre de 1855 en Copenhague.

Si el papel del ser humano en la sociedad está determinado por naturaleza como un ser individual, para entender su existencia debe enfocarse en su propio ser, “partiendo, tal como lo hizo Kierkegaard, de encontrarse primeramente a sí mismo. Cada quien debe tomar conciencia de su yo personal. Luego desde esta perspectiva debe ver cuál es el papel de cada quien en la sociedad a la que pertenece” (Alarbid, 2008, p. 120).

Franz Kafka³⁸. Se podría relacionar a este autor con una postura existencialista ya que entiende que la vida no tiene una razón de ser. Este planteamiento se hace evidente en su libro “la metamorfosis” en el que el despertar como un insecto, es solo una metáfora para explicarnos que no somos más que unos insectos y somos irrelevantes o insignificantes para el mundo, demasiado pequeños, tanto que la tierra sigue marchando, aunque nosotros no marchemos más en ella. La desesperación y el abandono de la búsqueda de una solución, son un factor adicional para mostrar la postura existencialista de este autor, a pesar de que tal vez él no estuviera consciente de ésta (Akal, 2018).

Existencialismo metafísico con Heidegger.

Martín Heidegger³⁹. El ser llamado “Dasein”, que se traduce como “ser ahí”, representa al hombre arrojado al mundo en un contexto, época, familia, país o cultura que no eligió. El Dasein es una posibilidad, somos lo que podamos ser dentro de un contexto ya determinado desde el nacimiento.

Antes de abordar el tema del ser, este autor quiso aclarar el concepto que tenía sobre lo que es un ente. Todas las cosas físicas que podemos observar a nuestro alrededor, son entes, y estos entes son manifestaciones del ser, este necesita de los entes para manifestarse. Para saber qué es el ser, debemos indagar en el interior del hombre, este ocupa un papel fundamental en la filosofía de Heidegger, porque está conectado con otras manifestaciones del ser y es el único ente que se pregunta por sí mismo; es decir, somos una partícula auto reflexiva (Del Ángel Ortega, 2019).

Para Heidegger el ser debía estudiarse desde una perspectiva ontológica, que surge como rama de la metafísica, encargada de estudiar lo que existe, haciendo preguntas como: ¿Cómo podemos saber si algo existe?, ¿qué es la existencia?

Existencialismo humanístico, representado por Sartre.

Jean-Paul Sartre⁴⁰. Para este filósofo y escritor francés “el hombre está condenado a ser libre” (Sartre,s.f), con esta frase Sartre se refería a que la libertad del hombre es inherente en él. Este está en la capacidad de tomar partido frente a sus decisiones, lo cual lo lleva a ser responsable de su condición actual de existencia, pues esta es producto de sus decisiones previamente seleccionadas. Así surge lo que Sartre llama una ética de la responsabilidad individual, que corresponde a la infinita reflexión interna de las elecciones y los acontecimientos.

Por otra parte, todo existencialista que considere esta ética de la responsabilidad individual, está ayudando a conformar lo que él mencionó como una ética universal válida entre todos los seres humanos, así esta no esté de acuerdo con las diferentes posturas morales de culturas particulares.

³⁸ **Franz Kafka** Nació en Praga, Imperio austrohúngaro, el 3 de julio de 1883, y murió en Austria el 3 de junio de 1924.

³⁹ **Martin Heidegger** Nació en Messkirch, distrito de Baden, el 26 de septiembre de 1889, y murió en Friburgo de Brisgovia, Baden-Wurtemberg, Alemania el 26 de mayo de 1976.

⁴⁰ **Jean-Paul Charles Aymard Sartre**: Nació en París, 21 de junio de 1905, y murió el 15 de abril de 1980 en París.

Existencialismo desde otros autores representativos:

Friedrich Nietzsche⁴¹. Este filósofo alemán a diferencia de Kierkegaard, rechaza cualquier plano e idea cristiana y religiosa. Entre sus obras más famosas se pueden mencionar: *Así habla Zaratustra* y *El nacimiento de la tragedia* (Imaginario, 2019).

Nietzsche afirma que el sujeto encuentra el sentido y justificado de su vida sin intervención de ningún dios, el rechazo de los principios religiosos y morales (nihilismo), según este filósofo, relativiza o cohibe la búsqueda del significado de la vida, así como a la búsqueda y crítica de los parámetros que se establecen en la misma. El rechazo de las limitaciones religiosas promueve una búsqueda individual que permite la indagación y abre paso a cierto tipo de angustia existencial (Imaginario, 2005).

Nicola Abbagnano⁴². Gran representante de la corriente existencialista, se caracteriza por tratar el existencialismo positivo, el cual surge como crítica a la premisa de Heidegger que predica una sola posibilidad (la muerte), es decir que todas las decisiones están guiadas a este hecho. Por otro lado, critica la posición de Jasper, ya que este ve la autenticidad del hombre en algo extraño a su decisión, es así como para Nicolás Abbagnano la existencia es: “algo más que la nada, algo menos que el ser” (González, 1956, p. 29).

Dostoyevski⁴³. En muchas de sus llamadas “novelas de ideas”, Dostoyevski presenta gente en situaciones extremas, en un mundo carente de valores, y en el que estas personas tienen que decidir cómo actuar sin más guía que su propia conciencia (Prini, 1957, p. 4).

Gabriel Marcel⁴⁴. En su primer libro, *Journal Métaphysique*, abogaba por una filosofía de lo concreto que reconociera la encarnación del sujeto en un cuerpo, y la situación histórica del individuo condicionan en esencia “lo que se es en realidad”. (Prini, 1957, p. 6).

Las dinámicas organizacionales observadas con los lentes del existencialismo.

Un aspecto que toma importancia es entender las dinámicas organizacionales, descritas por autores como Mintzberg, las cuales, parecen no tener en cuenta dentro de sus estudios las características del pensamiento filosófico que se desarrollan en los colaboradores al interior de una organización. Evidenciar esto permite resaltar cómo son entendidas las dinámicas organizacionales que no abarcan una perspectiva incluyente de las distintas visiones que se tienen sobre las organizaciones. Además de describir las dinámicas anteriormente mencionadas, permite establecer una comparación con las descripciones de organizaciones que son analizadas y explicadas teniendo en cuenta comportamientos humanos y rasgos de su pensamiento, con las que al parecer solo abarcan aspectos de estructura y orden.

Teniendo en cuenta lo anterior, Mintzberg caracteriza la estructura de la organización a través de 5 elementos: el primero de ellos es “la cumbre estratégica” en ella se encuentran los directivos quienes fijan los objetivos y se encargan de las relaciones de la organización con su entorno. En segundo lugar, se ubica la “línea media”, la conforman supervisores quienes llevan a cabo las acciones y objetivos previamente establecidos (con ayuda de los integrantes del “núcleo de operación”), además facilitan los canales de comunicación entre los directivos y los demás elementos. Por otra parte, se encuentra la “tecnoestructura”, en ella se evidencian los procesos de implementación del trabajo, reglamentaciones y otros procedimientos. Como cuarto elemento se encuentra el “núcleo de operación”, este está conformado por todas las personas que se involucran en el proceso de producción de un bien o servicio. En el último elemento, pero no menos importante, se encuentra “el personal de apoyo”, conformado por personal que ofrece servicios que no están directamente involucrados con el proceso de producción. Lo anterior permite evidenciar que la organización es un conjunto de personas que se agrupan de manera ordenada con el fin

⁴¹ Friedrich Wilhelm Nietzsche: Nació en Röcken 15 de octubre de 1844, y murió el 25 de agosto de 1900.

⁴² Nicola Abbagnano nació en Salerno, 15 de julio de 1901 y murió el 9 de septiembre de 1990 en Milán.

⁴³ Fiódor Mijáilovich Dostoyevski nació en Moscú, el 11 de noviembre de 1821, y murió en San Petersburgo, el 9 de febrero de 1881.

⁴⁴ Gabriel Marcel nació en París, el 7 de diciembre de 1889, y murió en París el 8 de octubre de 1973.

de alcanzar un objetivo común (Mintzberg, 2001), por otra parte la organización en cuanto a lo que se refiere al verbo y teniendo en cuenta lo anterior, parece ser una dinámica que implica implícita o explícitamente control y subordinación.

En cuanto a los dirigentes (desde Mintzberg: “la cumbre estratégica”), ellos buscan establecer objetivos, que para ser cumplidos, requieren de un grupo de personas organizadas. Muchas veces los objetivos que se establecen son tan concretos, tan inmediatos, tan estructurados y específicos, que no logran trascender a sus colaboradores. Lo anterior dificulta las dinámicas al interior de la organización y despierta en los individuos una sensación de desconexión, que abre campo a la posibilidad de preguntas como: el porqué de su contexto y participación en el mismo, dando origen a los primeros rasgos compartidos con corrientes filosóficas como el existencialismo.

Así, las dinámicas estructurales fuertemente establecidas dentro de la organización y el proceso de organizar dentro de las mismas parece tener una tendencia a limitar el desarrollo del *ser*. Este *ser* limitado contrario a un ser con una visión existencialista, parece estar caracterizado por no percibir de manera consciente su existencia y sus implicaciones, además por no reflexionar sobre su presente que es producto de las elecciones tomadas en el pasado, tal como lo plantea el existencialismo. Por tanto, tiende a limitarse, a realizar acciones mecánicas bajo control, sin importar las consecuencias de las mismas a futuro. Muchas veces esto sucede porque los individuos tenemos miedo a cargar bajo nuestra responsabilidad las implicaciones no solo personales sino también colectivas de las decisiones tomadas que intervienen el futuro.

Lo anterior no solo es el resultado del poco interés de los dirigidos por cuestionarse preguntas de carácter existencial y lograr influir de manera asertiva en las dinámicas al interior de la organización, sino que además es producto del exceso de imposición de los dirigentes a sí mismos por considerarse la solución a los problemas, lo cual, en muchas ocasiones, los obliga a la imposición de formas y estructuras de orden y pensamiento que en algunos casos parecen dar resultados. La aplicación de estos métodos dificulta en mayor medida el desarrollo de relaciones más fluidas y menos forzosas, estructuradas y deterministas dentro de la organización.

Por otra parte, las dinámicas al interior de las organizaciones y el organizar dentro de ellas se ha ido modificando por completo a través del tiempo. En cuanto surgen corrientes como el existencialismo y son apropiadas por las personas para ser aplicadas en estudios sobre administración y organizaciones, se crea una gran red de diferentes disciplinas que logran explicar y debatir los fenómenos al interior las organizaciones de manera íntegra. Relacionarse con corrientes filosóficas de este tipo favorece la posibilidad de que el hombre se relacione con dinámicas que amplíen su perspectiva contextual, posiblemente desarrollando de igual manera conciencia sobre los distintos aspectos que surgen en el entorno organizacional. Una visión organizacional a través del existencialismo logra en cierta medida relacionar de manera más precisa que las implicaciones o conflictos del presente no son causa de las elecciones de una sola persona en el pasado, sino que son el efecto de la forma libre de elegir de cada individuo (incluido el mismo). En otras palabras, las dinámicas organizacionales que se desarrollan en este contexto son producto de las decisiones de cada individuo teniendo en cuenta su desarrollo en sociedad.

Conclusiones.

El existencialismo tuvo su mayor auge en el siglo XX con Sartre quien desarrolló sus ideas en el contexto de la segunda guerra mundial. Sartre en su momento propone una alternativa de pensamiento que se resume en su frase célebre “el hombre está condenado a ser libre” con ella busca manifestar que el hombre no está limitado a lo que le depara el destino, una identidad superior o las arbitrariedades de la sociedad, por el contrario, el hombre es el único responsable de su devenir en el mundo y es por consiguiente producto de sus elecciones del pasado y del día a día. Esta frase en el contexto de la segunda guerra mundial permitió que las personas entendieran que era posible tomar cartas sobre el asunto, que las consecuencias futuras podrían tomar rumbos diferentes, que el conflicto actual no era solo causa de los

intereses de un individuo, sino que sobre cada persona recae una responsabilidad y por ende también estaba en manos de los mismos cambiar la situación y re plantear el futuro.

Llevando la postura sartreana al análisis de las organizaciones, facilita una visión íntegra de la misma, en donde los dirigentes que la conforman abordan las dinámicas organizacionales desde una visión existencialista, lo que les permite comprender la importancia de sus elecciones y decisiones, además, no pretenden imponer dinámicas con exceso de poder, pues entienden que no son parte de las soluciones sino parte de los problemas. Siendo así, buscan ser autocríticos y cuestionar constantemente las implicaciones de sus acciones y el sentido de su existencia en la organización. Se preocupan por entender que sus dirigidos se convierten en un grupo de apoyo que al igual que ellos están en libertad de elegir y de reflexionar acerca de las implicaciones, tanto personales como sociales. En este punto parece ser que los dirigentes que entienden los dilemas existenciales personales favorecen la capacidad de entender que sus objetivos no solo están en función de un bien personal y organizacional, sino que deben ser beneficiosos para los demás individuos que ayudan en este trabajo y para toda una sociedad. Además, cuando un dirigente sale de su plano personal es consciente de los problemas existenciales de los demás, en este caso de sus compañeros dirigentes y de sus dirigidos.

Por otra parte, cuando un dirigido se plantea preguntas existenciales tiende a favorecer la comprensión y trascendencia de su intervención en la organización y las dinámicas sociales que se dan al interior de la misma, esto debido a que relaciona la importancia sobre sus actos y elecciones pues llevan una gran responsabilidad individual en sus decisiones, estas a su vez determinan su futuro y el de la implicaciones en la organización a la que pertenecen. Cuando los dirigidos logran analizar las mismas problemáticas, pero dejando de lado el plano individual, se facilita asociar y comprender otras dinámicas que toman sus compañeros dirigidos dentro de la organización. Con relación a las dinámicas entre dirigente dirigido, este último puede visualizar y ser más sensible a los problemas de tipo existencial que tienen sus dirigidos, lo que origina que de cierta forma sus reacciones frente a determinadas situaciones tengan en consideración problemáticas que le incumben únicamente a su colaborador o colaboradores.

En la actualidad la corriente filosófica continúa vigente, y al relacionarla con la administración parece explicar las características de cierto contexto organizacional actual, que pretende resaltar la importancia de los seres racionales capaces de tomar decisiones libres, que logren autorrealizarse dentro de las organizaciones. Desde un plano ideal estas organizaciones buscan personas críticas que se cuestionen el porqué de las cosas o de los actos; capaces de, a través de actos individuales, generar cambio y presentar soluciones. Es entonces esta corriente una herramienta que permite interpretar las organizaciones que en su interior manejan colaboradores que sienten que su “identidad” se puede desarrollar sin limitaciones y sin imposiciones. Todo esto, producto de que tanto dirigentes como dirigidos toman una postura frente a los problemas existenciales, además entienden y evidencian las consecuencias de los problemas existenciales del otro.

En este contexto vale la pena resaltar que la educación en este tipo de pensamientos, dentro de las escuelas de administración, toma gran importancia, pues sin ella las dinámicas organizacionales seguirán caracterizándose por una rigidez, un desinterés por parte de los dirigentes hacia sus dirigidos, la desvinculación de los dirigidos con los objetivos y en conclusión, un ambiente de poca coordinación y cooperación.

Referencias.

Aguilar Rodríguez, Fredy, Chicaiza, Ítalo, FILOSOFÍA: ENTRE SABER, ENSEÑANZA-- APRENDIZAJE Y SUJETO. Sophia, Colección de Filosofía de la Educación [en línea] 2011, [Fecha de consulta: 23 de junio de 2019]tomado de:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441846103010>> ISSN 1390-3861

- Akal, G. (2018). La metamorfosis de Kafka |. Retrieved from <http://www.nocierreslosojos.com/kafka-existencialismo-metamorfosis/>
- Alarbid, Samir, (2008). El hombre de hoy desde el concepto de existencia de Soren Kierkegaard. Revista de Artes y Humanidades UNICA (Mayo-Agosto 9 [En línea] Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170118859007>
- Del Angel Ortega, M. (2019). *HEIDEGGER - SER Y TIEMPO - FILOSOFÍA EXISTENCIALISTA*[Video]. Youtube: Miguel Francisco Del Ángel Ortega y Luis Martínez. Tomado de: <https://www.youtube.com/watch?v=LD5IciAEPR8>
- Fatone, V. (1962). *Introducción al existencialismo* (Vol. Colección Esquemas nº4). Madrid: EDITORIAL COLUMBA.
- González, E. (2006). Existencialismo y humanismo ante la crisis de la psicoterapia. Una revisión. (U. N. de San Luis, Ed.) *Fundamentos en Humanidades*, 183-192. [En línea]. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/184/18400710.pdf>
- González Rojo, E. (1956) *Universidad de México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. [En línea]. <https://f002.backblazeb2.com/file/rum-storage/7dd8ae32-f82e-40a5-951d-cea9b0057fd6.pdf>
- Gordillo Álvarez-Valdés, Lourdes. (2009). Sartre: la conciencia como libertad infinita. *Tópicos (México)*, (37), 09-29. Recuperado en 30 de junio de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-66492009000200001&lng=es&tlng=es
- Imaginario, A. (2019). Existencialismo filosófico: principales características, autores y obras. [online] Cultura Genial. Available at: <https://www.culturagenial.com/es/existencialismo/>.
- Mintzberg, H. (2001). Diseño de organizaciones deficientes, 365. Recuperado de http://www.tematika.com/libros/negocios_y_cs_economicas--10/administracion--1/administracion_gral--1/disenio_de_organizaciones_eficientes--133098.htm
- Llorente, L. (5 junio, 2019). La mente es maravillosa. [La angustia existencial en kierkegaard] . Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/la-angustia-existencial-en-kierkegaard/>
- Prini, P. (1957). Las Tres Edades Del Existencialismo. Universidad de Murcia. [En línea]. Recuperado de <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/14841/1/01%20vol19%20Las%20tres%20edades%20del%20existencialismo.pdf>
- Roubiczek, Paul. (1967). El Existencialismo. Editada por Cambridge University Press. Barcelona. Editorial Labor S.A

FEMINISMO Y LOS ESTUDIOS ORGANIZACIONALES (EO).
Ángela Londoño Cano⁴⁵

⁴⁵ Estudiante de administración de empresas de la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, integrante del grupo de investigación en Filosofía y Teoría en Administración.

Resumen.

La propuesta que esboza este texto pretende favorecer el entendimiento de los fenómenos organizacionales desde el plano de las teorías feministas. Se reconoce en ellas la importancia de su estudio, comprensión y aplicación como un factor transformador en los estudios sociales y organizacionales.

Palabras claves.

Posmodernidad, teoría crítica, estudios organizacionales, teorías feministas.

Abstract.

This proposal clarifies the organizational phenomena throughout the view of feminist theories. The importance of their study, comprehension and application is recognized as a transforming factor in social and organizational studies.

Keywords.

Postmodernity, critical theory, organizational studies, feminist theories.

Introducción.

El presente trabajo tiene como temas centrales los estudios organizacionales y la teoría feminista. Temas que son entendidos desde el pensamiento posmoderno, como un intento por crear nuevos caminos investigativos que permitan visibilizar todas aquellas situaciones que se marginalizan en el contexto de la organización. El pensamiento posmoderno, permite generar una perspectiva innovadora que cuestiona las prácticas hegemónicas que se han establecido en las estructuras sociales. En este texto, se pretende favorecer el entendimiento de los fenómenos organizacionales desde el plano de las teorías feministas. Se reconoce en ellas la importancia de su estudio, comprensión y aplicación como un factor transformador en los estudios sociales y organizacionales. La vinculación de estas teorías como marco, permite “promulgar unos estudios organizacionales más relevantes, que traerán a la agenda las preocupaciones de muchos otros (...) que a menudo se vuelven invisibles a través de procesos organizacionales” (Calás & Smircich, 2017:594). En la primera sección, se expone el origen de los estudios organizacionales, así como las principales perspectivas que han contribuido a la formación en este campo. En la segunda sección, se presentan los principales rasgos característicos del pensamiento posmoderno y la teoría crítica, así como su relación con los estudios organizacionales. En la tercera sección, se hace un recorrido por las principales teorías feministas, identificando sus aportes a los estudios organizacionales. Y en la cuarta sección, se exponen los argumentos de conclusión.

El campo de los estudios organizacionales.

Los Estudios Organizacionales, son un campo de conocimiento que refleja un sin número de opiniones y perspectivas para comprender las relaciones entre los sujetos que conforman las organizaciones, considerando el fenómeno organizacional como un campo para el estudio, el análisis y el entendimiento de fenómenos sociales. En el marco de análisis de los EO, se puede afirmar que estos no sólo se conciben como “un cuerpo de conocimiento que busque una teoría universal que ‘ilumine’ los procesos y las acciones de los actores (...), sino conocer y comprender las pluri-racionalidades que no sólo se encuentra en las empresas sino en toda la organización.” (Gonzales-Miranda, 2014, p.49)

Contexto y surgimiento de los EO.

Situar y definir el surgimiento de los EO en un punto específico de la historia, no es una tarea sencilla. Para Sanabria y colaboradores (2013, p. 6), el campo de los EO surge a partir de la conformación del *European Group for Organizational Studies* (EGOS), en noviembre de 1973 por trece académicos de países europeos, dicho grupo crea la revista *organization studies*. Sanabria y colaboradores (2013) también relacionan la creación del campo de los EO con hechos fundamentales que contribuyeron a su formalización, tales hechos están relacionados con:

La traducción de algunas obras como las de Max Weber (en 1946-1947); publicación de obras influyentes como las de James G. March y Hebert A. Simon (en 1958), entre otros; la creación de asociaciones profesionales tales como la Academy of management (en 1936) entre otros; realización de eventos como conferencias, que presentaban la amplia significación del concepto de teoría de la organización en la década de los 1950; y fundación de algunas revistas como Management Science (en 1954), Administrative Science Quarterly (en 1956) entre otras (p. 10).

Adicional a lo anterior, existen también algunos hitos históricos en el siglo XX que aportaron a la conformación de los EO:

1. Segunda Guerra mundial (1939-1945): Este hecho histórico tuvo efectos negativos en la Europa de la época, que a diferencia de Norteamérica quien tuvo una recuperación económica más rápida, logró la migración de académicos europeos hacia Estados Unidos que contribuyeron al estudio de las organizaciones. Según Gonzales Miranda (2014, p.45) “el modelo organizacional norteamericano, se vio influenciado por el pensamiento práctico de estos migrantes.”

2. Las protestas de los años 1960 y 1970: Los movimientos sociales de este momento, crearon un ambiente intelectual propio de las universidades europeas, que según March (2007, p. 14, citado por Gonzales-Miranda, 2014) se caracterizó por:
 - Una oposición a la intervención norteamericana en Vietnam y la hegemonía estadounidense en general.
 - Apoyo a la sensibilidad feminista, a la retórica y la perspectiva histórica.
 - Una crítica radical de la sociedad y de las ciencias sociales.
 - El post-estructuralismo, la post-modernidad y la cosmovisión constructivista.
 - Un entusiasmo romántico de la sociedad (p. 46).
 -
3. El triunfo de los mercados: Este fenómeno, se dio a partir de la caída del muro de Berlín en 1991, hecho histórico que influyó en las universidades europeas como en la norteamericana, situación que se evidenció en los EO a partir de tres consecuencias: 1)

Efecto académico sobre los investigadores que llegaron en los años 1970 a 1980. 2) Los nuevos radicales, eran liberales, por lo que encontraron con la apertura una forma de organización revolucionaria tanto en el sector público como en el privado. 3) Los EO se habían vuelto menos vulnerables a la incidencia intelectual debido a su ubicación en instituciones relativamente estables, tanto en Europa como en Norte américa (Gonzales-Miranda, 2014 p. 47).

Dos perspectivas que dan origen al campo de los Estudios Organizacionales.

A continuación, se presenta un acercamiento de dos perspectivas que han contribuido a la construcción y formación del campo de los EO, estas dos perspectivas son: los estudios organizacionales norteamericanos y los estudios organizacionales europeos.

Los estudios organizacionales norteamericanos (EON).

En los años de 1940 y 1950, con los aportes de la ingeniería, la psicología y la sociología, se empiezan a conformar en Norteamérica una perspectiva de los EO, con el aporte y la “publicación de libros y artículos, consolidación de revistas y la creación y conformación de asociaciones de profesionales y académicos.” (Sanabria et al., 2014, p. 12)

Desde la perspectiva ingenieril, “algunos ingenieros trabajaron por construir organizaciones como sistemas” (Sanabria et al., 2014, p. 11), por medio de actividades donde se desarrollaban procesos de estandarización, sistematización y racionalización de tareas y tiempos. Algunos de los autores que aportaron al desarrollo en el discurso de lo organizacional fueron: Alexander Church, Jhon Dunlap, Frederick Taylor; entre otros. Adicional a esto, otras disciplinas que también contribuyeron al desarrollo del discurso de lo organizacional, fueron la psicología y la sociología, con los aportes de algunos autores tales como: “Lester Ward, William Graham Summer, Talcott Parsons, Robert Merton, Elton Mayo, William J. Dickson, entre otros” (Sanabria et al., 2014, p. 11)

La constitución de los EON contó con el apoyo del trabajo realizado por el “grupo de Aston⁴⁶ en el Reino Unido” (Sanabria et al., 2014:15). El trabajo investigativo del grupo contribuyó al desarrollo de los EO, dotando al campo de la organización de elementos de análisis que se fueron configurando en el contexto europeo.

Los estudios organizacionales europeos EOE.

Posterior a la segunda guerra mundial y a los impactos negativos que este suceso tuvo para gran parte de Europa, en el ámbito académico las universidades europeas surgen un ambiente investigativo alrededor de los EO desde una perspectiva diferente a la tradicional, que aportó a la consolidación y formación discursiva en el campo de los EOE. Algunos de los autores que aportaron a la formación en este campo se

⁴⁶ “El grupo Aston fue constituido inicialmente por un grupo de investigadores que desarrollaron una compleja investigación a mediados de la década de los 60.” (Gonzales-Miranda, 2014:50)

destacan: “Mats Alvesson, Nil Brunsson, Jhon Child, Stewart Clegg, entre otros” (Sanabria et al., 2013, p. 17).

1. Posmodernismo (PM) y Teoría crítica (TC).

La teoría crítica y el posmodernismo son dos movimientos significativos que se desarrollaron en la cultura europea. “Estas dos corrientes surgen como una crítica filosófica del siglo XX en los años de 1970 y 1980” (Alvesson & Deetz, 2017:512), con una perspectiva amplia llena de conceptos, problemas y temas de reflexión en las ciencias sociales y las humanidades (Saavedra-Mayorga, Gonzales-Miranda, & Marín-Idárraga, 2017, p. 553).

1.1. El posmodernismo y los Estudios Organizacionales.

El posmodernismo como un elemento de análisis en los EO, permite generar diversas aproximaciones hacia el fenómeno organizacional, donde se abren nuevas rutas de investigación en el campo de los EO (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 558).

El término posmoderno, es un concepto que, dependiendo del autor, el campo de conocimiento e incluso la tradición teórica a la que se aluda, adquiere diversos significados, pero en términos generales, “existen dos formas de concebir lo posmoderno: como un periodo histórico y como una corriente, un estilo artístico o una forma de pensamiento” (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 558).

Desde el contexto de la organización, lo posmoderno ha conducido a transformaciones estructurales y en trabajos de autores como Alvesson & Deetz (2017) se ha desarrollado una corriente de pensamiento que permite “construir una nueva mirada de las organizaciones” (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 559).

1.1.1. Rasgos distintivos del pensamiento posmoderno en los EO.

A pesar de las dificultades que existan para definir una teoría posmoderna de las organizaciones, existen dos rasgos significativos que según el trabajo de Saavedra y colaboradores (2017) permiten aproximar una perspectiva posmoderna de las organizaciones:

1. “El posmodernismo es escéptico con relación a la autoridad al saber recibido y a las normas culturales y políticas” (p. 559). En el campo de los EO, el concepto de desnaturalización dota al investigador de una perspectiva que cuestiona aquellas prácticas que han sido normalizadas con el paso del tiempo, y en trabajos de autores como M. Foucault y Jacques Derrida, se puede evidenciar el pensamiento posmoderno.
2. “El posmodernismo rechaza la tradición estructuralista” (p. 559). El posestructuralismo interpretado como un elemento de análisis del PM consiste en “cuestionar la capacidad del estructuralismo para descifrar los mecanismos del mundo social” (p. 559).

1.1.2. Algunos elementos comunes al pensamiento posmoderno sobre los EO.

A continuación, se presenta una serie de elementos propios del pensamiento posmoderno identificados en el trabajo de Alvesson & Deetz (2017) que contribuyen al campo de los EO:

- *Centralidad del discurso.* Un aporte del PM a los EO es el reconocimiento de la organización como un espacio discursivo, es decir, los discurso y las narraciones en el contexto organizacional, han facilitado las interpretaciones y significados que los individuos dan a un hecho o suceso, al igual, de aquellos elementos que estructuran y modifican todas las vivencias que los sujetos experimentan en el entorno organizacional. Es así, como el análisis discursivo se presenta como método de investigación en el análisis organizacional. En esto, el estudio del lenguaje resulta necesario.
- *Las identidades fragmentadas.* En el pasado, los individuos eran tomados como seres simples, donde la relación de su actuar no era una manifestación de su capacidad autorreflexiva y de la forma en cómo se posicionaban frente al mundo. Desde el pensamiento posmoderno, la identidad es vista como un producto social, es decir, la identidad no es natural ni estable, sino que es “algo múltiple, fragmentario y situacional” (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 561).
- *La ubicuidad del poder y su relación con el conocimiento.* Otro de los significativos aportes del posmodernismo a los EO, es la “importancia y el carácter ubicuo de las relaciones de

poder y su relación con los procesos de creación y socialización del conocimiento” (Saavedra-Mayorga et al., 2017:561). Uno de los autores que contribuye a la comprensión del poder es M. Foucault. En su trabajo, Foucault presenta un cambio del poder tradicional, donde argumenta que el poder no pertenece ya a una élite social determinada ni a estructuras gubernamentales, sino, que es una manifestación que se ejerce en todos los ámbitos de la vida. En otras palabras, desde el planteamiento de Foucault, el poder está presente en todas las relaciones de diferencia, formas de interacción o todos aquellos problemas donde el individuo es interpretado en términos del poder. Para Foucault, el “poder es constituido desde el discurso, proporcionándolo de legitimidad y sentido” (Saavedra-Mayorga et al., 2017:562), y en los EO, esto se refleja en las teorías organizacionales.

1.2. Teoría crítica (TC).

La teoría crítica como una perspectiva de análisis de los fenómenos sociales, crítica las formas de dominación social, así como la capacidad de los sujetos de naturalizar su propia dominación. Desde la escuela de Frankfurt la TC se nutre de referentes teóricos para desvirtuar las relaciones de subordinación propias de la razón instrumental y la jerarquía capitalista. A continuación, se presentan algunas nociones generales de la TC con la intención de ofrecer al lector de referentes teóricos e históricos del desarrollo de esta perspectiva de análisis.

1.2.1. Nociones generales de la Teoría crítica (TC).

La TC, hace referencia a la Escuela de Frankfurt cuyos principales teóricos estaban inmersos en la tradición marxista. “Originalmente la TC se definió en contradicción a la teoría tradicional” (Frankenberg, 2011, p. 68), en especial hacia aquellos ideales de las ciencias naturales modernas. Los teóricos de la TC parten de la afirmación en que, tanto los objetos observados como sujetos observadores que se constituyen socialmente, se deben analizar e interpretar dentro de su contexto histórico-social. En consecuencia, los estudiosos de la TC aceptaron el materialismo histórico, como una filosofía que proporciona un “marco de referencia para sus interpretaciones teóricas, al igual que un programa de investigación interdisciplinaria.” (p. 68). Desde esta perspectiva se busca criticar los mecanismos estructurales y las relaciones que impiden al hombre alcanzar su potencial.

1.2.2. Evolución de la TC.

El origen de la TC de la Escuela de Frankfurt se ubica en los años de 1920, “bajo la dirección de Horkheimer, fundamentándose como una teoría del capitalismo tardío totalitario” (Frankenberg, 2011, p. 69). Por otro lado, algunos teóricos de este campo como *José Henrique de Faira*, señala que la TC frankfurtiana posee 3 generaciones:

1. *“TC original: aplicada al marxismo formada por Pollock, Bloch Adorno, Horkheimer, Benjamin, Marcuse, Fromm, entre otros.*
2. *TC liderada por Habermas, que se aparta del marxismo.*
3. *TC liderada por Axel Honneth que se dedica al estudio de la lucha por el reconocimiento en la perspectiva crítica hegeliana y habermasiana” (De Faira, 2009, p. 510).*

En la conformación y desarrollo de la TC, esta evolucionó intelectualmente en el *Institut für Sozialforschung* (Instituto para la investigación social) en Frankfurt, con el apoyo de la revista científica *Zeitschrift für Sozialforschung* (Estudio de la filosofía y de la ciencia social). Su epistemología materialista tuvo como marco referencial a Marx, estudiado por Horkheimer, y a Heidegger, estudiado por Marcuse. A mediados de los años 30, la investigación en el instituto se basó en tres áreas:

1. Economía política. Liderado por Friedrich Pollock, quien desarrolló un análisis económico de capitalismo posliberal, elaborando un concepto de Capitalismo de Estado.
2. Desarrollo del individuo. Liderado por Erich Fromm, quien vinculó ideas del psicoanálisis con ideas de la psicología marxista, a partir de allí ideó un camino para la teoría de la personalidad autoritaria.
3. Cultura. Liderado por Theodor Adorno y Herbert Marcuse quienes direccionaron su investigación hacia una teoría de cultura de masas posliberales. (Frankenberg, 2011: 70)

1.3. La teoría crítica (TC) y los EO.

La TC en los EO, tiene un papel importante para entender las organizaciones. En la tradición de la escuela de Frankfurt, la TC se fortalece de argumentos para deslegitimar la idea de poder y dominio establecida por una estructura social organizacional que ha sido normalizada e institucionalizada con el pasar de los años. En los trabajos de autores como Horkheimer y Adorno, “se identifican todas esas formas de sometimiento y dominación hacia el individuo” (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 554) propias de la razón instrumental.

Desde la concepción de la TC, el principio de la modernidad es entendido como: “el paso a un estado de racionalización técnica. Entendiendo la acción del individuo no como un fin en sí mismo, sino que su acción es un medio al servicio utilitarista” (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 554). La promesa que trajo consigo la modernidad y con ello la idea de un sujeto capaz de auto determinarse por medio de la razón, quedó en una promesa incumplida cuyas consecuencias se pueden ver reflejadas en las condiciones laborales y de subordinación por las que pasan los individuos. Bajo estas condiciones, el individuo ya no es autónomo, su libertad de expresión se ve reprimida bajo el yugo del orden capitalista.

En la TC existen dos líneas de investigación en los EO: *la crítica de la ideología y la acción comunicativa*. Estos elementos “permiten analizar y comprender las manifestaciones del sujeto social propio de la estructura industrial capitalista”. (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 555).

1.3.1. La crítica de la ideología.

Se puede entender la ideología como un sistema de creencias que son acordadas y construidas por acuerdos en común, relacionando las manifestaciones y prácticas culturales propias de una comunidad determinada para comprender la realidad. La ideología se fortalece y estructura a través del tiempo y es transmitida de generación tras generación.

En el marco laboral y organizacional, la TC cuestiona todas aquellas prácticas de dominación y subordinación propias de ideologías dominantes en los aspectos laborales, “agregando elementos que cuestionan el orden histórico y material engendrado por el capitalismo” (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 555). En el contexto de los EO, la TC expone “que el culto a la ideología del trabajo carece de neutralidad, al estar parcializado en beneficio de los dueños del capital” (Saavedra-Mayorga et al., 2017, p. 555). Alveeson & Deetz (2017, citados por Saavedra-Mayorga et al., 2017) exponen que la crítica de la ideología se funda en los siguientes cuatro ámbitos:

- *La Naturalización del orden social.* La TC, direcciona a la “organización como la acción de organizar” (p. 555), en este sentido, se entiende que la acción de organizar, son las acciones cooperativas que a través de acuerdos normativos, buscan alcanzar objetivos para un beneficio en común. Este arreglo organizacional, es considerado por la TC como una forma tradicional de constituir las organizaciones desde una mirada ortodoxa, donde los procesos organizacionales son “elaboraciones determinísticas para condicionar al empleado” (p. 555). La TC contrapone “un paradigma social constructivista” (p.556) que considere a la organización como un ente social, donde los individuos por medio de comunicación e interacción puedan participar en la acción de organizar.
- *La universalización de los intereses gerenciales.* En el contexto de la organización, la relación entre directivo y empleado es diseñada desde las necesidades propias de la dirección, “construyendo así un determinismo de la acción impuesta por la dirección, que junto con voluntad de la acción del empleado” (p.556), emerge lo que se denominó como *propósito organizacional*. La TC dota de elementos para cuestionar todas aquellas técnicas de adoctrinamiento laboral, donde el trabajador se ve sumergido en un contexto incuestionable para él, cuya lógica está direccionada hacia el no rechazo de los parámetros organizacionales impuestos por la dirección como forma de mantener su supervivencia laboral.
- *La razón instrumental.* Esta categoría es entendida como la “adecuación de los medios afines” (p.556). La razón instrumental, surge con la transición de una razón objetiva que nace en la

Modernidad, hacia una “razón subjetiva, en donde el mismo sujeto ambiciona el monopolio de la ciencia y la tecnología” (p.556). La razón instrumental se convierte en una justificación de los intereses utilitaristas bajo una lógica de poder y dominación hacia los subordinados.

- *La producción del consentimiento.* En este punto, la TC analiza las formas en que los trabajadores sostienen una adhesión a los procesos productivos. En este sentido, se construyen consensos alrededor de la acción organizativa donde el trabajador es manipulado como un objeto que se adapta y acepta las condiciones laborales que se han establecidos.

1.3.2. La acción comunicativa.

Desde la acción comunicativa, se expone la diferencia entre “racionalidad formal del sistema y la racionalidad sustantiva del mundo de la vida” (Saavedra-Mayorga et al., 2017:557). Entendiendo racionalidad formal como la representación en términos de la organización, de la estructural sistémica externa; y racionalidad sustantiva de la vida como la condición propia del sujeto en su subjetividad. Bajo estas condiciones, la racionalidad sustantiva se relaciona con la capacidad que tiene los individuos de interactuar entre ellos sobre la base de una argumentación racional. Es así como, la acción comunicativa, dota al individuo de una concepción de emancipación con relación a su capacidad para obrar bajo una comunicación fundamentada desde la razón.

Investigación feminista en los EO.

A continuación, se presenta una documentación mínima de algunas posturas que destacan al interior del estudio feminista, así como su contribución a la investigación en contexto de los EO, desde el trabajo realizado por Calás y Smircich (2017).

Teorías Feministas.

Teoría feminista liberal. El feminismo liberal es considerado como el punto de inicio de toda teoría feminista contemporánea. Este movimiento se funda a partir de la tradición política liberal desarrollada en el siglo XVII y parte del XVIII. Los teóricos políticos liberales, consideraban que una sociedad buena o justa, era donde los sujetos podían “ejercer libremente su autonomía y realizarse a sí mismos mediante un sistema de derechos individuales” (p.598). El feminismo liberal en 1960 y 1970, trató temas sobre igualdad, pasando en los años de 1980 y 1990 a discusiones sobre diferencia, haciendo énfasis que el sexo y el género se habían vinculado y tratado desde la mirada fisionómica y biológica, sin considerar las construcciones culturales de la sociedad, así como los roles de lo femenino y lo masculino.

Teoría feminista radical. El feminismo radical, inicia en los años de 1960 y toma como “problemática fundamental la subordinación de las mujeres” (p. 605); buscando transformar todas las estructuras legales o sociales y culturales como: políticas, instituciones familiares y religiosas.

Teoría Feminista sicoanalítica. Este movimiento, acoge al sicoanálisis freudiano como base para interpretar todo lo relacionado a lo femenino, que, según Freud, considera que la mujer tiende a tener un proceso más lento para llegar a la etapa madura con relación al hombre. Además, consideraba que la mujer estaba guiada por sus sentimientos y no por una razón sólida, pues pensaba que la mujer era un hombre defectuoso. Sin embargo, los planteamientos de Freud fueron cuestionados por feministas sicoanalíticas, ya que consideraban que estos postulados “eran insensibles e inexactos de la constitución sociológica de la mujer” (p.609)

Teoría feminista socialista. Esta corriente reúne los movimientos marxistas, liberales y sicoanalíticos, donde las feministas marxistas aportaron al análisis del género en los debates del “marxismo para corregir su falta de atención a la dinámica de género.” (p.616). Las feministas de esta corriente generaron un debate sobre la forma en que prevalecía un control y dominio de los hombres hacia las mujeres desde un sistema de clases como un sistema de género. Desde la perspectiva del marxismo, las feministas socialistas

“conceptualizan el género y su identidad como estructural, histórico y material, analizando la forma en que las identidades se construyen a partir de prácticas sociales.”(p. 616)

Creación de teorías feministas posestructurales/posmodernas. Estos enfoques se reconocen a partir de los años de 1980. Su influencia se desarrolló a través de preocupaciones contemporáneas en filosofía y teoría social, incluyendo la ontológica del cuerpo y el sujeto. La construcción de las teorías posestructuralistas/posmodernas, en las ciencias sociales y humanidades, se evidencia a partir del giro lingüístico, relacionado con la lingüística estructural de Saussure.

Continuando con los apuntes de Calás & Smircich (2017), para el feminismo, el enfoque posestructuralista cuestiona todo conocimiento verdadero tal y como lo conocemos, cuestionando también algunas afirmaciones de teorías feministas, con relación a “un tema de conocimiento privilegiado” (pag 626), interpretando esto, como un punto de vista desde la mujer y para la mujer. Algunas de las obras en las que se ha fundamentado el feminismo posestructuralista son de autores como: “Derrida, Foucault, Lacan, Deleuze y Guattari.” (p. 627).

Teorizaciones feministas transnacionales/(pos)coloniales. Estos enfoques permiten generar nuevas perspectivas donde se pone en cuestión “la teorización feminista occidental de género y de relaciones de género al afirmar que promueve las imágenes y experiencias de las mujeres y hombres del primer mundo” (pag:638). El feminismo (pos)colonial, tiene en común con el feminismo posestructuralista, el análisis del género en el contexto de la cultura e historia. El análisis transnacional/(pos)colonial, “va más allá de la deconstrucción de los textos occidentales” (p.639). Desde esta perspectiva, se evidencian subjetividades complejas que “permiten repensar la solidaridad dentro y a través de la frontera, no en el modelo homogenizante antiguo” (p.639), sino desde las prácticas fundamentadas desde el racismo, el etnocentrismo, el sexismo, y la heteronormatividad. En últimas, las teorizaciones feministas transnacionales/(pos)coloniales, permiten describir y hacer énfasis en el “otro”, articulando las relaciones de lo local y lo global.

Aportes de las teorías feministas a los EO.

Teoría feminista radical y las mujeres en la literatura de la administración.

En lo que se ha escrito sobre los principios y prácticas organizacionales, se evidencia que es una “literatura escrita por hombres, para hombres y acerca de los hombres sobre cómo ganar la cooperación de los hombres para lograr fines de la organización” (p. 600). En este sentido, esta corriente de pensamiento cuestiona la forma en que se ha construido la literatura en la administración y la posición que se le da a la mujer, evidenciando las situaciones de desigualdad, planteando la posibilidad de crear organizaciones neutrales con relación al sexo y al género, asegurando un adecuado funcionamiento sin producción de desigualdad.

Teoría feminista radical y organizaciones alternativas.

Desde los postulados del feminismo radical, se buscaba rechazar todas aquellas herramientas relacionadas con formas masculinas de poder. En el contexto organizacional, se buscó hacer configuraciones que permitieran reflejar valores femeninos, como la igualdad, la comunidad, la participación, entre otros. El movimiento feminista radical, se enfocó en crear espacios de mujeres para mujeres, a través de organizaciones e instituciones femeninas, donde no existía las estructuras ni los liderazgos, en estos espacios se trató de “institucionalizar la igualdad y la participación.” (p. 606).

Teoría feminista psicoanalítica y las formas de administrar de las mujeres.

Uno de los aportes al estudio de la administración desde el feminismo psicoanalítico, está relacionado con explicar el estatus del carácter femenino en el dominio de las prácticas de subordinación de las mujeres.

Según lo presentado en el texto por las autoras, “La mayoría de las mujeres están socializadas para ser pasivas, para verse así mismas como víctimas más que como agentes, son ambivalentes en cuanto a su carrera y les falta el impulso que los hombres tienen para dominar” (pág :612).

Teorización feminista socialista y la organización con perspectiva de género.

Desde los planteamientos del feminismo socialista, se identifica como aporte a la investigación de la organización, la prevalencia de una desigualdad basada en el sexo, situación que es percibida en la división sexual del trabajo, la división generalizada del trabajo, entre otros. Una de las características del capitalismo, es la división sexual del trabajo. Las autoras presentan el planteamiento de Acker (1990, 1992,1994,1998, 2004 citado por Calás & Smircich; 2017) sobre la existencia de “interrelación de las prácticas generizadas con una subestructura de género de la organización” (p. 622), perspectiva que considera el cambio de la organización como una situación que va más allá de incorporar cuerpos femeninos o masculinos. Según Acker, estructurar una organización que siga una línea de género implica ejecutar “procedimientos ordinarios y cotidianos por medio de decisiones que administren, controlen y construyan jerarquías en las que el género, la clase y la raza se incluyan” (p. 622).

Creación de teorías posestructuralistas/posmodernas y el análisis organizacional. Esta perspectiva de análisis se orienta a temas que se interrelacionan, tales temas son:

las bases ontológicas y epistemológicas del conocimiento de la organización moderna, entre ellas las prácticas de organizar y administrar; los dualismos mediante los cuales el conocimiento y las prácticas de género y de organización tienen lugar; las relaciones de poder/conocimiento y las prácticas discursivas que constituyen identidades, yos y definen subjetividades generizadas, entre otros.”(Calás & Smircich, 2017:633).

El feminismo posmoderno, desarrolla trabajos significantes que indagan las relaciones entre: “discursos, identidades generizadas, relaciones de poder y el organizar” (p. 633), el trabajo de Calás y Smircich aclara que la discusión central está direccionada desde el discurso y las premisas posestructuralistas. Algunas aplicaciones del feminismo posestructuralista han creado fuertes cuestionamientos a conceptos, teorías y prácticas tradicionales tales como: “el liderazgo, la racionalidad, la construcción de teorías, la autorealización, la globalización, la burocracia, la ética de negocios, entre otros.” (p. 633). Esta perspectiva de análisis permite demostrar la forma en que los textos y lenguajes que producen conocimiento organizacional están involucrados en crear una “política de representación que pueda generizar la organización” (p. 634).

Teorizaciones feministas transnacionales/(pos)coloniales y estudios organizacionales.

El análisis organizacional desde la perspectiva del feminismo transnacional/(pos)colonial, se presenta como un campo de análisis de suma importancia para estudiar las organizaciones contemporáneas. En la reconstrucción teórica que se hace en este escrito sobre los aportes de las teorías feministas al análisis organizacional, las autoras señalan la poca existencia de “obras en nuestro campo que representen la interacción de estos temas” (p.644). Estas autoras, señalan la importancia de poder incursionar lo transnacional/(pos)colonial en la literatura organizacional, en especial lo relacionado con el análisis feminista y las cuestiones de género. Lo que se busca con estas perspectivas de análisis feminista es poder entender el trasfondo de las implicaciones que trae consigo la globalización.

Conclusión.

Lo expuesto en este escrito ha proporcionado un acercamiento hacia una perspectiva de análisis que cuestiona las formas en que se han estructurado las organizaciones. Y con base en la revisión bibliográfica que aquí se expone, se presentan nuevos caminos de investigación, tal es el caso del análisis feminista como un movimiento crítico que da lugar a un nuevo sujeto, reivindicando a la mujer en sociedad. Sin embargo, existen algunas implicaciones que se direccionan hacia la formación en las escuelas de

administración en este campo de estudio. Tomando en cuenta que, en la actualidad se busca estudiar las organizaciones desde una perspectiva crítica, sin los elementos de formación en PM y TC en la enseñanza de la administración y en algunos casos sobre EO. Esta situación aleja el aprendizaje de los estudiantes en estas líneas de investigación. Además de ello, los estudiantes interesados en este campo de estudio que deseen indagar en temas que aporten a los EO, se encuentran con múltiples dificultades y vacíos teóricos y conceptuales. Esta situación nos conduce a preguntarnos si: ¿Son las escuelas de administración escenarios que forman sus estudiantes para un mundo posmoderno? O ¿Qué tan posmoderno es la formación en las escuelas de administración? Estos interrogantes, conducen a reflexionar sobre todas las implicaciones que se presentan para investigar las organizaciones desde un plano crítico. En este sentido, aquí se manifiesta la necesidad de romper las estructuras tradicionales que fundamentan la formación contemporánea de administradores, para abrir las puertas al mundo posmoderno. Por otro lado, en el contexto de las teorías feministas y sus aportes a los EO, desde la recopilación expuesta en el trabajo de Calás y Smircich, se identifican nuevos caminos para la investigación que demandan actualizar el estado del arte de las teorías feministas, y de los principales aportes que en la actualidad se da en el campo de los EO. Tal es el caso de las teorizaciones feministas transnacionales/(pos)coloniales y EO, frente a lo que las autoras mencionan la poca existencia de obras que se direccionen el análisis feminista y la necesidad de incursionar en este tema en el contexto de las organizaciones. En este sentido, el análisis feminista se presenta como un espacio para reflexionar y criticar los excesos y violencia del capitalismo global contemporáneo. Lo que conduce a plantear las siguientes preguntas: En el contexto colombiano, ¿cuál ha sido el impacto del feminismo como pensamiento crítico en la enseñanza de la administración? ¿Cuáles son los principales obstáculos que se presentan en la enseñanza y práctica en administración para incorporar una versión de estudios organizacionales feministas? Y en el contexto de Latinoamérica: se expone la necesidad de re-plantear las teorías feministas desde el contexto social/cultural/histórico de la mujer latina, con la intención de evaluar la condición de la mujer, no desde el plano eurocéntrico, sino desde las problemáticas de la organización social latina.

Por último, este trabajo es una base para prolongar la investigación de los EO, en especial para continuar exponiendo la necesidad de introducir este campo de conocimiento en la enseñanza y formación de la administración, para que a partir de allí, se dé inicio a la formación de nuevos investigadores, que proporcionen al campo de trabajos que permitan ser aplicados en la organización y así poder llegar a desarrollar investigaciones desde una perspectiva crítica de la organización con mayor convicción y deducción teórica.

Referencias.

- Calás, M. B., & Smircich, L. (2017). Desde la perspectiva de la mujer, diez años después. Aportaciones del feminismo a los estudios organizacionales. In *Tratado de Estudios Organizacionales* (EAFIT, pp. 591–680). Medellín.
- De Faira, J. H. (2009). Teoría crítica em estudos organizacionais no Brasil : o estado da arte. *Cudernos EBAPE.*, 7(3), 510–515.
- Deetz., M. A. y S. A. (2017). Enfoques de la teoría crítica y del posmodernismo sobre los estudios organizacionales. In E. EAFIT (Ed.), *Tratado de estudios organizacionales: teorización sobre el campo* (pp. 511–551).
- Frankenberg, G. (2011). Teoría crítica. *Revista Sobre Enseñanza Del Derecho.*, 17(9), 67–84.
- Gonzales-Miranda, D. R. (2014). Los Estudios Organizacionales. Un campo de conocimiento comprensivo para el estudio de las organizaciones. *Innovar*, 24(54), 43–58.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v24n54.46431>
- Saavedra-Mayorga, J. J., Gonzales-Miranda, D. R., & Marín-Idárraga, D. A. (2017). Teoría crítica y posmodernismo en los estudios organizacionales en América Latina. In *Tratado de Estudios Organizacionales* (EAFIT, pp. 553–589). Medellín Colombia.
- Sanabria Mauricio- Saavedra Mayorga Juan Javier- Ali Smida. (2013). *Los estudios organizacionales ('organization studies') : Fundamentos, evolución y estado actual del campo* (U. del Rosario., ed.). Retrieved from
<https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=2lwyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=estudios+organizacionales&ots=3bCRPetTIQ&sig=sVkycIBwVyvMfV42NWyyYUxHdLs>

USO DE CANALES TRANSACCIONALES Y CREACIONES FUNCIONALES EN LA BANCA 4.0 DE LA CIUDAD DE PALMIRA.

John Bolaños⁴⁷

Edwin Manuel Reyes⁴⁸

Elkin Fabriany Pineda-Henaó⁴⁹

Alex Serrano⁵⁰

⁴⁷ Profesor, SENA sede Palmira. Administrador de Empresas y MBA, Mg. En Alta Dirección. Integrante del grupo de investigación BITI y Semillero PSI del Centro de Biotecnología Industrial, SENA sede Palmira. Correo: jhbolanos78@misena.edu.co.

⁴⁸ Profesor, SENA sede Palmira. Economista y Especialista en Mercadeo. Integrante del Grupo de Investigación BITI, Semillero PSI, del Centro de Biotecnología Industrial, Sena Palmira. Correo: edwinreyes@misena.edu.co

⁴⁹ Profesor, SENA sede Palmira. Administrador de Empresas y Magister en Administración de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira. Licenciado en Filosofía y estudiante de Maestría en Filosofía de la Universidad del Valle. Investigador del Grupo de Investigación e Innovación en Biotecnología - BITI, del Grupo de Estudios Neoinstitucionales y del Grupo de investigación Episteme: Filosofía y Ciencia. Correo: efpineda@sena.edu.co, efpinedah@unal.edu.co.

⁵⁰ Aprendiz del Tecnólogo en gestión bancaria y entidades financieras. Grupo de investigación BITI, semillero PSI. Centro de Biotecnología Industrial Sena Palmira. Correo: almase1812@gmail.com.

Resumen.

El objetivo del presente trabajo es determinar los conocimientos y estrategias de uso de los canales transaccionales de las entidades financieras por parte de sus clientes y usuarios de la ciudad de Palmira. El estudio ejecutó encuestas durante los años 2017, 2018 y 2019 a 2.100 personas hasta la fecha. Se obtiene como resultados: a) las necesidades de acompañamiento de los usuarios por parte de funcionarios de las entidades financieras, la necesidad; b) la necesidad de procesos disruptivos que ayuden a la asimilación de nuevas tecnologías por parte de los clientes en el sector financiero; c) la creación de estrategias innovadoras para dar solución a los requerimientos de los clientes y las entidades financieras. Se concluye que, con el uso de estrategias didácticas, creativas y pedagógicas, los clientes cada vez más van a utilizar los medios virtuales, esto sin descartar que ellos siempre prefieren la interacción humana con los funcionarios para sentir seguridad y empatía con los procesos, con los productos y con las entidades.

Palabras Claves.

Canales transaccionales, sector financiero, Tecnologías digitales, Innovación, Banca 4.0.

Abstract.

The propose of the present work is to determine the knowledge and strategies of use of the transactional channels of the financial entities by their clients and users of the city of Palmira. The study carried out surveys during 2017, 2018 and 2019, to 2,100 people to date. It is obtained as results: a) the needs of accompaniment of the users by officials of the financial entities; b) the need for disruptive processes that help the assimilation of new technologies by customers in the financial sector; c) the creation of innovative strategies to solve the requirements of clients and financial institutions. It is concluded that, with the use of didactic, creative and pedagogical strategies, customers will increasingly use virtual media, this without ruling out that they always prefer human interaction with officials to feel security and empathy with the processes, with the products and with the entities.

Keywords.

Transactional channels, financial sector, Digital technologies, Innovation, Bank 4.0

Introducción.

Desde el inicio de la cuarta revolución industrial, la banca ha desarrollado nuevos productos y servicio mediante la implementación de nuevas tecnologías. Los mecanismos transaccionales con implementación tecnológica suponen mayor eficiencia, pues ahorran tiempo y dinero a los usuarios (Dinero, 2011). Esto, pese a que medios tradicionales -como el dinero en efectivo- luchan por no desaparecer (Ahumada, 2018). Planteamientos como estos fueron dados a conocer en el Foro Económico Mundial de la ciudad de Cartagena, por el presidente de Asobancaria:

Los adelantos que venimos observando desde la revolución digital se consolidan hoy en lo que llamamos la cuarta revolución industrial, un proceso que, según el Foro Económico Mundial, se caracteriza por la convergencia de distintas tecnologías, físicas, digitales e incluso biológicas, en un nuevo paradigma, una nueva forma de ver e interactuar con el mundo (El espectador, 2019).

Con la creación e implementación de nuevas tecnologías para los clientes se ha esperado una minimización de los costos de los servicios brindados, la mejora en la eficiencia de los procesos y la relación entre las entidades financieras y sus clientes. Sin embargo, existen pocos estudios en el sector local sobre el impacto que dichas tecnologías poseen en el sector financiero. Así las cosas, el principal objetivo del presente estudio es la percepción de los clientes de las entidades financieras respecto al uso de canales transaccionales, en la ciudad de Palmira. Además, se proponen algunas soluciones creativas para que los clientes reconozcan la utilidad de tales implementaciones tecnológicas y aprendan a utilizarlas de tal forma que asimilen mejor la creación de nuevos productos y servicios ofertados por las entidades financieras.

En países como Alemania, España, Gran Bretaña, Canadá, Japón, India, EE. UU., entre otros, las entidades financieras han buscado algunas alternativas para implementar las tecnologías financieras o Fintech (por sus siglas en inglés) (López, 2016). Estas entidades, a pesar de no estar supervisadas por ser pioneras en tecnologías para el sector financiero, se han asociado para asesorar a los bancos con la creación de ellas. Esto lo han logrado iniciando desde la educación -por medio de asesores para el uso del producto o servicio- y poner en uso los nuevos productos con el acompañamiento de funcionarios, para fomentar el buen uso de las tecnologías, buscando la confianza de los clientes y una gran satisfacción de sus necesidades.

Para cumplir el objetivo anteriormente enunciado, se planteó una metodología basada en encuestas y aplicación de estrategias creativas sobre el uso de canales transaccionales. De acuerdo con los resultados, se puede evidenciar que los clientes no se sienten seguros en el uso de nuevas tecnologías ofrecidas por las entidades financieras locales. Esto, debido a la carencia de estrategias por parte de las entidades financieras dirigidas a brindar asesoría y conocimientos de las medidas de seguridad a los clientes en el uso de los nuevos dispositivos tecnológicos. Se logró establecer que un 95% de los clientes a los que se les presento las estrategias se sintieron muy a gusto, con mayores conocimientos y mejor disposición para la ejecución de operaciones en los dispositivos electrónicos, virtuales y móviles.

Marco teórico.

Durante el comienzo del nuevo milenio se inició la era digital o, como es conocida en el mundo académico-empresarial, la *Industria 4.0*. En dicho periodo, el sector financiero es uno de los que más está avanzado en el mundo con la creación de nuevas tecnologías y aplicaciones con nuevos productos, dando su implementación al momento de ofrecer los servicios.

En Colombia, cada año se vienen implementando modificaciones en las entidades bancarias. Según Díaz (2018) algunos de estos nuevos productos son:

1. El cajero solar y sostenible (Bancolombia), cuya innovación es la de disminuir la emisión de 311,4 kilogramos de CO₂ por año. El cajero cuenta con 3 paneles solares que le permitirán operar las 24 horas del día y le garantizan la continuidad incluso cuando las condiciones climáticas no sean favorables. También cuenta con 2 baterías que lo abastecerán hasta por 2 días continuos.
2. Pulsera multipagos (Bancolombia). Este nuevo dispositivo hace parte de la línea de pago sin contacto de Bancolombia, la cual ya es usada ampliamente en servicios como el transporte público y algunos comercios. Cuando se pasa la tarjeta del banco en la registradora del Sistema de Transporte Masivo de Bogotá TransMilenio, por ejemplo, se debita el valor del pasaje. En ello se puede evidenciar la tecnología sin contacto, que funciona con un chip y radiofrecuencia, y que no es nueva. Ahora, además, esta tecnología se puede usar también con la manilla sin contacto, que no requiere clave y solo requiere acercarla a la pantalla del datafono y esperar por el sonido que indica el final de la transacción. La restricción es que solo se pueden hacer pagos por montos inferiores a \$50.000 por transacción, y al día no se pueden superar los \$300.000. Actualmente, esta manilla está disponible en casi todo el país, especialmente en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Medellín y Pereira. En caso de pérdida de la manilla, se puede bloquear por la sucursal telefónica o por medio de la aplicación del banco.
3. Giros en redes sociales (Davivienda). En el portafolio de servicios digitales de Davivienda sobresale un producto que en su momento fue pionero y que sigue siendo referente de inclusión financiera: DaviPlata, una aplicación móvil que simplifica el traslado de dinero y que ha atraído a usuarios no bancarizados o incluidos en el sistema financiero. ¿Se habrían imaginado enviar dinero de celular a celular, incluso en países diferentes? Si se hace una retrospectiva, el escenario parecía utópico. Pero con DaviPlata hoy es aún más sencillo: la aplicación DaviPlata ahora también permite hacer giros dentro de redes sociales como Facebook y Twitter, y plataformas de mensajería como WhatsApp. Esta nueva característica la logró gracias a una alianza con la empresa israelí Paykey (que seleccionó a 7 bancos en el mundo para que usaran su tecnología).
4. Menos Uga-Uga en el sistema financiero (BBVA). La campaña del Banco BBVA ha sido una de las más llamativas del sector bancario en últimos tiempos. Pero, más allá de su publicidad y de la labor de sensibilización acerca de la apropiación digital, trae consigo una serie de servicios en su billetera digital que buscan, precisamente, sacar a los usuarios de esa *prehistoria financiera* para transitar en la era digital y aprovechar todas sus oportunidades. Al igual que Bancolombia y Davivienda, BBVA también ofrece la opción de la tecnología sin contacto, pero agrega la opción de pagos con CCV, el código habitual de seguridad de 3 dígitos que tienen las tarjetas de crédito. La diferencia es que este CCV está en las tarjetas débito, entonces el usuario ya no necesita una tarjeta de crédito para hacer compras en línea (un requisito exigido en las transacciones). Esta y otras transacciones, como *prender* y *apagar* tarjetas, se pueden administrar desde la aplicación BBVA Wallet. Por otro lado, en usual para los usuarios bancarios que, a la hora de verificar su identidad en el banco, se encuentren con problemas como que la firma no coincida. ¿Cómo mejorar los procesos de identificación? BBVA está trabajando con la identificación biométrica, creada por la compañía de tecnología Veridas. Este sistema de identificación biométrica se aplica a las personas interesadas en hacerse cliente, a través de una fotografía y un video. El sistema está siendo desplegado paulatinamente en las sucursales del banco.

Estos son solo algunos de los servicios más llamativos que actualmente los bancos ofrecen a los colombianos usuarios de tecnología. Sin embargo, existen más (Intereconomía, 2018). Ahora bien, de acuerdo a algunos expertos, todas estas implementaciones tecnológicas van de la mano con la emergencia de un nuevo tipo de cliente bancario 4.0, que está al tanto del nuevo contexto tecnológico global (Sánchez y Castro, 2019).

Como se puede evidenciar, cada vez hay más mecanismos para el uso de medios digitales, y año a año hay mayor uso de medios digitales, como es referido por la Superintendencia Financiera de Colombia (en adelante SFC, 2018). De acuerdo con la SFC las entidades financieras se han forzado a crear nuevas

tecnologías, mediante la creación de nuevos canales transaccionales. Lo cual ha mostrado un crecimiento en el movimiento de dinero mediante transacciones como es mostrado en la Tabla 1, que muestra el número de operaciones que se dieron en el sector financiero año a año (SFC, 2018).

Número de operaciones (monetarias y no monetarias)				
Canal	2015	2016	2017	2018
Internet	1.905.341.076	2.295.131.790	2.574.088.241	3.151.719.657
Cajeros Automáticos	732.473.320	762.647.270	814.174.526	816.981.036
Datafonos	460.510.198	516.613.837	565.029.230	635.847.982
Oficinas	655.364.779	649.196.062	606.302.762	550.542.211
Telefonía Móvil	132.811.894	197.331.398	330.765.450	532.575.250
Corresponsales Bancarios	147.524.587	184.076.395	234.218.127	325.162.095
Débito automático	94.672.878	106.835.895	109.646.525	122.426.097
ACH	101.734.031	111.933.940	103.935.138	112.062.952
Audio respuesta	93.280.629	98.449.892	112.475.903	86.407.231
Total	4.323.713.392	4.922.216.479	5.450.635.902	6.333.724.511

Tabla 1 "Comparación de operaciones monetarias y no monetarias 2015-2018". Fuente: elaboración a partir de SFC (2018)

Como puede apreciarse, en 2018 el sistema financiero colombiano realizó 6.333.724.511 operaciones (monetarias y no monetarias), con un incremento del 16% frente a 2017, según tabla 1. De acuerdo con las cifras reportadas a la SFC, de las operaciones reportadas, 2.898.964.384 fueron monetarias por \$7.183 billones y 3.434.760.127 no monetarias. Estos datos nos muestran que, por primera vez, Internet supera a las oficinas en número total y monto de operaciones, como se observa en la Tabla 2.

Canal	Cantidad	Número Total de Operaciones (monetarias y no monetarias)	Monto de Operaciones
Internet	0	3.151.719.657	2.798.322.864
Oficinas	6.338	550.542.211	2.690.714.915

ACH	0	112.062.952	1.136.489.565
Cajeros Automáticos	16.173	816.981.036	253.869.525
Corresponsales Bancarios	134.318	325.162.095	113.400.251
Datáfonos	435.836	635.847.982	101.733.206
Débito Automático	0	122.426.097	67.121.983
Telefonía Móvil	0	532.575.250	19.586.790
Audio Respuesta	0	86.407.231	2.096.860
Total		6.333.724.511	\$7.183.335.963

Tabla 2 Número de operaciones y monto por canal. Fuente: a partir de SFC (2018).

Es notorio, además, cómo las tecnologías impactan, cada vez más, y se posesionan con gran relevancia para los usuarios, y algunas entidades ganan posicionamiento como innovadoras y con gran poder tecnológico. Como se puede apreciar en la tabla 3, las entidades que mayor volumen de operaciones monetarios realizaron en el año 2018:

No.	Entidad	Número de operaciones monetarias	Número de operaciones no monetarias	Número total de operaciones	Monto de operaciones
1	Bancolombia	1.062.667.090	2.275.285.470	3.337.952.560	2.090.760.974
2	Banco Davivienda	412.910.238	176.926.177	589.836.415	1.101.476.525
3	BBVA Colombia	276.985.501	215.993.906	492.979.407	639.508.597
4	Banco de Bogotá	250.131.785	381.582.964	631.714.749	1.108.625.161
5	Colpatria - Scotiabank	139.625.384	72.362.189	211.987.573	191.915.951
6	Banco AV Villas	120.557.188	63.489.850	184.047.038	118.235.839
7	Banco de Occidente	113.010.441	36.294.694	149.305.135	788.778.130
8	Banco Caja Social	100.586.473	26.853.177	127.439.650	134.793.182
9	Banco Popular	81.622.067	10.783.018	92.405.085	165.673.887
10	Banco Agrario	76.823.797	41.554.933	118.378.730	103.652.465
11	Tuya	46.491.782	12.749.639	59.241.421	16.792.245

12	Citibank	44.792.227	32.473.451	77.265.678	283.605.782
13	Itaú - Banco Corpbanca	41.512.293	25.759.532	67.271.825	189.916.363
14	Banco GNB Sudameris	27.668.776	9.394.472	37.063.248	143.509.036
15	Banco Falabella	19.168.924	20.947.636	40.116.560	11.046.632
16	Giros & Finanzas	14.091.689	784.453	14.876.142	8.504.192
17	Serfinansa	13.970.705	13.536.874	27.507.579	5.709.222
18	Bancoomeva	10.413.715	2.705.692	13.119.407	16.104.654
19	Banco Mundo Mujer	7.504.202	4.573.415	12.077.617	4.472.388
20	Banco Pichincha	7.089.702	6.708.952	13.798.654	15.066.927
	Total	2.867.623.979	3.430.760.494	6.298.384.473	\$ 7.138.148.163

Tabla 3. Posición de los bancos según número de operaciones monetarias y no monetarias monto en millones. Fuente: a partir de SFC, (2018)

En el año 2018 se aprecia que los bancos que han incorporado nuevas tecnologías -las cuales están relacionados con la oferta de nuevos canales- se encuentran en las primeras posiciones en el número de operaciones y no monetarias (SFC, 2018).

Metodología.

La naturaleza de la presente investigación es tanto de tipo cuantitativa como cualitativa. El primer aspecto se basa en *encuestas con análisis descriptivo simple*. Por otro lado, el segundo aspecto refiere a *métodos heurísticos y disruptivos de creaciones funcionales* para dar respuesta a los problemas manifestados por los encuestados a partir de soluciones creativas. Adicional a esto, se debe resaltar que el proceso investigativo del presente proyecto hace parte, además, del proceso formativo de aprendices del SENA quienes contribuyeron en el desarrollo de la presente investigación.

A partir del impacto que está causando la inclusión de las nuevas tecnologías, como se describió líneas arriba, en el grupo de investigación BITI y con apoyo del Semillero PSI del Centro de Biotecnología Industrial CBI-SENA del municipio de Palmira- Valle del Cauca, los programas de Gestión Bancaria a nivel técnico y tecnológico, en el proceso de formación crean nuevas estrategias para el aprendizaje y uso de las nuevas tecnologías. Estas estrategias buscan ser complementarias a procesos inmersos en el sistema financiero, para mejorar los mecanismos que benefician a los clientes, empleados y entidades de una manera integral. Lo anterior, teniendo en cuenta aspectos como seguridad, cuidado al medio ambiente y

educación económica y financiera para los clientes y usuarios mejorando así el uso de las nuevas tecnologías.

Desde este contexto, procedimentalmente la investigación considero en el planteamiento de la encuesta los siguientes aspectos. Por un lado, dada la naturaleza de los sujetos inmersos en el objeto de estudio (clientes de entidades bancarias) y dado el proceso formativo, se planteó la necesidad de un tipo de muestreo de avalancha, el cual consiste en pedir a los *informantes* que recomienden a posibles participantes. Este tipo de muestreo, que también se denomina *muestreo nominado*, *bola de nieve* o *muestreo en cadena*, es muy práctico y eficiente en cuanto al coste, además, gracias a la presentación que hace el sujeto ya incluido en el proyecto, resulta más fácil establecer una relación de confianza con los nuevos participantes, también permite acceder a personas difíciles de identificar. Esto, además, se asociaba de una manera más eficiente con las particularidades del proceso formativo de los aprendices, la cual se realizó a través de varios periodos de tiempo consecutivos: del 2017 al 2019. Por último, con esta metodología el investigador tiene menos problemas para especificar las características que desea de los nuevos participantes (Hammersley y Atkinson, 2001).

En el 2017 se realizaron 350 encuestas en el primer semestre, y se demostró y evaluó con 175 clientes. En el segundo semestre de 2017 se realizaron 350 encuestas y se demostró y evaluó con 175 clientes de los encuestados y se expuso y evaluó a 200 personas bancarizadas durante el exposena 2017 donde se presentaron las creaciones funcionales con sus estrategias de servicio. En el 2018 se realizaron 350 encuestas en el primer semestre y se demostró y evaluó con 175 clientes. En el segundo semestre de 2018 se realizaron 350 encuestas y se demostró y evaluó con 175 clientes de los encuestados y se expuso y evaluó a 150 personas bancarizadas durante el exposena 2017 donde se presentaron las creaciones funcionales con sus estrategias de servicio. En el 2019 se realizaron 350 encuestas en el primer semestre y se demostró y evaluó con 350 clientes. En el segundo semestre de 2019 se realizaron 350 encuestas y se encuentra en proceso de realizar las estrategias de acuerdo con el diagnóstico para presentarlas a los 350 clientes y poder evaluarlas.

En total, se han encuestado a 2100 personas y, hasta el momento, se ha presentado y evaluado con 1400 clientes de bancos. Siguiendo la metodología de muestreo por bola de nieve, en este proceso se contó con 35 aprendices cada semestre, los cuales buscaron cada uno 10 familiares o personas cercanas con productos en entidades financieras, esto con el fin de diagnosticar a través de esta herramienta la percepción de los clientes frente a los canales transaccionales. Las personas encuestaban eran residentes de la ciudad de Palmira que contaran con productos financieros, de captación y colocación en diferentes entidades financieras.

En cuanto a la estructura de la encuesta, esta se diseñó desde las categorías temáticas emanadas de la revisión bibliográfica referida a la implementación de tecnología y la eficiencia de los canales transaccionales en las entidades bancarias. De lo anterior, surgieron 10 preguntas que buscaban recopilar información sobre la necesidad, el uso, la frecuencia y la eficiencia que perciben los usuarios respecto a estos canales transaccionales con implementaciones tecnológicas (véase la encuesta completa en *Anexos*, al final del documento). Adicional a esto, como variables sociodemográficas se tuvo en cuenta fundamentalmente la *edad* y el *nombre de la entidad bancaria* a la cual estaba afiliado el usuario.

Por su parte, las creaciones funcionales fueron planteadas a partir de actividades de formación. En estas actividades se planteaba una solución creativa, a partir de las problemáticas emergidas por el análisis de los resultados de las encuestas. Para estas soluciones creativa se planteaba, como criterio, de acuerdo con la revisión de literatura, mecanismos que implementaran nuevas tecnologías en los canales transaccionales y que, además, estos medios fuesen eficientes y generasen satisfacción en los usuarios. También se tuvo en cuenta que estas creaciones funcionales fuesen aplicables a las entidades bancarias del contexto local de la ciudad de Palmira.

Resultados y Discusión.

En el presente apartado se presentan los resultados de la investigación bajo el siguiente orden: (a) los resultados de las encuestas y su respectivo análisis descriptivo simple; (b) los resultados de las creaciones funcionales que surgieron a partir de la interpretación de las encuestas. Siguiendo este orden, los resultados que arrojaron las encuestas desde el año 2017 hasta el 2019 en principalmente fueron los siguientes.

Como se puede observar en la Ilustración 1, en las encuestas realizadas en el 2017, diseñada para usuarios que tienen un producto en la banca comercial, especialmente en el grupo Bancolombia, se determinó que el 82.6% de las personas encuestadas tienen conocimiento acerca de los canales transaccionales ofrecidos por su entidad y el 17.4% aún no han sido informados sobre estos.

¿Conoce o ha escuchado sobre los canales transaccionales?

OPCION	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	199	56,86%
NO	151	43,14%
TOTAL	350	100,00%

Tabla 4 Porcentajes de respuestas. Conocimiento de canales transaccionales. Fuente: elaboración propia (2018).

El resultado de esta encuesta realizada a las personas que están vinculadas a entidades del grupo AVAL como lo es el Banco de Bogotá, Banco Av Villas, Banco Popular y Banco de Occidente. En el primer semestre de 2018 un 56,86% para respondieron si y un 43,14% no. Cabe resaltar que, al momento de leer la pregunta, las personas no tienen una respuesta positiva a la definición de canal transaccional como tal, hasta que se les explica con palabras más del común o se les cita uno por uno los canales transaccionales.

En el primer semestre del año 2019, la encuesta fue dirigida a 350 personas que estuvieran vinculados a cualquier banco del sistema financiero. Un 32.5 %, un equivalente a 114 personas vinculadas a Bancolombia, seguido por el Banco BBVA con un 9.7%, Davivienda 9,4%, Banco de Bogotá 8%, Banco Av villas 7,7%, Banco Caja Social 6,8%; el resto de las entidades como el Banco Agrario, Banco Falabella, Banco W, entre otros, completan la totalidad de encuestados. Las edades con más participación fueron de 15 a 25 con 106 personas y 26 a 35 con 102, como se puede observar en la Ilustración 2.

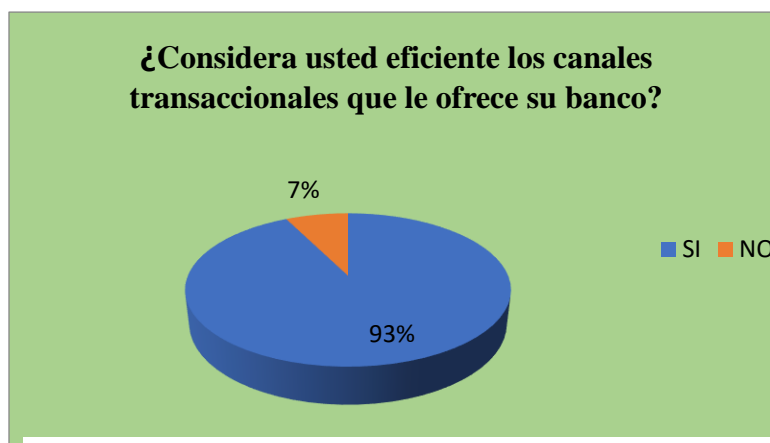


Ilustración 1 Eficiencia de canales transaccionales. Fuente: elaboración propia (2019).

Como puede observarse en la Ilustración 2 se formuló una pregunta relativa a la eficiencia de los canales transaccionales para los encuestados del año 2019 (en el primer periodo de 6 meses). Se puede notar que el conocimiento sobre los canales transacciones aumentó, y ya se evidencia un uso de ellos puesto que la pregunta fue respondida con rapidez. Un 93%, es decir 324 personas, consideran que son eficientes estos canales y 26 personas, un 7% considera que no lo son. Además, se puede evidenciar una mayor satisfacción en los usuarios, lo cual puede suponer una mayor adaptación a mecanismos tecnológicos en los canales transaccionales. La eficiencia, en este caso, no sólo dependería entonces de la eficiencia formal-racional de los medios tecnológicos incorporados, sino, además, de la adaptación cultural de los usuarios, como posible explicación a estos resultados del 2019.

Por otro lado, cuando a las personas de las 3 encuestas (años 2017, 2018 y 2019) se les preguntó “¿Con que frecuencia utilizan los canales transaccionales del banco (en veces al mes)?”, estos fueron los resultados (ver Ilustración 3):

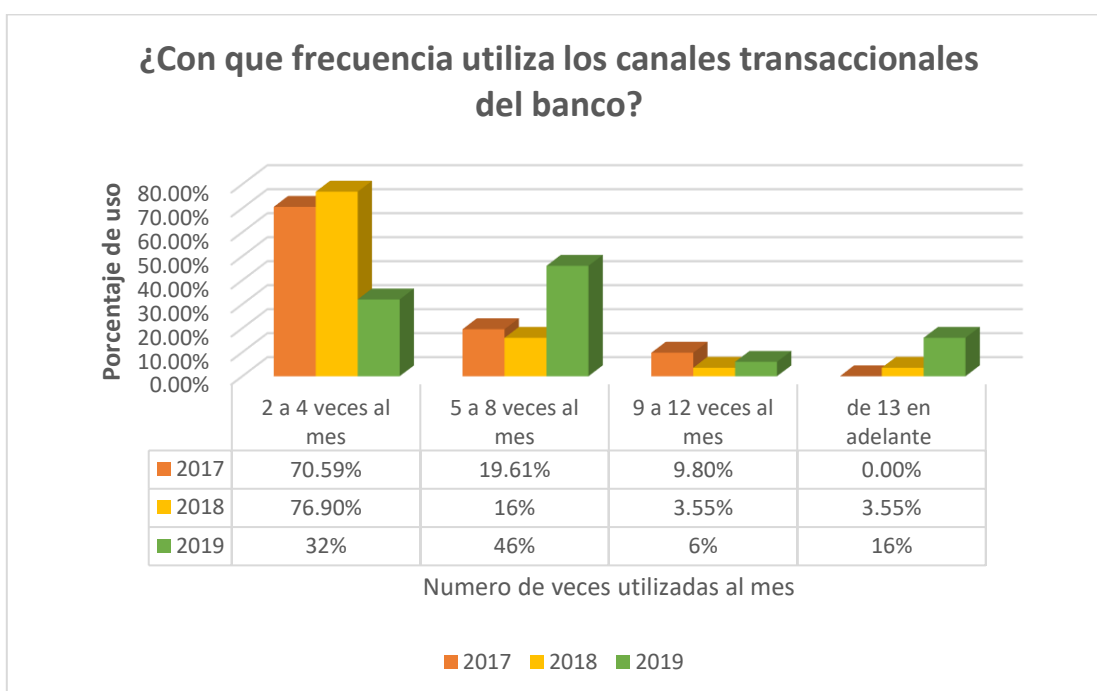


Ilustración 2 Frecuencia de uso de canales transaccionales. Fuente: elaboración propia.

Se puede apreciar que del 2017 al 2019 aumentó el uso de los canales transaccionales por mes, obteniendo un 46% de 5 a 8 veces su uso al mes. Esto, debido al conocimiento más amplio de los canales transacciones que ofrecen las entidades y relacionado a las edades que, se debe recordar que están, en su mayoría, entre los 15 a 35 años. La utilización de 2 a 4 veces al mes tiene el porcentaje más alto en las encuestas del 2017, lo asociamos al desconocimiento de estos canales ya que en las dos encuestas supera el 90% de la población encuestada.

Por otro lado, a la pregunta “¿Qué canal transaccional utiliza o ha utilizado usted?”, las siguientes fueron las respuestas (véase Ilustración 4):

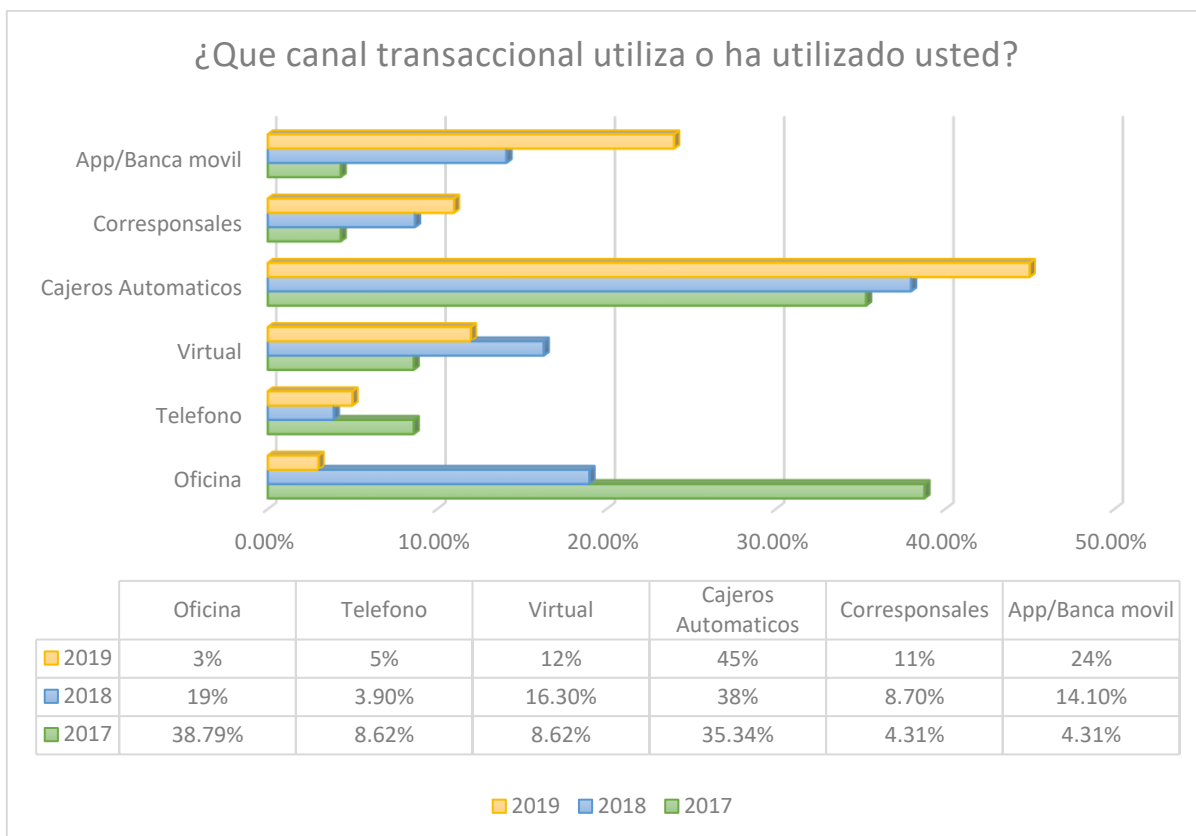


Ilustración 3 Tipo de canal transaccional usado. Fuente: elaboración propia.

Analizando los resultados de las 3 encuestas se puede notar que tanto en el 2017 como en el 2019 el canal transaccional más utilizado es el *cajero automático*, obteniendo un 39,67% como promedio en las encuestas, seguido oficina con un 20,2%. Las app/ banca móvil, por su parte, cuentan con un 14,13% de uso. Si bien es cierto que los cajeros automáticos son el canal con más acogida por parte de los usuarios del sector financiero y, ahora, con los avances tecnológicos en los cuales se pueden realizar transferencias, pagos de facturas, consignaciones entre otras, va a seguir incrementando su uso con el paso del tiempo. En el lado opuesto se encuentran las oficinas, puesto que a medida del tiempo como se puede apreciar en estas encuestas, aunque su uso no ha desaparecido tiende a disminuir, en el 2017 su uso era de 38,79% y se pasó al 2019 con uso del 3%.

Las apps/ banca móvil son, por su parte, un canal que va evolucionando con el paso del tiempo, teniendo en cuenta la cuarta revolución o industrias 4.0, que trae consigo un cambio de percepción al uso de las tecnologías y la innovación. Es por esto que ha cogido fuerza en los últimos años comparado, en este ejemplo, que en el primer periodo del 2017 el uso era del 4,31% y al 2019 su uso aumento al 24%. No obstante, a lo anterior, sigue siendo un porcentaje muy bajo al uso que las entidades realmente esperan de este canal y esto se puede asociar a la falta de capacitación de las entidades a los usuarios para el uso correcto de estos canales. Se debe partir en estos razonamientos del principio según el cual que las implementaciones tecnológicas en este sentido buscan mayor eficiencia no sólo para las entidades bancarias (pues se ahorran costos en canales transaccionales físicos), sino también para los usuarios (quienes podrían tener a disposición una gran cantidad de servicios de manera virtual y al alcance de un dispositivo móvil). Ahora bien, el problema de que se genere mayor impacto en la eficiencia en el uso de este tipo de implementaciones tecnológicas parece estar relacionada con las capacitaciones y la adaptación en su uso, pues parece existir un interés emergente por parte de los usuarios.

De acuerdo con las encuestas, las personas desean conocer más de estos canales, como se puede evidenciar en las siguientes preguntas: “¿Le gustaría que las entidades financieras realizarán campañas educativas sobre el uso de los canales transaccionales?” y “¿Qué tipo de actividades considera usted que debería implementar su entidad para asesorar sobre los canales transaccionales?”. Los resultados pueden apreciarse en las Ilustraciones 5 y 6.

¿Le gustaría que las entidades financieras realizarán campañas educativas sobre el uso de los canales transaccionales?

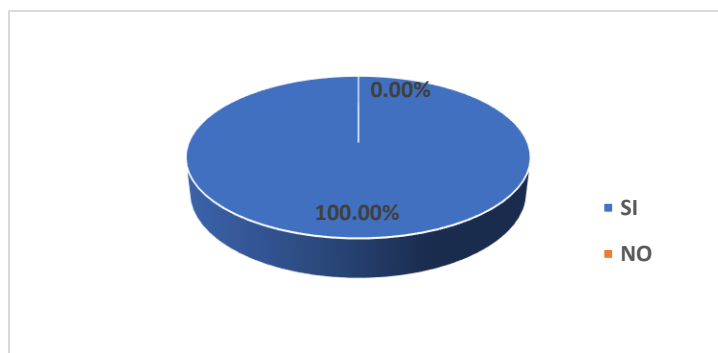


Ilustración 4 Interés por campañas educativas sobre canales transaccionales. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados expresados en la Ilustración 5, el 100% de los encuestados en el 2017 expresaron que deseaban una mayor información sobre el uso de los diferentes canales y eso demuestra el interés por parte de ellos de ir evolucionado con la tecnología.

¿Qué tipo de actividades considera usted que debería implementar su entidad para asesorar sobre los canales transaccionales?

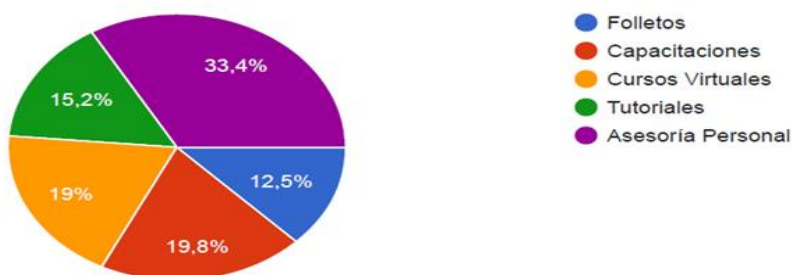


Ilustración 5 Actividades de asesoramiento sobre canales transaccionales. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a la Ilustración 6, en la encuesta realizada en el primer periodo de 2018, se pudo observar que los clientes consideran como opción más viable para adquirir conocimiento sobre los canales transaccionales la opción de una *asesoría personal*, con un total del 33,4%, seguido de capacitaciones con un 19,8%, cursos virtuales con un 19%. Ahora bien, estos resultados comparados con los del año 2019 dejan los siguientes resultados (Ilustración 7).

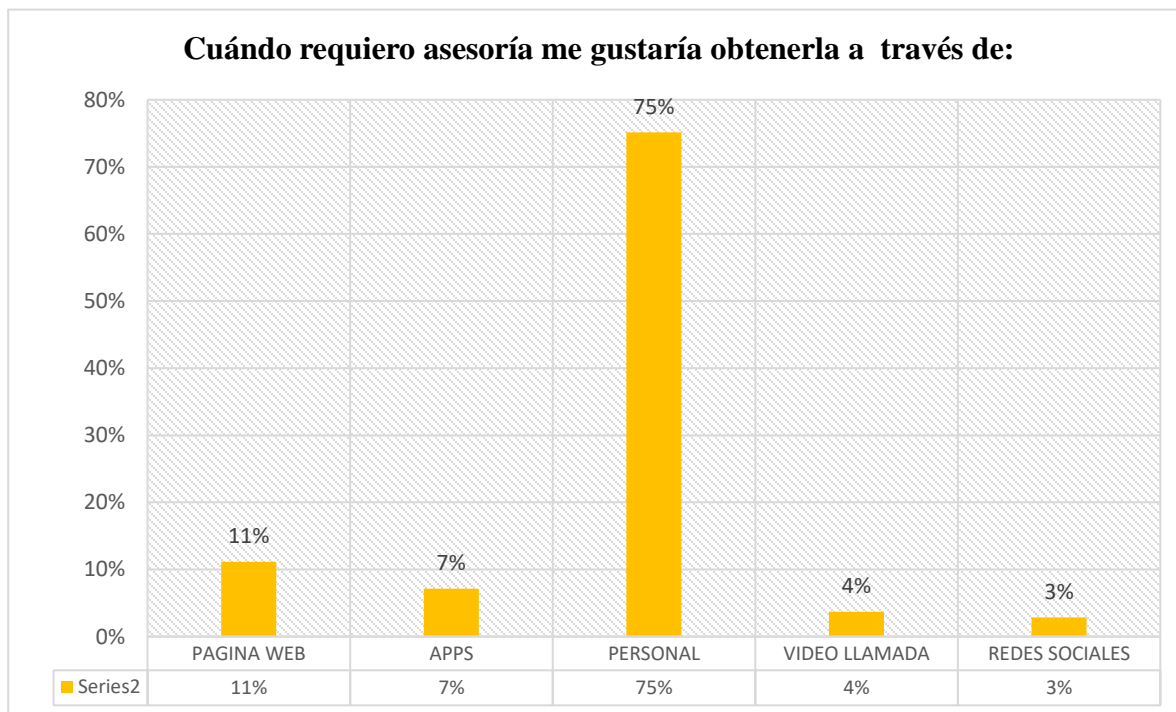


Ilustración 6 Medios de asesorías. Fuente: elaboración propia.

La asesoría personal sigue siendo, con el pasar del tiempo, una manera de conocimiento sobre los canales transaccionales más preferidas por las personas, ya que es una opción más vivencial y cómoda para los usuarios. En este caso, obtuvo un porcentaje del 75%, mayor que el obtenido en el 2017; por lo que se sugiere un aumento. Esto no parece ser contradictorio a la implementación de medios tecnológicos en los canales transaccionales, pues puede esto sugerir que parte del proceso de adaptación a estos medios tecnológicos resulta por la vía de asesoría personal, dándole una dimensión más *humana* a este proceso de adaptación tecnológica.

En síntesis, los datos obtenidos por estas encuestas vislumbraron un problema, el cual es la razón por la que los clientes de las diferentes entidades financieras a través del tiempo no utilizan -o, por lo menos, quienes lo hacen tienden a hacerlo de forma no recurrente- los canales transaccionales con mayor implementación tecnológica. También se sugiere que una posible causa está asociada a la carencia de mecanismos de asesoramiento afines al proceso de adaptación social de la implementación tecnológica que, para el caso de lo que sugieren las encuestas, se señala como problema asociado la falta de asesoría y acompañamiento personal, por parte de las entidades financieras.

Creaciones funcionales.

Para dar posibles soluciones a esta problemática relativa a la implementación de tecnologías 4.0 en los canales transaccionales de las entidades bancarias y los mecanismos para la adaptación de los usuarios a estas tecnologías, de forma eficiente, los aprendices de técnicos y tecnólogos del SENA, bajo el

seguimiento de los instructores⁵¹, elaboraron diferentes estrategias de asesoría de los canales transaccionales, en los cuales daban principal énfasis en el acompañamiento y la capacitación a los usuarios con el fin de que se sintieran atendidos y guiados por la entidad.



Ilustración 7 Creación funcional Robit. Fuente: elaboración propia.

Como puede apreciarse en la Ilustración 8, una de las creaciones funcionales destacadas por los aprendices fue *Robit*. Esta creación funcional consiste en la idea de un robot con Inteligencia Artificial de asesoría en el uso de canales virtuales. De acuerdo con esta estrategia, se busca una mayor interacción con los usuarios en medios virtuales, para dar la sensación simulada de asesoría personal.

Como se mencionó líneas arriba, los datos que suministraron las diferentes encuestas fueron el punto de partida para (i) la creación de estrategias funcionales que aportaran a la educación de los clientes en estas tecnologías y (ii) un aporte a la rentabilización de las inversiones tecnológicas de las entidades financieras.

Teniendo en cuenta el ritmo con el cual avanza las sociedades contemporáneas en su creación tecnológica, es loable que una de las principales dificultades presentada por los clientes estudiados es el conflicto en ellos para comprender el manejo de las nuevas, y cada vez más avanzadas plataformas. Así, dentro de los factores que influyen para el no uso de estas plataformas podrían nombrarse varios, como la seguridad, el temor a la tecnología (o tecnofobia), etc.

A partir de lo anterior, se destaca también la siguiente creación funcional. Se planteó una mejora en el servicio a ofrecer, por parte de la entidad financiera -que satisfaga a clientes y se logre atraer a clientes potenciales-, partiendo de la base de una estrategia de capacitación didáctica con el uso de dispositivos simulados como en *ATM multifuncional didáctico*, para capacitar en el uso eficiente y en medidas de seguridad para su utilización.

⁵¹ Este proceso se llevó a cabo por el liderazgo y asesoría del instructor de Gestión bancaria John Bolaños, quien en su experiencia laboró por 15 años en entidades financieras y estuvo a cargo en áreas de servicios en las sucursales y en contacto con los usuarios de estas.



Ilustración 8 Creación funcional: ATM multifuncional didáctico. Fuente: elaboración propia.

Esta creación funcional busca una mezcla tanto de el medio de asesoría más destacado según las encuestas (asesorías personales) y el uso de canales transaccionales con tecnologías 4.0. Esta creación funcional, además de contar con el medio humano para el asesoramiento, buscaría una vivencia simulada con los canales transaccionales tecnológicos, por parte de los usuarios.

De acuerdo a las encuestas, el 53% de personas de un rango de edad de 50 años en adelante no utilizan la sucursal virtual por varias razones. Se evidenciaban muchas falencias en el insuficiente uso de este medio, por lo cual se planeó la estrategia innovadora del cajero multifuncional didáctico en material reciclable y totalmente funcional para el aprendizaje de nuestros clientes y/o usuarios.

Este fue exhibido en el expo Sena 2018 de la ciudad de Palmira, el cual tuvo una buena acogida ya que les permitió a muchas personas conocer las operaciones que se pueden realizar en él. Por medio de una encuesta simple en el día del evento, se diagnosticó que el 95% de las personas le gusto interactuar con el cajero y, a su vez, recomendarían el uso de este dispositivo didáctico, dándonos efectividad en este proyecto.

En lo transcurrido entre los años 2017, 2018 y 2019, han sido diversas las experiencias con las diferentes creaciones funcionales y los resultados de estos. En general, tales creaciones funcionales han sido muy bien recibidas por los clientes de las entidades financieras a los que se les han presentado. Otra de las creaciones funcionales destacadas fue *Holobank*, dispositivo de asesoría en canales virtuales a través de imágenes holográficas. Este dispositivo busca mayor interacción en asesorías virtuales, de tal forma que los usuarios poco expertos puedan tener una alternativa de asesoría que puede ser acompañada de asesoría personal directa.



Ilustración 9 Creación funcional: Holobank dispositivo holográfico de asesoría. Fuente: elaboración propia.

Conclusiones.

Como se planteó al inicio del texto, el objetivo del escrito era determinar, en un primer momento, los conocimientos y estrategias de uso de los canales transaccionales de las entidades financieras por parte de sus clientes y usuarios de la ciudad de Palmira. En un segundo momento, era el de proponer algunos mecanismos de creaciones funcionales que den respuesta a las problemáticas asociadas al uso eficiente de canales transaccionales y adaptación de nuevas tecnologías por parte de los clientes.

De acuerdo a los resultados expuestos en las encuestas, si bien existe -por parte de los usuarios- un creciente interés por el uso de nuevas tecnologías para los canales transaccionales, también se pudo evidenciar que se han usado pocos mecanismos como las *app móviles*, lo cual debía a escasa asesoría personal por parte de las entidades bancarias. La velocidad con la que los nuevos avances tecnológicos proveen de herramientas a las entidades financieras en Colombia hace que estas no tengan el tiempo de reacción adecuado para estar a la par con las exigencias de sus clientes. Esto se debe, por un lado, al mercado joven que pide la implementación de nuevas tecnologías y nuevos productos con versatilidad e innovación y, por el otro, a los clientes tradicionalistas que buscan siempre un acompañamiento. Estas variables le exigen a la banca crear nuevas estrategias de modo colaborativo con clientes y usuarios, brindándoles productos y servicios según sus gustos y necesidades.

Por tanto, el asunto que debería ser considerado central por las entidades bancarias no es solo la adquisición de las últimas tecnologías o las herramientas más complejas. Todo ello debe ir acompañado por muchas estrategias de creatividad, que busquen cercanía con el cliente y estrategias novedosas que satisfagan las necesidades de los clientes y usuarios -lo cual puede ser uno de los factores implícitos en la preferencia por las asesorías personalizadas.

Como se observa en la investigación realizada, los usuarios de las entidades financieras cada vez utilizan más los canales transaccionales ofrecidos, pero demandan más acompañamiento de los funcionarios, lo cual se traduce en planes de capacitación sobre las características, uso y beneficios de las tecnologías al alcance de los clientes para realizar sus consultas y transacciones. De esta forma se combate la tecnofobia propia de aquellos que tradicionalmente gustan de sentir el apoyo del funcionario humano y se dará la transición hacia el funcionario virtual reflejado en los diferentes dispositivos que le brindan los mismos servicios. Es sugerente que esta transición se realice de modo que el usuario de la nueva tecnología sienta la cercanía con su entidad y el acompañamiento de esta en todo momento, pues parece ser inherente a los

humanos la preferencia por la percepción de los sentimientos y la empatía generada solo por la interacción humano hacia humano.

Para las entidades financieras, la tecnología sola no atraerá nuevos clientes ni va a satisfacer del todo a los actuales, pues solo los humanos contamos con el talento para crear nuevos ritmos, nuevas tendencias, modas y estrategias como las creaciones funcionales expuestas en el segundo apartado de resultados. Además de esto, es importante que se ejecuten actividades como las creaciones funcionales en los procesos de formación de aprendices que tengan como objetivo su práctica profesional en entidades financieras, pues esto podría contribuir directamente a las entidades bancarias para buscar soluciones directas con sus clientes.

Referencias.

- Ahumada, O. (2018). Dinero en efectivo se resiste en desaparecer. En El Portafolio. Obtenido el 2 de septiembre de 2019 en: <https://www.portafolio.co/economia/dinero-en-efectivo-se-resiste-a-desaparecer-521200>
- Díaz, D. S. (2018). Las innovaciones tecnológicas más útiles en Colombia. Obtenido el día 2 de septiembre de 2019 en: <https://impactotic.co/innovaciones-tecnologicas-de-los-bancos-en-colombia/>
- Dinero (2011). El valor de la innovación. Dinero. Obtenido el día 2 de septiembre de 2019 en: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/el-valor-innovacion/138131>
- El Espectador. (2019). Banca 4.0, estos son los desafíos que se plantea el presidente de Asobancaria. Obtenido el 2 de septiembre de 2019 en: <https://www.elespectador.com/economia/banca-40-estos-son-los-desafios-que-se-plantea-el-presidente-de-asobancaria-articulo-864517>
- Hammersley M, y Atkinson P. (2001). El diseño de la investigación; problemas, casos y muestras. Etnografía. En: Hammersley M, y Atkinson P. Métodos de investigación. Barcelona: Paidós.
- Intereconomía. (2018). Las 10 fintech más importantes del mundo. Obtenido el 2 de septiembre de 2019 en: <https://intereconomia.com/noticia/empresas/las-10-fintech-mas-importantes-del-mundo-20180420-1158/>
- López, E. (2016) “¿Qué es Fintech?”. En Crowdlending. Encontrado el día 15 de septiembre de 2019 en: <https://www.crowdlending.es/blog/que-es-fintech>
- Sánchez, E. & Castro, B. (2019). Relación con el cliente bancario 4.0. En El País. Obtenido el 2 de septiembre de 2019 en: https://elpais.com/economia/2019/06/17/finanzas_a_las_9/1560781122_287816.html
- Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) Informes, 2018. Obtenido el día 2 de septiembre de 2019 en: <https://www.superfinanciera.gov.co>

METODOLOGÍA EYE TRACKING: EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO VISUAL DEL CONSUMIDOR COMO MEDIO PARA LA ASIGNACIÓN DE LINEALES EN EL SECTOR RETAIL⁵²

Brian Mauricio Márquez Mejía⁵³
Isabel Cristina Rojas Santander⁵⁴
Luisa Fernanda Morales Gómez⁵⁵
Anyela Lorena Quintero Bolaños⁵⁶
Elkin Fabriany Pineda-Henao⁵⁷

⁵² El presente escrito hace parte de uno de los resultados del proyecto “Dinámica del merchandising y packaging en el retail según los patrones del comportamiento visual de los consumidores” del laboratorio y ambiente de formación de neuromarketing y mercadeo “Retail Laboratory” del Centro de Biotecnología Industrial CBI SENA Palmira. Se presentan en este escrito algunos resultados de la revisión bibliográfica.

⁵³ Ingeniero Industrial de la Universidad Central del Valle. Instructor del área de Gestión Administrativa, Empresarial, Comercio y Ventas del Centro de Biotecnología Industrial CBI SENA-Palmira. Investigador del Grupo de Investigación e Innovación en Biotecnología - BITI. Líder del semillero de investigación PSI. Correo: bmarquezm@sena.edu.co.

⁵⁴ Aprendiz del Tecnólogo en Gestión Mercados del Centro de Biotecnología Industrial CBI SENA-Palmira. Semillero de investigación PSI. Correo: icrojas50@misena.edu.co.

⁵⁵ Aprendiz del Tecnólogo en Gestión Empresarial del Centro de Biotecnología Industrial CBI SENA-Palmira. Semillero de investigación PSI. Correo: lformorales384@misena.edu.co.

⁵⁶ Tecnóloga en Gestión Documental. Instructora grado 5 del Centro de Comercio y Servicios SENA Regional Tolima.

⁵⁷ Administrador de Empresas y Magister en Administración de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira. Licenciado en Filosofía y estudiante de Maestría en Filosofía de la Universidad del Valle. Instructor de investigación del área administrativa y comercial SENNOVA del Centro de Biotecnología Industrial CBI SENA-Palmira. Investigador del Grupo de Investigación e Innovación en Biotecnología - BITI, del Grupo de Estudios Neoinstitucionales y del Grupo de investigación Episteme: Filosofía y Ciencia. Correo: efpineda@sena.edu.co, efpinedah@unal.edu.co.

Resumen.

Existen algunas teorías tradicionales en el merchandising que postulan formas en que se puede ordenar los puntos de venta (góndolas y lineales) en empresas del sector retail. Sin embargo, algunas de estas teorías, como la teoría de las zonas calientes y frías de los lineales y el modelo AIDA, suponen planteamientos que no están conformes al comportamiento dinámico de dicho sector y a los cambios, y la complejidad, del comportamiento del consumidor. El objetivo del presente escrito es argumentar que, teóricamente, la metodología Eye tracking permite una mayor comprensión del comportamiento visual del consumidor, con lo que se logran criterios más precisos y rigurosos para ordenar los puntos de venta en las empresas del sector retail. Tal aporte de esta metodología, además, permitiría mejorar y superar algunos planteamientos de estas teorías del merchandising.

Palabras Claves.

Merchandising, Neuromarketing, Neurociencias del consumidor, Modelo AIDA, Venta al por menor.

Abstract.

There are some traditional theories in merchandising that postulate ways in which you can order the points of sale in companies of the retail sector. However, some of these theories - such as the theory of hot and cold areas, and the AIDA model - assume approaches that are not in accordance with the actual dynamic behavior of that sector and the changes, and complexity, of consumer behavior. The purpose of this paper is to argue that, theoretically, the Eye tracking methodology allows a greater understanding of the visual behavior of the consumer, thereby achieving more precise and rigorous criteria for ordering the points of sale in companies in the retail sector. Such contribution of this methodology, in addition, would allow to improve and overcome some approaches to these merchandising theories.

Keywords.

Merchandising, Neuromarketing, Consumer Neurosciences, AIDA Model, Retail.

Introducción.

Tradicionalmente, los especialistas en marketing y anunciantes han utilizado diferentes métodos de publicidad e iniciativas de desarrollo de productos. Esto implica enormes aportes monetarios y una duración de tiempo que nunca llegó al banco de memoria de las personas y a persuadir su toma de decisiones. Las estrategias de neuroimagen y neuromarketing emergen como una alternativa prominente y viable que puede modificar la próxima generación de clientes inteligentes y el mercado de consumo altamente competitivo Solomon (2018, p.1-2)⁵⁸.

Uno de los sub-campos que promete un aporte al empeño científico de la disciplina administrativa es el terreno del neuromarketing. En algunas de las acepciones más rigurosas, los fundamentos del neuromarketing se pueden rastrear en las neurociencias, lo cual da apertura a una gama de metodologías sobre el estudio del cerebro que podrían contribuir en la comprensión del comportamiento de distintos roles humanos en las organizaciones, como lo es el caso del comportamiento del consumidor.

En sincronía con lo anterior, una de las grandes ventajas del neuromarketing, que más seducen al práctico de la administración, es su gran impacto en la aplicación de solución de problemas organizacionales. Algunas metodologías proveen a las organizaciones de métricas que favorecen la predicción, la toma de decisiones y una mayor comprensión de los comportamientos de sus clientes, lo que permite la creación de los mecanismos para alcanzar en ellos una mayor persuasión.

El sector retail es uno de los campos organizacionales con mayor dinamismo y que, para el caso de Colombia, se halla inmerso en retos interesantes por la alta competencia de las empresas que lo conforman. Además, de acuerdo a algunos estudios (Al-Azawi, 2019), es un campo de frontera en el cual emerge un fuerte interés por la aplicación de técnicas de neuromarketing como la metodología Eye tracking, con el fin de comprender el comportamiento visual del consumidor cuando se enfrenta ante una decisión de compra ante una amplia variedad de productos.

Así las cosas, el objetivo del presente escrito es defender teóricamente que la metodología Eye tracking provee criterios que permiten construir soluciones más precisas en el sector retail a la hora de plantear un ordenamiento de las góndolas y los lineales donde se exhiben los productos. Como se argumentará, esta metodología promete una mejora y, en ocasiones, una superación de los alcances de ciertos planteamientos tradicionales que son usadas para esta determinación de las góndolas y los lineales en el merchandising, como lo es la teoría de las zonas frías y cálidas, y los modelos de decisión de compra como AIDA.

Así las cosas, para cumplir el objetivo del texto se propone el siguiente orden temático. Primero, se presenta un breve esbozo de la situación del sector retail en Colombia. Sin embargo, en este primer apartado el punto central es exponer los planteamientos centrales de la teoría de zonas frías y calientes y el modelo AIDA, desde el contexto del merchandising. En segundo lugar, se reconstruyen, de manera general, los fundamentos del neuromarketing desde las neurociencias, como neurociencias del consumidor, a la vez que se hace una crítica de los usos del término en otros contextos de modas administrativas. Finalmente, en el último apartado, se describe la metodología Eye tracking como un tipo de neurociencia del consumidor, resaltando su aporte a la mejora de los planteamientos de la teoría de zonas frías y calientes y el modelo AIDA.

Problemáticas del sector Retail y merchandising.

⁵⁸ Traducción propia.

De acuerdo con el Estudio Económico del Sector Retail (Amézquita & Patiño, 2011), las empresas que trabajan en el comercio al por menor y al por mayor tienen diferentes problemas en el punto de venta. Esto ocurre por una baja visibilidad del producto, quiebres de stock -esto es, cuando el consumidor no encuentra el producto en la góndola-, Material Point-Of-Purchase (en adelante, POP, por sus siglas en inglés) rotos -esto es, cuando los precios de los productos en la góndola no corresponden a los precios de las bases de datos del punto de venta-, entre otros. Esto se ve aumentado cuando los productos se encuentran en diferentes zonas geográficas y la supervisión y ejecución de la estrategia no se llevan a cabo por la falta de información oportuna, su comportamiento es más reactivo, por lo tanto, se ve afectada el beneficio del distribuidor y/o fabricante (Amézquita & Patiño, 2011).

Actualmente, el mercado retail está experimentando cambios que no se preveían. Un estudio de las Supersociedades muestra el top de 10 compañías de acuerdo con sus ventas. La situación actual para esas empresas, entre ellas, Supermercados La 14 que presenta una variación 2017-2016 del -8.91% con ingresos anuales de \$1.499.306.000, comparada con empresas conocidas por los colombianos como el Grupo éxito, que su variación 2017-2016 es del 9.3% y sus ventas ascienden a los \$56.000.000.000, además del incremento de participación de las tiendas hard discount. Ejemplo de esa actividad es el de Tiendas Ara que tiene un crecimiento del 73.30% y ventas de \$1.500.000.000 seguido de D1 que participa con un 45.57% y sus ventas ascienden los \$3.000.000.000. Este tipo de situaciones llevan a que las empresas innoven en sus procesos e implementen nuevas estrategias que les ayuden a mejorar su posición en el mercado (La República, 2017).

Por otro lado, el mayor crecimiento en el retail lo experimentó el canal en la zona de Cundinamarca y Boyacá con un 14,4%, a su vez, el menor crecimiento se dio en la ciudad de Cali con un 1,8% muy por debajo del total en retail para Colombia con un 6,2% del 2009 al 2010. Por otro lado, y según el índice de concentración del mercado Herfindahl-Hirschman (IHH), Almacenes La 14, una empresa vallecaucana, y uno de los hipermercados más grandes de la zona, tiene una participación en las ventas del sector 5,56 IHH estando muy por debajo de empresa antioqueñas, Grupo Empresarial Éxito (GEE) con 35,5 IHH (Promedio 2008 a 2010) (Amézquita & Patiño, 2012).

Esta situación de baja participación de las empresas retail del Valle del Cauca comparado con las demás del país (Amézquita & Patiño, 2011), puede deberse a metodologías tradicionales de administración de las categorías y evaluación del comportamiento del consumidor, estrategias sin supervisión y ejecución por falta de información oportuna por parte de los retails. El efecto que se genera de este síntoma es la baja visibilidad del producto, quiebres de stock, POP o shelves rotos. ¿Qué elementos teóricos pueden retomarse para comprender esta problemática?

Según la American Marketing Association AMA (1987), se entiende por merchandising el “[...] conjunto de técnicas basadas principalmente en la presentación, la rotación y la rentabilidad, comprendiendo un conjunto de acciones llevadas a cabo en el punto de venta, destinadas a aumentar la rentabilidad, colocando el producto en el lugar, durante el tiempo, en la forma, al precio y en la cantidad más conveniente” (AMA, 1987; citado por Iglesias & Gómez, 2014, p. 4). Así pues, desde la misma concepción de merchandising se contempla, por un lado, la rentabilidad como fin de las técnicas empleadas en los puntos de venta, de acuerdo con las condiciones de lugar, tiempo, forma, precio y cantidad más convenientes. En lo que respecta a las empresas de tipo retail, tales asuntos suponen, por un lado, técnicas que responden al comportamiento del consumidor respecto a la fijación a un producto y la decisión de compra. Tales asuntos remiten a (1) los modelos de árboles de decisión de compra, y (2) la teoría de las zonas frías y calientes de las góndolas.

Como supuesto de partida, se ha de tomar como referencia principal la teoría de diferenciación de Levitt, quien fue uno de los pioneros de la diferenciación, publicándose mediante el artículo titulado “Marketing Success Through Differentiation-of Anything”. En dicho artículo postula la condición de que todos los mercados de gran consumo, desde fabricantes hasta distribuidores pueden diferenciar sus productos, no solo desde el ámbito de fabricación, sino que también lo pueden hacer mediante atributos no físicos. Según

(Levitt, 1980), un producto es, en la casi totalidad de las situaciones, una combinación de atributos tangibles e intangibles, como símbolos y asociaciones que denotan estatus, posición, aspiracionalidad, logro o compra inteligente (Levitt, 1980).

En primer lugar, en cuanto al árbol de decisión de compra, el modelo AIDA resulta importante para esta investigación. Este modelo es propuesto por Lewis en el año 1986, basado en (1) la Atención, (2) el Interés, (3) el Deseo y (4) la Acción. Lewis indica que esas son las cuatro fases por las que atraviesa el consumidor desde que el impacto publicitario concibe su atención, causando interés en conocer acerca de él, generando un deseo de compra y finalmente llevando a la Acción (VidalPRO Digital, 2019; Ramírez y Alférez, 2014). Si bien existen otros modelos para el análisis de decisión de compra (Nicosia, 1966), el modelo AIDA es una propuesta susceptible para corroborar o falsar por medio de la investigación empírica aplicada de Eye tracking.

En segundo lugar, en cuanto a la teoría de las zonas calientes y zonas frías, existe un conjunto de consideraciones a tener en cuenta. De acuerdo con la definición de las zonas en el lineal del punto de venta según Ricardo Palomares en el 2005, sugiere que “La zona más caliente, y teóricamente la más vendedora, será siempre aquella donde se dirijan la mayoría de las miradas de los espectadores, por ello, viendo el escaparate de frente, tendremos que la zona caliente está a la altura de la horizontal de los ojos, a $\pm 1,40/1,70$ metros. Esta zona imaginaria la dividimos en dos partes de aproximadamente 0,80 m. cada una, sabiendo que la mirada del observador se centrará en ese espacio horizontal, principalmente” (Palomares, 2005, p. 12). De igual forma, existe otra definición para los conceptos “zona fría” y “zona caliente”. Iglesias & Gómez (2014; citando a Parada, 2005), señalan que una zona caliente, está entre la altura de las rodillas a la altura de la mirada del cliente. Los productos ubicados en esta zona pueden ser más fácilmente alcanzados por el cliente. Una zona fría, está por debajo de la altura de las rodillas del cliente y por encima de la mirada, en este punto, se hace difícil para el consumidor, percibir la existencia de cualquier artículo, porque se ve en la necesidad de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar un producto.

De acuerdo con estas definiciones, pareciera que las zonas en cuestión están predeterminadas teóricamente, no son dinámicas sino fijas o estáticas. Tal planteamiento, similar que el caso anterior, es susceptible de ser mejorado por medio de la investigación empírica de la metodología Eye tracking. Sin embargo, de entrada, se advierte la posibilidad teórica de que tales zonas no sean fijas ni estáticas, sino dinámicas, incluso desde los mismos planteamientos de Levitt (1980) descritos anteriormente. En todo caso, tales zonas dependerían del comportamiento visual del consumidor.

Dado que el centro del estudio gira en torno a la metodología Eye tracking, es menester contextualizar brevemente su fundamentación desde el neuromarketing. La definición que Braidot brinda en el 2009 sobre Neuromarketing indica que “es una disciplina de avanzada, que investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y toma de decisiones de la persona en los campos de acción del marketing tradicional” (Braidot, 2009). Existen varias líneas de investigación que estudian el proceso complejo de la visión humana por medio del seguimiento del movimiento de los ojos. En uno de estos estudios se encontró que “mediante un análisis de tiempos y movimientos, el software desarrollado permite calcular los algoritmos diseñados en un tiempo 120 veces menor al que se necesitaría para realizar su cálculo manual... por medio de la efectividad del área de interés, el cual busca encontrar la relación entre el tiempo de visualización de determinada área de interés y el espacio que esta área de interés ocupa respecto al total de la pieza publicitaria” (Arbulú, 2013). La metodología Eye tracking propone una forma de estudiar el comportamiento visual del consumidor con métricas que se asocian al comportamiento inconsciente del consumidor, en donde dicho comportamiento deviene de actividades cerebrales (efectos externos de procesos internos).

Neuromarketing y neurociencias.

A pesar de que algunos autores se han encargado de darle una connotación de moda administrativa a todo lo relacionado con *neuromarketing* (Álvarez, 2010), la investigación en esta subárea de la disciplina administrativa goza de bases científicas muy interesantes, que devienen usualmente del terreno de las

neurociencias (Ramsøy, 2019). Así las cosas, en este apartado se reconstruye brevemente algunas de estas bases, haciendo énfasis en lo que retoma el neuromarketing de las neurociencias para realizar investigación de mercado, con el fin de ubicar la metodología Eye tracking dentro de los tipos de investigación recientes de neuromarketing, que será desarrollada con mayor amplitud en el capítulo siguiente⁵⁹.

De acuerdo con (UPB, S.F., parafraseando a Rocha-Miranda, 2001), las neurociencias hacen parte de los recientes adelantos de las ciencias biomédicas, que comprenden la integración de los aportes de disciplinas diversas de las ciencias clínicas, y las ciencias en general, que permitan una comprensión de cómo funciona el sistema nervioso humano. De acuerdo a esto, podría interpretarse que estas ciencias remiten a un campo de investigación multidisciplinar (de ciencias tanto básicas como aplicadas) cuyo objeto central es el Sistema Nervioso, que va desde la investigación sobre el funcionamiento neuronal hasta lo que respecta al comportamiento (en lo cual se incluye la comprensión de los diferentes desórdenes mentales y anomalías neurobiológicas) (UPB, S.F.).

Así las cosas, el objetivo central de las neurociencias sería el de [...] entender cómo el encéfalo produce la marcada individualidad de la acción humana. Es aportar explicaciones de la conducta en términos de actividades del encéfalo, explicar cómo actúan millones de células nerviosas individuales en el encéfalo para producir la conducta y cómo, a su vez, estas células están influidas por el medio ambiente, incluyendo la conducta de otros individuos” (UPB, S.F., p. 1; parafraseando a Kandell, Schwartz & Jessell, 1997).

Lo anterior supone, entonces, que se comprenda explicativamente la acción y el comportamiento humano a partir de las actividades del cerebro, sin omitir aspectos tan diversos como el contexto externo del cerebro⁶⁰ (como la interacción con otros individuos con encéfalo) y las complejas interacciones internas del mismo. Así pues, se asume el estudio de asuntos tan problemáticos como las emociones y la consciencia, con ayuda del amplio desarrollo conceptual de otras disciplinas (UPB, S.F., parafraseando a Rocha-Miranda, 2001).

Estudiar el comportamiento humano desde esta perspectiva supone, desde luego, asumir que el comportamiento humano deviene, importantemente, del cerebro, y la comprensión del comportamiento humano depende, por tanto, de la evidencia empírica que de éste (el cerebro) puede recopilarse (lo cual no era muy reconocido en siglos anteriores) (Kandell et al., 1997). Así las cosas, el comportamiento del consumidor se subsume como un objeto de estudio dentro de las aplicaciones de este amplio campo de estudio, abordado justamente por el neuromarketing.

Antes de clarificar el uso de la noción de neuromarketing en el presente escrito, es menester plantear algunas confusiones conceptuales importantes. Por un lado, de acuerdo con Ramsøy (2019), el uso más acertado para referirse a la investigación científica que indaga sobre el comportamiento del consumidor (o, puntualmente, sobre las “elecciones de consumo”) es la noción de *neurociencia del consumidor*. Y, en consecuencia, para este autor el uso de la noción de neuromarketing apuntaría, más bien, al “[...] uso comercial de herramientas y conocimientos de neurociencia” en las organizaciones empresariales (Ramsøy, 2019, p. 4). Sin embargo, este mismo autor apunta que tal distinción conceptual no ha resultado fructífera, puesto que algunas empresas empezaron a usar la primera noción, la de neurociencia del consumidor, para referirse a “describir sus soluciones comerciales” basadas en herramientas de neuromarketing, “confundiéndose así la intención original con la distinción terminológica” (Ramsøy, 2019, p. 4).

Por otro lado, complejizando más la problemática conceptual, hay quienes afirman que el neuromarketing tiene un fin no tanto investigativo sino más bien netamente comercial e instrumental, a modo de estrategia

⁵⁹ No se hace, por tanto, un recuento exhaustivo de las neurociencias, pues ello sería propio de otro trabajo diferente, sino simplemente de los elementos conceptuales básicos para comprender su vínculo con el neuromarketing.

⁶⁰ Si bien es cierto que la noción de encéfalo y cerebro no son sinónimas en sentido estricto, para la comprensión del presente documento se usarán como tales.

publicitaria o de mercadeo que realizan las empresas con el fin de “estimular positivamente los sentidos y las emociones de las personas, con el objetivo de crear una acción irracional en la decisión de compra de los individuos” (Castrillón, Ramírez y Zapata, 2017, p. 69). Si bien esta definición apoya parcialmente el uso instrumental aludido por Ramsøy (2019), lo desvincula parcialmente también de las neurociencias, en tanto que no parece ser estrictamente necesaria la investigación científica de las neurociencias para la estimulación de los sentidos y las emociones para la decisión de compra. Justamente por ese sentido no científico que algunos autores le adjudican al neuromarketing es que se gesta espacio para modas administrativas en donde el prefijo “neuro” adquiere un talante pseudocientífico y se hace uso de éste de forma indiscriminada para una gran cantidad de estrategias de mercado (Álvarez, 2010).

Así las cosas, el uso que se le hace a la noción de neuromarketing en el presente escrito se acerca más al de “neurociencia del consumidor” aludido por Ramsøy (2019), a la vez que se rechaza la extensión indiscriminada que se hace tanto con los prefijos “neuro” como con la inclusión de cualquier tipo de herramienta pseudocientífica. Por un lado, se admite que, en efecto, existe una dimensión netamente instrumental del neuromarketing, con el fin de ser usada en las organizaciones para sus fines comerciales. Pero, por el otro, se asume que justamente esta dimensión instrumental depende de la investigación científica de neuromarketing (de neurociencia del consumidor, basado en las neurociencias), la otra dimensión del neuromarketing. Por así decirlo, en un sentido fuerte y más acucioso, existe tanto herramientas tecnológicas de neuromarketing como investigación en neuromarketing, ambas conectadas con las neurociencias.

Además del origen más académico (e históricamente más honesto) del prefijo *neuro* desde las neurociencias, la razón por la cual se hace esta defensa del uso del neuromarketing vinculado con las neurociencias tiene que ver con la ventaja que se gesta desde estas últimas. Desde la investigación en neuromarketing basada en las neurociencias es posible obtener resultados cuantitativos sobre el comportamiento del consumidor por medio de métricas, susceptibles a un tratamiento predictivo, a partir de distintas herramientas. Y, a partir de estos resultados, pueden gestarse soluciones a problemas prácticos de las organizaciones empresariales, con mayor fiabilidad y seguimiento.

Las investigaciones en neuromarketing, entonces, retoman diversas herramientas de investigación de las neurociencias, apuntando fundamentalmente al estudio del comportamiento del consumidor, a través de las respuestas “[...] sensoriomotora[s], cognitiva[s] y afectiva[s] de los consumidores a los estímulos de marketing” (Solomon, 2018, p. 1). Algunas metodologías de investigación en este campo consideran información del comportamiento humano a partir de reflejos externos del cerebro (Solomon, 2018). Puntualmente, de acuerdo con Solomon (2018), algunos de estos tipos de investigaciones vigentes en neuromarketing son los referidos al (i) Lenguaje corporal o Body Language, (ii) el Diseño empático o Empathic Design, (iii) la Codificación Facial o Facial Coding y (iv) el Seguimiento o registro visual/ocular o Eye Tracking. Algunos de estos tipos de investigación utilizan neuro-sensores, Imagen por resonancia magnética funcional (fMRI, por sus siglas en inglés), Magnetoencefalografía (MEG, por sus siglas en inglés), entre otros.

De los anteriores tipos de investigación en neuromarketing, la metodología Eye tracking proporciona elementos valiosos para su aplicación en el estudio del comportamiento del consumidor, especialmente en el merchandising visual del sector Retail. En el apartado siguiente se ahondará sobre esta metodología.

Eye tracking: comportamiento visual y designación de lineales.

De acuerdo con Solomon (2018), la metodología Eye tracking tiene como propósito “identificar el área de enfoque principal de la atención visual del consumidor, la respuesta a las señales visuales, la capacidad de atención, los patrones de la mirada y los ajustes de la pupila” (Solomon, 2018, p. 4). Esta metodología “revela información sobre el reflejo cerebral subconsciente al estímulo y la actividad” de forma “[...] altamente confiable” (Solomon, 2018, p. 4).

Usualmente esta metodología se ha aplicado para la construcción de portales web, comerciales y venta de productos virtuales, permitiendo detectar aspectos muy detallados respecto a dónde fija la atención los usuarios o consumidores, así como también sus preferencias, al punto de lograr la determinación de secuencias de elección (Solomon, 2018). Esta metodología, si bien cuenta con la desventaja de que no asocia las emociones con las diferentes partes del cerebro, tiene como ventajas que la tecnología por la cual se realizan este tipo de investigaciones es fácilmente portable, además de que revela información del comportamiento del consumidor como respuesta o reflejo externo de los procesos cerebrales (Solomon, 2018).

Entre la información que se puede sustraer de esta metodología está: a) el tiempo que dedica el consumidor a enfocar su mirada a un producto; b) el producto enfocado a partir de mapas de calor; c) el tipo de frecuencia de observación, etc. (Solomon, 2018). Así pues, esta metodología es una de las más relevantes a la hora de querer comprender no sólo el comportamiento visual del consumidor sino también sus preferencias (Al-Azawi, 2019).

En cuanto a los Eye trackers o los dispositivos (gafas) para el rastreo ocular, estos pueden: [...] registrar el movimiento ocular y extraer información de este movimiento. Esto incluye las coordenadas del punto de mirada (x e y), el tiempo de intervalo, la fijación, los vistazos y las rutas de exploración. Algunos rastreadores de ojos proporcionan información sobre el tamaño de la pupila y el parpadeo de los ojos, que puede utilizarse en la atención humana y la identificación de intereses. Por ejemplo, cuanto más tiempo pasa el humano mirando un punto (tiempo de observación), más importante es ese punto para el usuario. Lo mismo es aplicable al tamaño de la pupila, el número de puntos de mirada en un punto de fijación, cuantas más fijaciones en una región de interés, más importante es la región. Por el contrario, la gran cantidad de sacadas indica que la región no es importante o no es de interés para el usuario (Al-Azawi, 2019)⁶¹.

De acuerdo con lo anterior, las gafas Eye tracker (ver Ilustración 1) analiza el comportamiento del ojo humano para generar, desde sus alteraciones y respuestas, ciertas métricas que se usan para asumir el interés del consumidor frente a un conjunto de productos dado. Esta información no sólo se puede comparar con teorías sobre la atención sino también con teorías sobre la decisión de compra de los consumidores.



Ilustración 10 Eye trackers. Fuente: elaboración propia.

Así pues, el Eye tracking, o seguimiento de la mirada, es una metodología que permite inferir las intenciones, habilidades y procesos cognitivos de los individuos a partir del seguimiento de los movimientos inconscientes de la mirada mientras se realizan tareas complejas (TOBII, 2019). En el presente trabajo se plantea que la implementación de la metodología de Eye tracking en el sector retail o

⁶¹ Traducción propia.

de venta al por menor puede solucionar de una manera más precisa los problemas de determinación de lineales relacionados con las teorías de zonas frías y cálidas y el árbol de decisión compra del modelo AIDA.

La metodología Eye Tracking permite el aumento de valor en el punto de venta, debido a que este tipo de tecnología brinda información detallada en el lineal a los que está direccionando la atención el cliente, además de las zonas en el lineal que están pasando por desapercibidos en el punto de estudio. La tecnología brinda respuestas de forma gráfica representada en mapas de calor, gráficas de seguimiento que indica cuál es el orden de exploración visual y los Indicadores Clave de Desempeño KPI (que por sus siglas en inglés significan Key Performance Indicator), específicamente (a) el número de fijaciones de la mirada, (b) el porcentaje de tiempo exploración (share of time, %) y (c) el detalle del tiempo que tardó la exploración en cada zona donde está centrando la mirada.

Como puede observarse en la Ilustración 2, los datos extraídos de las Eye tracker pueden sectorizar las áreas de mayor y mejor atención de los consumidores, ya sea en el caso de las góndolas y lineales, o para el caso de los productos. De acuerdo con los criterios que se establezcan, este indicador puede sugerir, junto con los mapas de calor, las zonas que teóricamente se denominan zonas calientes y zonas frías.



Ilustración 11 Indicador de zonas de interés. Metodología Eye tracking. Fuente: elaboración propia.

Por su parte, los indicadores de Mapas de calor sugieren las zonas donde los consumidores indican mayor o menor interés, de acuerdo con el tiempo de fijación y profundidad de la mirada, su trayectoria y la cantidad de veces que vio dichas zonas. Este indicador puede aplicarse tanto en las góndolas como en los productos. Un ejemplo de lo anterior puede observarse en la Ilustración 3.



Ilustración 12 Indicador de Mapas de calor. Metodología Eye tracking. Fuente: elaboración propia.

Otro de los indicadores es la Trayectoria visual. Este indicador muestra, visualmente, un orden numérico y de fijación, de acuerdo con la trayectoria de la mirada. De esta manera, gráficamente se podrá observar el recorrido total de la mirada, señalando los puntos en los que la mirada realizó pausas, de 1 a n , y se demoró una cantidad determinada de tiempo. Lo anterior puede observarse en la Ilustración 4.



Ilustración 13 Indicador de Trayectoria visual. Metodología Eye Tracking. Fuente: elaboración propia.

Finalmente, esta metodología no sólo genera datos gráficos. De acuerdo a cada indicador, los Eye tracker generan métricas con datos susceptibles al cálculo y análisis estadístico, como puede verse en la Ilustración 5. Así, los indicadores, según su naturaleza, podrán mostrar datos y unidades de medida precisas de la cantidad de fijaciones, el tiempo de fijación (desde segundos y milisegundos), orden en la trayectoria de mirada, etc.

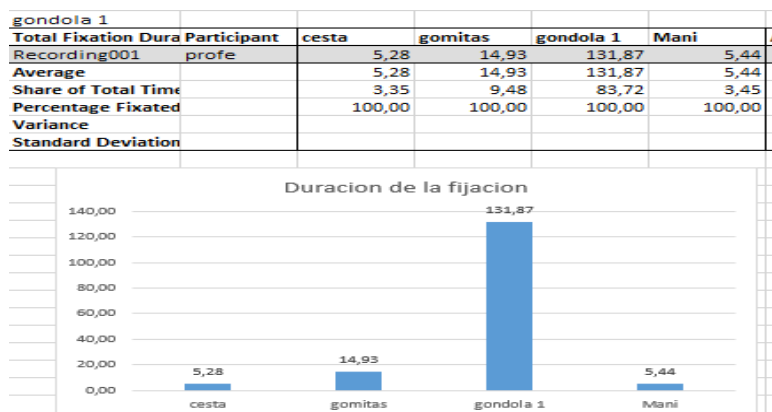


Ilustración 14 Ejemplificación de análisis de datos. Metodología Eye tracking. Fuente: elaboración propia.

Si se obtiene en una experimentación los datos de las fijaciones de los participantes -como sucede en el trabajo de Al-Azawi (2019)- se puede comparar la rentabilidad en el lineal para los diferentes perfiles demográficos. Al cliente se le puede plantear la tarea de realizar la compra en un espacio de retail simulado, con dispositivos de Eye tracker y dársele la libertad de comprar. Una vez realizada la tarea se podría corroborar percepciones del consumidor con ayuda de herramientas metodológicas adicionales (como la encuesta o la entrevista), lo cual ayudaría un poco a solventar las desventajas señaladas líneas arriba. Pero ¿cómo esta metodología puede resolver asuntos puntuales de la determinación de las góndolas y los lineales?

Por un lado, se sabe que existen formas tradicionales de calcular la rentabilidad en los puntos de venta (Palomares, 2005). De acuerdo con Cruz (2016), la rentabilidad del lineal que, teóricamente, está dada por la división entre beneficio bruto (BB) y el lineal total de desarrollo (LD), genera una métrica: el valor del lineal por centímetro de cada producto (Y). Así pues, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente de la metodología Eye tracking, esta rentabilidad del lineal Y, respecto a la métrica KPI share of time (%) X, daría respuesta al *cálculo de la rentabilidad del lineal a un nivel más profundo y predictivo*. Es decir que, al menos teóricamente, se plantea la posibilidad de un cálculo de la rentabilidad del lineal por cada consumidor.

Por otro lado, se puede realizar una observación a los planteamientos de Ricardo Palomares Borja (2005). Como se mencionó, en el merchandising se habla de los conceptos de “zona fría” y “zona caliente”, que son las zonas donde se supone un mayor y menor tráfico de atención del consumidor, respectivamente, dentro de un espacio comercial (Palomares, 2005). Al respecto, este autor sugiere que tales zonas se encuentran *demarcadas en un espacio predeterminado*, en general para todos los formatos comerciales. Sin embargo, dadas las consideraciones expuestas anteriormente, según los resultados posibles de la metodología Eye Tracking, si bien se coincide con dicho planteamiento en términos de *la existencia de zonas frías y calientes*, se *discreparía en que tales zonas sean necesariamente fijas y demarcadas*. La “zona caliente”, por ejemplo, tiene mayores fijaciones, pero no está enmarcada en un espacio predeterminado y no aplica en general para todas las categorías del punto de venta. Los mapas de calor, en este caso (que se asocian con las métricas relativas a las fijaciones y focalización de la mirada) serían uno de los criterios para determinar tales zonas calientes, presentando formas muy heterogéneas dependiendo del tipo de producto, entre otros elementos.

De esta manera, las zonas calientes estarían asociadas a los focos de fijación de la mirada y los mapas de calor generados por los Eye tracker, como criterio para denotar zonas de mayor interés. Las zonas frías, por su parte, podrían determinarse bajo el mismo criterio, considerando en negativo las zonas con menos fijaciones de mirada y en donde hay poca actividad de los mapas de calor. Esto permitiría no sólo un conocimiento más preciso de tales zonas dependiendo de las diferencias entre consumidores, sino que,

además, abre la posibilidad de que se puedan establecer, de forma predictiva, determinaciones de lineales y ordenamientos de las góndolas, basados en una metodología que puede responder a los cambios del consumidor.

Por otro lado, en lo que respecta al modelo AIDA y los demás modelos de decisión de compra, la metodología Eye tracking también se presenta como un elemento para precisar con mayor agudeza estos modelos. De acuerdo con las rutas de escaneo de la mirada que se pueda obtener por las Eye tracker, se puede determinar aspectos relativos a la secuencia asociada al árbol de decisión de compra. Así pues, dado un experimento hipotético, se podría comprobar o falsar si el consumidor siguió la ruta de “Atención-Interés-Deseo-Acción” del modelo AIDA, a partir de las métricas de las Eye tracker. Sin embargo, para que de las métricas de las Eye tracker se pueda inferir una ruta como la del modelo AIDA, sería necesario combinar la metodología Eye tracking con otras herramientas investigativas que develen datos cualitativos del consumidor, desde su percepción.

Conclusiones.

Como se planteó al inicio del texto, el objetivo perseguido fue el de argumentar teóricamente cómo la metodología Eye tracking presenta criterios con mayor rigor para solucionar algunas dificultades asociadas al sector retail, como lo es la determinación de los lineales y las góndolas. Tal determinación está asociada a ciertas teorías del merchandising que plantean la existencia de zonas de mayor y menor interés para el consumidor, así como también se plantean teorías sobre la secuencia de decisión de compra.

Respecto a lo anterior, se fundamentó la metodología Eye tracking desde bases fundadas en las neurociencias y el neuromarketing, desde la perspectiva de las *neurociencias del consumidor*. Además, se identificó esta metodología dentro de las diversas alternativas metodológicas para estudiar el comportamiento del consumidor que, para el caso de la metodología Eye tracking refiere al comportamiento visual.

Respecto a la teoría de zonas frías y calientes que se usa para la determinación de los lineales, la metodología Eye tracking propone teóricamente una mayor precisión, pues, si bien es cierto que tales zonas existirían, estas no serían fijas sino dinámicas respecto al tipo de producto (lo cual incluye sus características), el tipo de consumidor, entre otras variables. También, desde la misma perspectiva, se podría usar dicho criterio para establecer cálculos de la rentabilidad de los lineales, asociado ello a las métricas de proporciona las Eye tracker.

Finalmente, respecto a los modelos referidos a los árboles de decisión de compra como el modelo AIDA, la metodología Eye tracking es una fuente importante de métricas que permitiría corroborar o falsar las secuencias en las que se presenta el árbol de decisión de compra. Esto, sin embargo, debería suponer la ayuda de metodologías de investigación alternativas que indaguen sobre asuntos perceptuales o cualitativos del consumidor.

Referencias.

- Al - Azawai, M. (2019). The Application of Eye-Tracking in Consumer Behaviour. *International Journal of Engineering & Technology*, 8 (1.12), 83-86.
- AMA. (1987). American Marketing Association. Obtenido de <https://www.ama.org/>
- Alvarez, C. (2010). La neurociencia como fuente de las actuales modas administrativas: Neuromanagement, Neuromarketing, Coaching y PNL. Tesis de maestría. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales.
- Amézquita, L., Patiño, Y. (2011). Estudio económico del sector retail en Colombia. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Obtenido el 6 de septiembre de 2019:

- http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudio%20economico%20Retail.pdf
- Amézquita, L., Patiño, Y. (2012). Estudio económico del sector Retail en Colombia (2010-2012). SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Obtenido el 6 de septiembre de 2019: http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Retail2012.pdf
- Arbulú, M. (2 de diciembre de 2013). Potenciando el alcance del análisis publicitario con la técnica de eye tracking: desarrollo de un software para la evaluación del impacto publicitario. Obtenido el 10 de septiembre de 2019: http://redmarka.net/ra/usr/39/1498/redmarka_n11_pp125_136.pdf
- Braidot, N. (2009). Néstor Braidot. Obtenido el 10 de septiembre de 2019: <https://braidot.com/tag/neuromarketing>
- Castrillón, K., Ramírez, S., Zapata, A. (2017). Aproximación al estudio de la racionalidad y las emociones: una reflexión sobre la influencia del neuromarketing en la inteligencia emocional. *Revista Ensayos*, (10), 61–74.
- Cruz, A. (2016). Políticas de marketing. España: RA-MA Editorial.
- Emić, A., Čabro, S., Emić, D. (2019). Artificial Intelligence and Neuromarketing. Conference Paper, 1-12
- Iglesias, A., Gómez, J. (2014). Merchandising: evolución reciente y tendencias futuras en el sector del gran consumo. Madrid: Universidad Pontificia Comillas ICAI – ICAD
- Kandell, E. (1997). Neurociencia y conducta. Madrid: Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2007). Versión para Latinoamérica. México: Prentice Hall.
- La República. (2017). Las ventas de D1, Ara y Justo & Bueno son 6,5% del retail. La república. Obtenido el 19 de septiembre de 2019: <https://www.larepublica.co/especiales/las-empresas-mas-grandes-de-2017/los-53-billones-que-vendieron-d1-ara-y-justo-bueno-son-65-del-retail-2731829>
- Levitt, T. (1980). Marketing Success Through Differentiation-of Anything. En *Harvard Business Review*. Obtenido el 10 de septiembre de 2019: <https://hbr.org/1980/01/marketing-success-through-differentiation-of-anything>
- Nebreda, L. (1991). Los modelos microanalíticos del comportamiento del comprador como herramientas para la estrategia comercial de la empresa. In *Anales de estudios económicos y empresariales*, (6), 97-122.
- Nicosia, F. M. (1966) *Consumer Decision Process*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Palomares, R. (2005). Teoría, Marketing y Estrategia. Gestión 2000.
- Ramírez, C., Alférez, L. (2014). Modelo conceptual para determinar el impacto del merchandising visual en la toma de decisiones de compra en el punto de venta. *Pensamiento y gestión*, (36), 1-27.
- Ramsøy, T. (2019). A Foundation for Consumer Neuroscience and Neuromarketing. *Journal of Advertising Research* (working paper), 1-32.
- Solomon, P. (2018). Neuromarketing: Applications, Challenges and Promises. *Biomed J Sci & Tech Res*, 12 (2), 1-11.
- TOBII. (2019). TOBII Pro. Obtenido el 10 de septiembre de 2019: <https://www.tobiipro.com/fields-of-use/marketing-consumer-research/>
- UPB. (S.F.). Neurociencias. Universidad Pública Bolivariana. Obtenido el 21 de septiembre de 2019: <http://www.upbbga.edu.co/filesupb/NEUROCIENCIAS.pdf>
- VidalPRO Digital. (2019). El Modelo AIDA en el Marketing Digital. Obtenido el 11 de septiembre de 2019: <https://vidalpro.mx/marketing/modelo-aida/>

LA INNOVACIÓN EN COLOMBIA 4.0: UN RETO DE OCHO ESTRATEGIAS, PARA LOS EMPRESARIOS(AS) DEL SIGLO

XXI

Sebastián Córdoba⁶²

José R García⁶³

Hasbleidy Molina⁶⁴

María C Mora⁶⁵

Luis A Santamaría⁶⁶

Karen L. Fuentes León⁶⁷

María F Valero⁶⁸

Fernando Alonso Ojeda⁶⁹

⁶² Estudiante de Administración de empresas e la Universidad Piloto, integrante del Semillero Grupo Élite. Correo: sebastian-cordoba@upc.edu.co

⁶³ Estudiante de Administración de empresas e la Universidad Piloto, integrante del Semillero Grupo Élite. Correo: jose-garcia6@upc.edu.co

⁶⁴ Estudiante de Administración de empresas e la Universidad Piloto, integrante del Semillero Grupo Élite. Correo: hasbleidy-molina@upc.edu.co

⁶⁵ Estudiante de Administración de empresas e la Universidad Piloto, integrante del Semillero Grupo Élite. Correo: maria-mora8@upc.edu.co

⁶⁶ Estudiante de Administración de empresas e la Universidad Piloto, integrante del Semillero Grupo Élite. Correo: luis-santamaria@upc.edu.co

⁶⁷ Estudiante de Administración de empresas e la Universidad Piloto, integrante del Semillero Grupo Élite. Correo: karen-fuentes@upc.edu.co

⁶⁸ Estudiante de Administración de empresas e la Universidad Piloto, integrante del Semillero Grupo Élite. Correo: maria-valero@upc.edu.co

⁶⁹ Docente de la Universidad Piloto. Líder del Semillero Grupo Élite. Correo: fernando-ojeda@unipiloto.edu.co

Resumen.

El semillero y sus integrantes, vienen en este 2019 adelantando un estudio que permita en primera instancia, diagnosticar el estado que en materia de Innovación tiene hoy Colombia. Para ello han utilizado la herramienta denominada como “El Diamante de la Innovación”, que permite, a través de ocho puntos, diagnosticar y plantear estrategias en materia de Innovación para un país. Este estudio, permitirá contar con una “hoja de ruta”, en la materia, y priorizar las ocho estrategias a seguir para Colombia, durante los próximos años.

El documento busca abordar las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los paradigmas en materia de Innovación por seguir a nivel mundial HOY?

¿Qué prioridades en materia de Estrategia asociada DEBEMOS implementar, en nuestro país?

¿Cuáles son nuestras MAYORES DEBILIDADES, en materia de innovación, que se presentan en nuestro país hoy?

Palabras Claves.

Innovación, Competitividad, Ingeniería, Propiedad Intelectual, Corrupción.

Abstract.

The Research seedbed and its members, are coming in 2019, carrying out a study that allows, in the first instance, to diagnose the state of Colombia in terms of innovation. For this they have used the tool called "the Diamond of Innovation", which allows, through eight points, to diagnose and propose strategies in the area of innovation for a country. This study will allow us to have a “road map” on the subject, and prioritize the strategies to be followed over the next few years.

The Presentation, answer the following questions:

What are the innovation paradigms to follow, worldwide today?

What priorities, in relation to the associated strategy, must we implement in our country?

What are our weaknesses, in terms of Innovation, that are presented in our country, today?

Keywords.

Innovation, Competitiveness, Engineering, Intellectual Property, Corruption.

Introducción.

El presente documento, es un avance del estudio desarrollado por el Semillero denominado “Grupo Élite” del Programa de Administración de Empresas, de la Universidad Piloto de Colombia, que tiene como principal objetivo, plantear, ocho estrategias en materia de Innovación, como prioridad para la Colombia 4.0. En el proceso los estudiantes, aprendieron a conocer y hacer uso de la herramienta denominada como el “Diamante de la Innovación”, que les permitió no solo establecer un diagnóstico del *Status quo* en materia de Innovación del país, sino de conocer de primera mano que “buenas prácticas” que en la materia se están desarrollando en el mundo. Por otro lado, sus informes, seis avances básicos, el trabajar en la búsqueda de base de datos, interpretarlos, elegir las fuentes, y plantear mínimo una estrategia prioritaria en la materia para Colombia, les ha dado la oportunidad de avanzar y trabajar las competencias asociadas a la Investigación.

El texto en su primera parte, presenta algunos antecedentes del proceso que ha llevado a su elaboración y muestra una génesis que permite entender el uso y la construcción del Diamante de la Innovación. A partir, de ahí, cada uno de los estudiantes, muestra algunos de los avances a manera de reflexiones, de su estudio, por cada uno de los puntos del Diamante, que les fue asignado desde el comienzo de la investigación. Durante la ponencia, algunos de estos se ampliarán y al final cada uno(a) de los investigadores, planteará y justificará su estrategia en materia de Innovación, que desea plantearle al país a través de su ponencia.

Fruto de este trabajo, la acumulación de información, la construcción de un saber por el estudio realizado desde cada punto del Diamante, les permitirá a los(as) estudiantes, a partir del próximo año, construir su trabajo de investigación que les valdrá como proyecto de grado.

Origen y génesis del Diamante de la Innovación.

Se hará una presentación de la herramienta denominada como el *Diamante de la Innovación*, corresponde al resultado de la investigación que ha hecho el Tutor del Semillero, Profesor Fernando Alonso Ojeda.

El Diamante encuentra antecedentes en dos fuentes básicas. La primera, surge a partir de una trazabilidad epistemológica frente a la Innovación, abordando autores que han aportado de manera significativa en el tema, desde sus áreas, como la economía, sociología, tecnología, etc. Se encontró cómo culturas milenarias, han logrado tener en la Innovación, uno de sus vértices en el campo educativo y empresarial, hasta hoy. En tal sentido, se estudian los aportes básicos desde los Sumerios, pasando por la antigua China, referente mundial, desde entonces hasta hoy en la materia.

Desde el campo de la Economía, se observaron los aportes desde la Europa del siglo XIX, con enfoques como el de Adam Smith, John Rae, David Ricardo entre otros. En el campo de la Sociología, se observó una relación indivisible entre la sociedad y la Innovación en aportes de Emile Durkheim, Vilfredo Pareto, Jean Gabriel Tarde y desde la Rusia Zarista, con analistas como Aleksandre Isráil, Nicolai Dmitriyevich, etc.

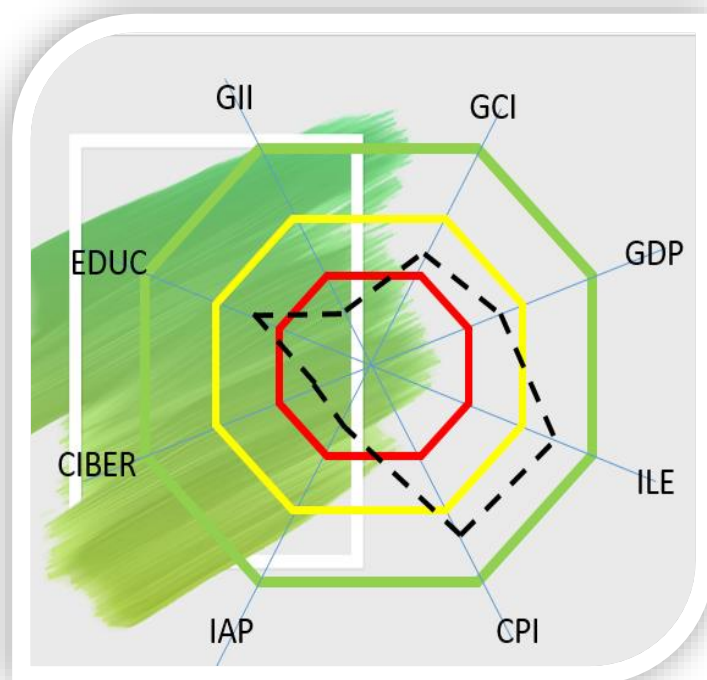
A partir de un enfoque que reconoce la estrecha relación entre educación y empresa, se encontró como la academia se convierte desde los años cincuenta del siglo pasado, en fuente inagotable de ideas y proyectos, que tienen en la Innovación como su dinámica determinante hasta hoy. Se encontraron los aportes de Profesores como Frederick Emmos de la Universidad de Stanford, el despegue de las Spin off, Startup, como proyectos de grado basados en esta fuente aplicada a la empresa, espacios como el Science park de Cambridge, los Clústers tecnológicos, etc. Finalmente, los aportes generados por pensadores y futuristas como Drucker, Toffler, Mintzberg, Christensen.

La segunda fuente se nutre, a partir de los modelos de empresa, política pública y educación del sudeste asiático desde lo estudiado en los ocho libros que hacen parte de la Colección de las “Firmas Asiáticas”. A partir de esta fuente, se analizaron los siguientes países: la República de Taiwán, Japón, R.P. China, Singapur, Vietnam y Surcorea.

Estos países cuentan con el reconocimiento como referentes globales en el tema, desde hace unas décadas hasta hoy. Las variables que se tuvieron en cuenta para estos modelos, que soportan la Innovación como fuente de crecimiento y avance continuo en el desarrollo fueron: el paso de sistemas de Gobiernos desde Dinastías-Feudalismo, hasta la llegada de sistemas Presidenciales o como se les conoce “Presidencialismo”, llegada del capitalismo, Reformas Constitucionales, Sectores Productivos líderes, Espacios geográficos con aportes especializados en Innovación, Zonas de Producción Especializadas, Empresas- Marcas líderes Globales, Recurso Humano, Instituciones asociadas a la Empresa e Innovación.

Gracias a estas dos fuentes, surgen ocho puntos o referentes que permiten establecer la base del Diamante de la Innovación, que nos permiten diagnosticar el estado de la misma desde referentes globales, para luego revisar el estado en la materia de un país, ciudad, sector económico, terminando con el planteamiento de estrategias para minimizar el “GAP de la Innovación” y minimizar el mismo frente a lo obtenido por nuestros referentes globales. Cada punto, cuenta con sus indicadores que permiten hacerles trazabilidad, y medir, comparar, a partir de la herramienta, la “Telaraña de la Innovación” y establecer “El GAP de la Innovación” ya mencionado. En esta estructura, se observa el nivel de prioridad en la materia, si el país se encuentra en nivel ALTO (color Verde), es un referente global en la gestión estratégica asociada a la Innovación, si está a nivel MEDIO (color Amarillo), tiene objetivos-metas por desarrollar, desde los logrado a nivel ALTO, si está a nivel BAJO (color Rojo), debe retomar la Innovación como prioridad en materia de política pública, en aquellos puntos donde así se le visualiza, al país, ciudad, sector económico. Ver Gráfico No 1 “La Telaraña de la Innovación”.

Gráfico No 1. La Telaraña de la Innovación



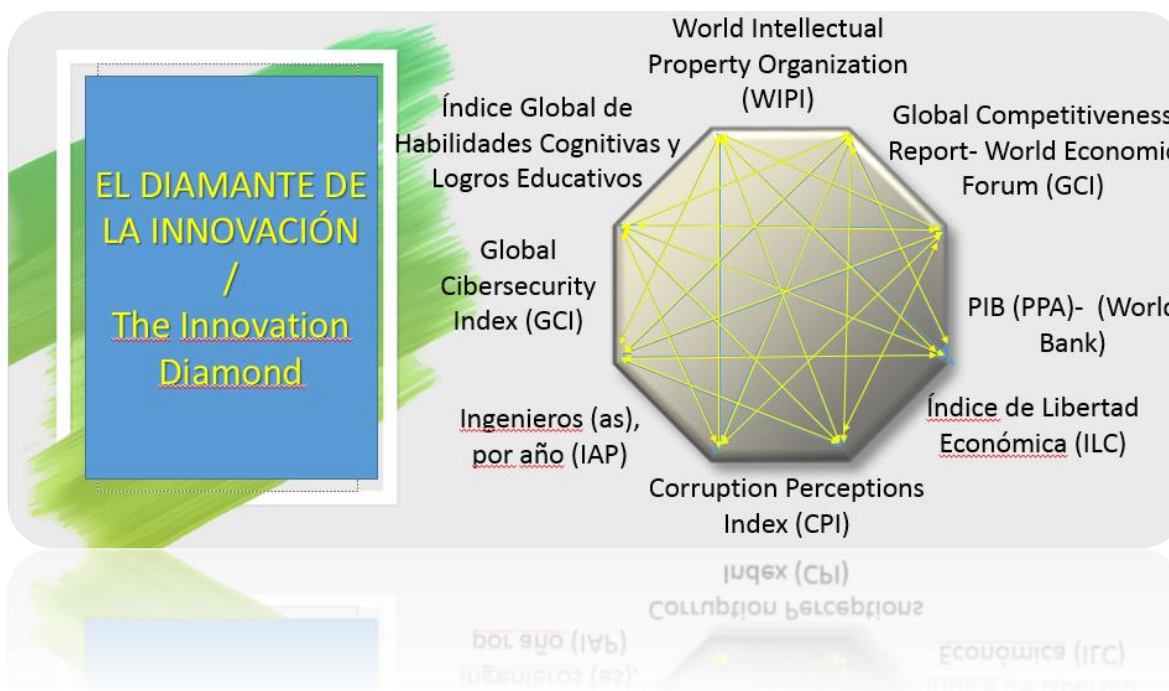
Fuente: Ojeda (2019)

Los puntos del Diamante de la Innovación.

El Diamante cuenta con ocho (8) puntos, obtenidos desde el estudio y análisis respectivo, de la Colección de las “Firmas Asiáticas” y el recorrido epistemológico alrededor de la Innovación. Con estas dos fuentes, se plantea la siguiente hipótesis, frente a la Innovación, Ver Gráfico No 2 “EL DIAMANTE DE LA INNOVACIÓN”:

- *La Innovación de una estructura empresarial, de un país, ciudad, sector, región, depende principalmente de: El GDP, la Competitividad, el Grado de Apertura de la Economía, el Nivel de Educación, el Número de Ingenieros(as)-año, el Número de patentes año, la Ciberseguridad y la Corrupción, donde todo proceso resultante, minimice el impacto ambiental.*

Gráfico No 2. *EL DIAMANTE DE LA INNOVACIÓN*



Fuente: Ojeda (2019).

Desde el Diamante se busca abordar las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los paradigmas en materia de Innovación por seguir a nivel mundial hoy?
- ¿Qué prioridades en materia de estrategia asociada debemos implementar, en nuestro país, región, sector empresarial?
- ¿Cuáles son nuestras mayores debilidades, en materia de innovación, que se presentan en nuestro país, región, sector empresarial?

A partir de este marco, se soporta el Diamante de la Innovación y con el mismo los(as) estudiantes del Semillero han desarrollado su investigación, obteniendo los siguientes resultados, desde cada Punto del Diamante. Para llegar a este nivel del informe, se realizaron cuatro (4) entregas por estudiante y dos finales. Cada uno de los puntos se interrelacionan entre sí, y logran explicar la dinámica del resto de ellos y su aporte a la Innovación.

Algunas reflexiones por cada punto del Diamante.

Gross Domestic Product (GDP) Ranking Table Based on Purchasing Power Parity (PPP) (G. Banco Mundial, 2019).

Este es uno de los indicadores que más se emplea para saber cuánta riqueza acumula y/o llega a producir un país en determinado tiempo, y que es considerado como uno de los puntos del *Diamante de la Innovación*.

El indicador más útil desde este punto del Diamante, es la del GDP Purchasing Power Parity o PPP por su sigla en inglés que en español significa Partida de Poder Adquisitivo (PPA), que "... nos permite presentar los datos sobre ingresos y consumo de cada país de tal manera que puedan compararse." (G. Banco Mundial, 2019) Esta teoría fue publicada por Gustav Cassel en 1918 en su libro *Theory of Social Economy* y actualmente es utilizado por el Fondo Monetario Internacional para ajustar el Nominal GDP per cápita de cada país y para realizar una comparación directa de diferentes economías a través de su GDP.

Frente a los resultados de estos países líderes, relacionados con la Innovación, resaltamos:

Si sumamos la población total de los tres países que lideran este indicador (en su orden al 2018: Estados Unidos, R.P.China y Japón), nos daría un total de 1.846.426.534 millones de personas que equivale a cerca del 25% de la población total del mundo, la cual para el año 2018 cerró en más de 7.450 millones de personas. Estos tres son los países que acumulan la mayor parte de la riqueza del mundo, y podemos deducir, que la región o el continente donde está la mayor riqueza es el asiático. La suma de únicamente de estos dos países analizados (República Popular China y Japón), equivale a la sexta parte de la población total del mundo.

Por otro lado, se encuentran en estos países las siguientes características:

1. Son los mayores exportadores de productos base y productos terminados del mundo y son los mayores importadores de materias primas.
2. Poseen gran desarrollo tecnológico que se aplica a todos los sectores económicos así como al turismo.
3. Presentan gran dinámica en todos los sectores económicos.
4. Poseen grandes poblaciones en extensiones de tierra considerables.
5. Son economías que le apunta siempre a la tecnificación de todos sus sectores económicos.
6. Aportan considerables sumas de dinero a las organizaciones mundiales a las que pertenecen.

Por último, aparece el análisis del caso para Colombia, que ocupa el puesto 39, de 193 que evalúa el ranking del Banco Mundial, de acuerdo al Organismo Multilateral, está el país a un nivel de Ingreso Medio Alto, a un puesto de Singapur y a dos de Malasia, grandes potencias económicas del sudeste asiático (G. Banco Mundial, 2019). Su deuda pública, en 2017 fue de USD 155.275 millones, con

una deuda equivalente al 49,78% del PIB. Su deuda per cápita, alcanzó los USD 3.150\$ dólares, por habitante. (Datosmacro.com, 2019).

Dicho de otra forma, nuestros problemas, propios de cualquier país del mundo, no tienen como fundamento principal la falta de generación de riqueza, dejando de lado temas asociados a la innovación, clave para que esta “riqueza” garantice por esta vía una tasa de retorno para la empresa y mayor bienestar para sus habitantes.

Sin embargo, se observa que “Colombia no ha logrado superar las brechas en materia de innovación y otros estudios también han evidenciado las debilidades del país en este campo: en el Informe de Competitividad del Foro Económico Mundial, nuestro país ocupa el puesto 79 en innovación, entre 138 países; la inversión en innovación es de 0,7% del PIB y apenas 35% viene del sector privado. El Reporte Mundial de Ciencia publicado por la Unesco muestra que, mientras el país tiene un poco más de 192 investigadores por millón de habitantes, en Argentina hay 1.154, en Brasil 692 y en México 384.

La más reciente Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (Edit) del DANE, señala que apenas 27% de las empresas del país destinan recursos para innovación. Esto indicaría que algo más de 70% todavía no ve en la innovación el camino para su crecimiento y sostenibilidad.” (SEMANA S.A., 2017).

Competitividad.

El indicador utilizado para estudiar este punto del Diamante, es el generado desde el Foro Económico Mundial, que ha medido la competitividad entre países desde 1979, definiéndola como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país” (weforum, 2016).

Con el punto del Diamante que trata la COMPETITIVIDAD, se podrá encontrar diferentes elementos estudiados desde 140 economías que se analizan, para lograr esto el informe se divide en cuatro meta-conceptos y dentro de estos 12 sub-indicadores, los cuales facilitan determinar en qué estado se encuentra cada economía y su relación con la Innovación.

Dos de los cuatro meta-conceptos que son tratados para analizar qué tan competitivas son las economías están directamente enfocados a la Innovación; de igual forma, se evidencia como el Informe de Competitividad otorga una gran importancia a esta y se logra encontrar directamente, en dos meta-conceptos y en varios pilares, lo cual facilita concluir por qué la Competitividad hacer parte del Diamante de la Innovación.

Existe una relación con otros 5 puntos del diamante y esto se da básicamente a la implementación de los 12 pilares para lograr el informe, ya que en cada pilar se estudian diferentes actividades de las economías para así mismo clasificarlas. Esta relación se da con los siguientes puntos: Educación (Pilares 5,6 y 8), ingeniería (Pilar 6), corrupción y propiedad intelectual (Pilar 1), ciberseguridad (Pilar 3) y GDP (los 12 Pilares) (The Global Competitiveness Report 2018, 2018).

La relación existente con la Educación y la Ingeniería, se da ya que los pilares identificados anteriormente, se enfocan y estudian las habilidades y competencias que tienen los habitantes de los países analizados, llevando a tener en cuenta la fuerza de trabajo, la vinculación en los mercados laborales y los niveles de estudios alcanzados por los mismos.

La Corrupción, se relaciona de forma directa con el pilar mencionado, ya que en este se tienen en cuenta factores de seguridad, transparencia, derechos de propiedad, que son analizados bajo leyes que determina cada economía de forma independiente.

Por último, dentro de estas relaciones es importante vincular al GDP-PPP, ya que es una relación que se ve continuamente en el informe, ya que como se ha evidenciado existen países los cuales tienen el GDP más alto que otros y están ubicados en puestos inferiores dentro del ranking.

Frente a Colombia podemos mencionar: se encuentra en el nivel Medio-Superior, según la “Telaraña de la Innovación” ya que está ubicado en el puesto 60, teniendo este indicador como referente, para este punto del Diamante.

Ingenieros(as) en el Mundo.

“Uno de los grandes descubrimientos que un hombre puede hacer, una de sus grandes sorpresas, es encontrar qué puede hacer lo que temía que no podía hacer.”-Henry Ford, y es aquí en el arte del que hacer, donde estará reflejada la Ingeniería.

Desde lo analizado en este punto de la Ingeniería y de su importancia para un país (ciudad, región, sector empresarial), es evidente que el indicador principal es la cantidad de Ingenieros año - país, se toma como referente principal, observando la capacidad que tiene un país de generar egresados en áreas de la Ingeniería.

A partir de esto se deduce el segundo indicador: Ingenierías más solicitadas, seguido por aquellas instituciones de educación superior mayormente reconocidas por estas áreas y describiendo cuales son los métodos aplicados por estas instituciones para generar egresados que lleguen a ser competitivos internacionalmente.

La Innovación, es reflejada bajo este punto del Diamante, en el desarrollo de la aplicación de los conceptos de Ingeniería, representando los avances de cambios significativos para las nuevas prácticas que se tendrán en cuenta al momento de realizar alguna actividad diaria. De esta forma contribuyen al mejoramiento continuo de las técnicas que ayudarán a los seres humanos a ser cada día más eficientes.

Para este punto del Diamante de la Innovación, Colombia como referente mundial se encuentra con cifras muy bajas, pues para el año 2018 se presentaba un déficit de más de 90.000 ingenieros, en las áreas de Telemática y Sistemas, esto significa que en temas de avances significativos asociados a la ingeniería, como sociedad, nos estamos quedando estancados. (Semana, 2016)

Según la OCDE, sólo un tercio de los licenciados en ingeniería son mujeres.” (FLORES, 2016). Para Canadá en el 2017 se registró un aumento en la cantidad de mujeres graduadas pasando de 12,8% del 2016, al 13,1 en el 2017 de un total de 295,926 graduados a nivel nacional en todas las ramas de la ingeniería (Canada).

La Educación.

La Educación es importante para el desarrollo de la sociedad, es uno de los factores que más influye en el avance y progreso de personas y sociedades. Como decía Nelson Mandela, “La educación es el arma más poderosa que puedes usar para cambiar el mundo”. Además de proveer conocimientos, la educación enriquece la cultura, el espíritu, los valores y todo aquello que nos caracteriza como seres humanos.

Para la realización de este aporte, se toma como base al Informe del año 2014 el Índice Global De Habilidades Cognitivas y Logros Académicos, con el cual este aparte del documento explicará los sub-indicadores que se encargan de analizar diferentes competencias asociadas a la educación. Se busca saber cuáles son los mejores países en el ranking de la educación, cuáles son sus ventajas,

debilidades y por qué, esto, basándonos en los resultados en las pruebas mundiales PISA, TIMSS Y PIRLS, e identificando cuáles son los métodos y alternativas que usan estos países para ser de los mejores en la educación a nivel mundial.

La educación va de la mano con la evolución del ser humano, ya que todas las sociedades por más primitivas que sean se apoyan en la enseñanza (Hurtado, 2012).

En el caso de Colombia, se encuentra en uno de los últimos puestos en el mundo según las pruebas PISA: en matemáticas llegaron al nivel 2, que es la calificación mínima para pasar raspando el examen de Pisa. En ciencias se rajó el 60 por ciento. En lectura, fue reprobada la mitad de los estudiantes, las pruebas PISA señalan que los mejores estudiantes pertenecen a los colegios privados del País (PEARSON, 2014).

Propiedad Intelectual.

Desde hace más de diez años, la OMPI (WIPO, por sus siglas en inglés), se preocupó por generar una encuesta donde se midiera cuáles de los 192 países miembros tenían mayor producción intelectual. Para esto, dividió la propiedad intelectual en dos: primero, la Propiedad Industrial, entendida como patentes, marcas registradas, diseños industriales e indicaciones geográficas; y en segundo lugar, todo lo referente a Derechos de Autor, tales como obras fílmicas, literarias, artísticas y musicales.

Analizamos los países líderes en el World Intellectual Property Indicators para el año 2018, observando sus puntos fuertes y cuáles son sus sectores empresariales más destacados en cada uno de ellos.

En el nivel ALTO, se concentra un poco más del 76% del total de patentes a nivel mundial, encabezado la RP China, Estados Unidos, Alemania y Japón. En cuanto al sub-indicador de Patentes, los sectores más relevantes son todo lo concerniente al sector de las TIC's, (tecnología computacional y comunicación digital); para Marcas Registradas, los sectores más relevantes, son el ocio y la educación y los servicios de negocios, tales como la administración, comunicaciones, bienes inmuebles y servicios financieros. Por último, en Diseños Industriales, el nivel está caracterizado por los sectores de: TIC y audiovisual y por tejidos y accesorios (World Intellectual Property Organization, 2018).

Según el WIPI, a 2017 Colombia produjo 2.372 patentes, representando el 0,075% de la producción mundial, siendo encabezadas por las siguientes organizaciones: Universidad Nacional de Colombia, Universidad EAFIT, Universidad de los Andes y Almacenes Éxito S.A (WIPO, 2017).

Para marcas registradas, se tenían 41.076 lo cual es el 0,33% del total mundial, enmarcándose en los sectores de servicios de negocios (administración, comunicaciones, bienes inmuebles y servicios financieros), salud e investigación y tecnología. Por otro lado, en cuanto a diseños industriales, se produjo 556, lo cual representaría el 0,045% de la producción mundial, sus sectores más relevantes son: embalaje, transporte y construcción.

Colombia en comparación con la RP China, en cuanto a patentes presenta una diferencia de 1.379.222 patentes, para el caso de marcas registradas, 5.698.747 y por diseños industriales es de 628.102, lo cual refleja que Colombia en patentes y marcas registradas solo representa el 0,2% del total producido por la RP China, y para diseños industriales, la producción colombiana no llega al 0,1% del producido (World Intellectual Property Organization, 2018).

Corrupción.

El indicador referente escogido es, el Índice de Percepción de la Corrupción (TI-CPI, por sus siglas en inglés) creado desde 1995 por *Transparency International*, reconocida como la organización a nivel mundial líder, que califica y clasifica a los países / territorios, según la forma en que los expertos y ejecutivos de negocios perciben que el sector público y el poder judicial de un país son corruptos. Es un índice compuesto, una combinación de 13 encuestas y evaluaciones de corrupción, recopilada por una variedad de instituciones acreditadas. La TI-CPI es el indicador de corrupción más utilizado en todo el mundo (TRASPARENCY INTERNATIONAL, 2019).

Se basa en encuestas de opinión de expertos y periodistas. Este índice indica la propensión que existe, en los países enlistados, a que los funcionarios públicos cometan actos de extorsión en procesos administrativos relacionados con la adquisición de licencias para importar o exportar, pago de impuestos o asistencia policíaca (Cuentas, 2019).

Los países “nórdicos” son ejemplo y referente en el tema, es claro el uso eficiente y transparente de los recursos, por ello la salud es gratuita de alta calidad, así como su sistema Educativo⁷⁰ y el respeto a las libertades. Frente a este último aspecto, en 2017, para *Reporteros Sin Fronteras*, los países nórdicos estaban en el Top 10, lo que va de la mano con su economía circular, reconocida por su impacto ambiental⁷¹. El indicador del año 2018, lo lideró Dinamarca, mientras que en el Top 10, se ubicaba Suecia en el cuarto lugar y Noruega como sexto (MISSPOLITICA, 2019).

Desde el comienzo de la segunda década del milenio, Colombia marca una penosa tendencia que favorece la Corrupción, que aborda no solo la gestión pública sino la privada. Según el Indicador de Transparencia Internacional en el año 2011, el país, ocupaba la plaza 80 y un año luego perdía catorce plazas ocupando el puesto 94 (Quemba, 2013).

Colombia ocupa la posición 96 según el IPC 2019 con una puntuación de 37/100 posicionándose en un nivel medio en sus valores de corrupción. Su puntuación está muy por debajo de la mitad del máximo que es 100 y muy cerca de los valores denominados como bajos, colocándose a un nivel Medio Bajo. (TRASPARENCIA INTERNACIONAL, 2020)

“Un estudio realizado por la plataforma Monitor Ciudadano, reveló que entre enero de 2016 y julio 2018, se registraron en el país 327 casos de corrupción.” (Latorre, 2019). En Colombia la corrupción es algo que se ha naturalizado a lo largo del tiempo, y es que según esta afirmación se registraron más 300 casos registrados en ese lapso de tiempo y como se afirmó “los casos registrados” y adicionalmente ¿los que no? Usualmente este tipo de casos de corrupción son los principales culpables de la falta de fondos para los servicios y las obras públicas “Este colectivo precisó que los casos de corrupción afectaron sosteniblemente al sector público. En su mayoría, estos hechos se presentaron a nivel administrativo en un 73 %, la corrupción privada alcanzó un 9 % y la corrupción judicial se ubicó en el 7 %.” (Latorre, 2019).

Con los datos de la anterior cita se afirma que el mayor porcentaje de corrupción se ve en el nivel administrativo y es que en el ámbito de la administración es donde se estipula el uso de los recursos para distintas obras públicas. Esto también quiere decir que ciertas irregularidades se dan en los procesos de contratación y que esta sería una de las causas más altas de corrupción administrativa.

⁷⁰ Finlandia fue declarado por *The Economist*, como el número uno en 2012.

⁷¹ En promedio el 96% de sus basuras aparecen como aporte a la economía circular.

“El 59 por ciento de los hechos de corrupción identificados afectó derechos económicos, sociales y culturales. Estos derechos se asocian principalmente con el acceso a la educación, a la salud, a la vivienda digna, al agua potable y servicios públicos de calidad, al deporte y a la cultura. De todos ellos, los más afectados por causa de la corrupción fueron los derechos a la educación (28 por ciento) y a la salud (23 por ciento).” (Restrep, 2019).

Índice Económico de Libertad.

Este punto del Diamante de la Innovación, se referencia a través del Índice Económico de Libertad, correspondiente al año 2018, en el cual podemos encontrar el ranking de 180 países, analizando como las personas y empresas privadas se benefician del grado de libertad económica. Evalúa el Estado de Derecho, tamaño del gobierno, eficiencia regulatoria y apertura de los mercados. *The Heritage Foundation*, dice que “la libertad económica es un elemento crítico del bienestar humano y el eje vital en sostenimiento humano y eje vital en una sociedad civil libre” (MILLER, 2018).

En el Informe *The Heritage Foundation* menciona el tema de corrupción como uno de los principales, teniendo en cuenta, que en algunos países son muy rigurosos en tal sentido y tiene un control muy estricto en este tema, favoreciendo y estimulando el comercio hacia afuera. El Informe, menciona diversos sectores como el industrial, tecnología computacional, sector financiero, la agricultura entre otros, como líderes de esta tendencia comercial hacia afuera, entendiéndolo su relación importante con la propiedad intelectual ya que diversas empresas tienen el derecho exclusivo al inventar una marca, producto o servicio, lo cual da la oportunidad a las personas poder progresar en temas de Innovación por medio de creación de empresas, con vocación comercial hacia afuera (Heritage T. , 2018).

Frente al caso colombiano, seguimos bajo una tendencia centrada en commodities energéticos y combustibles sólidos similares obtenidos de las hullas. Nuestro balance comercial nos lleva a seguir importando productos de alto valor agregado como automóviles de turismo, producto de consumo masivo antes de producción nacional superavitaria, como maíz, productos de construcción e infraestructura eléctrica y de comunicación, como el alambre de cobre, aparatos de emisión telefónica, y otros asociados a la salud como medicamentos y del transporte como los neumáticos. Colombia se posiciona en nivel Medio parte baja ya que, a pesar de sus dificultades con la corrupción, es un país generador de materia prima la cual por medio de sus importaciones y exportaciones están ayudando al país económicamente (Heritage, 2018)

Ciberseguridad.

El Indicador utilizado para referenciar el comportamiento en esta materia, es el de Ciberseguridad o “Cibersecurity Index”, de ITU- Naciones Unidas, o *National Cyber Security Index version 2.0 (NCSI)*. A partir del año 2007, el *Comité de Conectividad del Mundo* (ITU, acrónimo en inglés) de Naciones Unidas, estructura el indicador, entendiéndolo que la información y las tecnologías de las comunicaciones, han revolucionado no solo la manera de comunicarse, sino de vigilar y estar presente frente a las bases de datos, que hoy por hoy manejan las empresas o Firmas.

Este indicador rastrea, industrias y subsectores empresariales, centrándose en analizar aspectos asociados como la identificación electrónica, protección personal de base de datos, seguridad informática, etc., cuenta con tres categorías y 46 sub-indicadores, sustentado por cada país a través de Leyes, o a nivel Oficial, con la existencia y puesta en marcha de *websites* y documentos públicos. Por otro lado, llama la atención lo hecho en otras latitudes alrededor del tema, donde se configuran Networking, entre la Empresa y el Estado. Tal es el caso de la RP China, donde desde finales de los

noventa, en 1997, ya se reconocía la figura legal de “delito informático”. Esta previsión y avance en la materia le permitió para el 2017, contar con 21 Institutos de Ciberseguridad.

Los últimos resultados, muestran como cada vez más, hay conciencia frente a la importancia del tema, y se adoptan políticas públicas asociadas. Datos de 2018 muestran que cerca de 9 de cada diez países, ya cuentan con una legislación que reconoce la figura de “ciber-crimen”; cerca de 6 de cada 10 países, manifiestan integrar este tema como política pública, incrementándose este dato en 8% desde el 2017. Colombia, ocupa el puesto número 77, lo cual la ubicaría a nivel medio, dentro de la “Telaraña de la Innovación”, es decir, su GAP de Innovación, debe revisar elementos que asocian el atraso particularmente con el cuidado de dispositivos móviles y PC (Revista Semana, 2019).

Conclusiones.

La Formación Investigativa, es un aporte determinante para contribuir a la formación del recurso humano en la Colombia 4.0; haber contribuido con este trabajo de investigación a formar un Recurso Humano, con énfasis en la Investigación, nos puede acercar contar a futuro con profesionales, capaces de generar procesos, proyectos de productos finales, servicios, insumos, con un alto grado de creatividad.

Un trabajo de esta naturaleza, permite al Estudiante, explorar temas bajo una óptica científica y generar propuestas, desde una construcción lógica, donde exija una planeación y cronograma a cumplir, donde debe optimizar el uso de sus recursos, dadas unas metas trazadas frente a unos logros específicos por lograr.

La Innovación debe convertirse en un “norte” de la política pública integral, del país, asociada a la Educación, lucha contra la Corrupción, Competitividad, producción en materia de Propiedad Intelectual, estructura empresarial y las metas de crecimiento.

Hay sociedades que, por convicción y experiencia cultural, toman a la Innovación como el enfoque que determina los caminos a seguir en materia de educación, asociada a los objetivos de empresa y el uso eficiente de los recursos del Estado.

Casos como las de la cultura China (que toma hasta hoy la gran mayoría de las culturas de los países del Sudeste asiático), han marcado de manera milenaria, a la Innovación como la fuente de la toma de decisiones en política pública, convirtiéndolas en ejemplo hasta hoy en la creación de patentes, marcas per cápita, fuente permanente de riqueza y caída en el nivel de pobreza, como en Japón y la R.P.China.

Educar teniendo como uno de los objetivos, la participación activa y permanente de la Innovación continua, necesita de la generación continua de estudiantes a partir de la educación básica, que vean en la creatividad y el trabajo grupal, como elementos indivisibles de la didáctica aplicada de forma transversal en los programas de estudio.

La Innovación continua y sistemática, es un camino que exige el uso adecuado de los recursos del Estado. Se deben mostrar resultados en la Ciberseguridad, generación de Profesionales en el área de la Ingeniería, diversificación de las Exportaciones no tradicionales, la creación permanente de productos, procesos, productos finales, servicios, insumos, que incrementen anualmente la generación de patentes- per cápita.

Colombia presenta un “GAP de la Innovación” particularmente preocupante en Educación asociada a las Ciencias y matemáticas; Corrupción, relacionada con la priorización e integración a planes y programas que fomenten la Innovación y formación del Recurso Humano y mejoramiento, creación de mayor infraestructura asociada a la movilidad y descargue de personas y mercancía; creación anual

de patentes, donde se coloca en niveles BAJOS, en la “Telaraña de la Innovación” y muestra un “GAP” ALTO, a nivel mundial.

Colombia, debe desarrollar planes integrales a mediano y largo plazo, donde la Innovación sea la fuente del mejoramiento en indicadores, asociados al PIB, IDH, y el manejo adecuado con respecto al Medio Ambiente.

El Medio Ambiente, debe comportarse como una “Sombrilla” de las actuaciones y ejecuciones encaminadas a la generación continua de Innovación, tanto en el sector público como privado, que garantice el avance en la materia, bajo el cuidado continuo de los recursos escasos, asociados al cambio Climático.

El Diamante de la Innovación, se muestra como una alternativa para analizar y plantear estrategias, buscando priorizar la estructura y puesta en ejecución de estas. Es un camino que busca el mejoramiento de la competitividad empresarial y del mismo Estado y sus Instituciones, y la construcción de un aparato empresarial (de capital público y privado) respaldado por productos de alto valor agregado, que cuenten con un recurso humano que diseñe y coloque en el mercado productos, insumos, servicios, disruptivos, que aporten a cadenas de valor internacional y alimenten el mercado nacional de manera permanente, además de establecer la Innovación como un soporte de la Cultura para la Colombia 4.0

Referencias.

- Canada, E. (s.f.). About Engineers Canada. Obtenido de <https://engineerscanada.ca/about/about-engineers-canada>
- Cuentas, R. (2019). ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN 2019. RENDIR CUENTAS. Obtenido de <http://www.rendircuentas.org/noticia/indice-percepcion-la-corrupcion-2019/>
- Datos Macro. (2019). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises>
- Datosmacro.com. (01 de 09 de 2019). Datosmacro.com. Obtenido de Colombia: Economía y demografía: <https://datosmacro.expansion.com/paises/colombia>
- FLORES, B. (2016). ¿Por que las mujeres no quieren ser ingenieras? (U. d. Barceloa, Ed.) Obtenido de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5786/tfg-flo-por%20.pdf?sequence=1>
- G. Banco Mundial. (01 de 09 de 2019). Banco Mundial. Obtenido de PIB, PPA (\$ a precios internacionales actuales): <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.PP.CD>
- Heritage. (2018). 2018 INDEX OF ECONOMIC FREEDOM. The Heritage Foundation. Obtenido de https://www.heritage.org/index/pdf/2018/book/index_2018.pdf
- Heritage, T. (2018). 2018 Index of Economic Freedom. The Heritage Foundation. Obtenido de <https://www.heritage.org/international-economies/commentary/2018-index-economic-freedom>
- Hurtado, L. V. (2012). Las construcciones de autoridad en el aula y su interrelación con los procesos de enseñanza . En L. V. Hurtado. Bogota .
- International Motary Fund, World Economic Forum. (2019). Obtenido de <http://statisticstimes.com/economy/gdp-indicators-2018.php>
- Latorre, J. (2019). Segun estudio, más de 320 casos de corrupción se registraron en Colombia en el 2016 y el 2018. Obtenido de www.rcnradio.com/colombia/segun-estudio-mas-de-320-casos-de-corrupcion-se-registraron-en-colombia-entre-2016-y-2018
- MILLER, T. K. (2018). The Heritage Foundation. Washington D.C.: The Heritage Foundation. Obtenido de http://www.iberglobal.com/files/2018/heritage_2018.pdf

- Mineducación. (s.f.). OFERTA REGIONAL. Obtenido de <http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/programas-carreras1>
- MISSPOLITICA. (2019). ¿Por qué son exitosos los países nórdicos? Wordpress, Misspolitica Oficial. Obtenido de <https://misspoliticooficial.wordpress.com/2019/04/10/por-que-son-exitosos-los-paises-nordicos/>
- PEARSON. (2014). The Learning Curve-Report 2014. PEARSON. Obtenido de [http://www.edmide.gr/anakoinoseis/The-Learning-Curve-Report-2014%20\(1\).PDF](http://www.edmide.gr/anakoinoseis/The-Learning-Curve-Report-2014%20(1).PDF)
- Quemba, C. j. (2013). FACTORES QUE LIMITAN LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE COLOMBIA. Universidad de Bogotá JORGE TADEO LOZANO, PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL. Obtenido de https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/ensayo_jhonatan_quemba_cuadros.pdf?width=740&height=780&inline=true
- Restrep, M. (2019). La corrupción en Colombia. Obtenido de <http://razonpublica.com/quien-la-corrupcion-en-colombia/>
- Revista Semana. (2 de febrero de 2019). Así está Colombia en el ranking de ciberseguridad mundial. SEMANA. Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/asi-esta-colombia-en-el-ranking-de-ciberseguridad-mundial/601118>
- Semana. (23 de junio de 2016). ¿Por qué los ingenieros se están extinguiendo en el país? Obtenido de <https://www.semana.com/educacion/articulo/ingenierias-en-colombia/478860>
- SEMANA S.A. (22 de 06 de 2017). Dinero.com. Obtenido de Pie al acelerador de la innovación en Colombia: <https://www.dinero.com/edicion-impresia/editorial/articulo/innovacion-en-colombia-debe-crecer/246825>
- The Global Competitiveness Report 2018. (2018). Geneve. Obtenido de <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>
- TRASPARENCIA INTERNACIONAL. (2020). ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN 2019. Obtenido de transparency.org/cpi2019?/news/feature/cpi-2019
- TRASPARENCY INTERNATIONAL. (2019). EL ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN MUESTRA UN ESTANCAMIENTO DE LA LUCHA CONTRA LA CORUPCIÓN EN LA MAYORÍA DE LOS PAÍSES. TRASPARENCY INTERNATIONAL. Obtenido de https://www.transparency.org/news/pressrelease/el_indice_de_percepcion_de_la_corrupcion_2018
- (2016). weforum. World Economic Forum. Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/ques-la-competitividad/>
- WIPO. (2017). World Intellectual Property Indicators. Geneve. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2017.pdf
- World Intellectual Property Organization. (2018). World Intellectual Property Indicators. WIPO. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2018.pdf
- Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2018.pdf



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
redftheadmon_man@unal.edu.co

TABLA DE CONTENIDO

Presentación	
Cristian David Rincón	
José Gabriel Carvajal.....	5
En defensa de la razón humana	
Julián Estevan Guatibonza Barbosa	8
Tomas decisiones libres y racionales, ¿verdad? La economía del comportamiento frente a la economía clásica	
Ancízar Amaya Aguirre	17
El monstruo: análisis de un problema social	
Daniel Valencia	28
La posibilidad de libertad del individuo inmerso en la sociedad de consumo	
Laura Judith Duque Muñoz.....	37
Las normas sociales y la toma de decisiones	
María Camila Quiceno	45
Crítica a la democracia: los problemas de la libertad y la igualdad	
Tamarha Soto	
Cristian David Rincón	55
Existencialismo, organizaciones y administración	
María Ximena Velosa Amature	
María de los Ángeles Vallejo	
Daniela Narváez Ramírez	
Isabella Santana Gallego	
Juan Sebastián Flórez Yépez	
Julián Andrés Quintero García	
Doris Amanda Tarapues Cuaical.....	60
Feminismo y los estudios organizacionales (EO)	
Ángela Londoño Cano.....	69
Uso de canales transaccionales y creaciones funcionales en la banca 4.0 de la ciudad de Palmira	
Jhon Bolaños	
Alex Serrano	
Elkin Fabriany Pineda-Henao.....	81
Metodología Eye Tracking: el estudio del comportamiento visual del consumidor como medio para la asignación de lineales en el sector Retail	
Brian Mauricio Márquez Mejía	
Isabel Cristina Rojas Santander	
Luisa Fernanda Morales Gómez	
Anyela Lorena Quintero Bolaños	
Elkin Fabriany Pineda-Henao.....	98
La innovación en Colombia 4.0: un reto de ocho estrategias para los empresarios del siglo XXI	
Sergio Córdoba	
José R. García et al	111
Normas para los escritores	125