

Revista FACCEA

ISSN - Revista Impresa: 1657-9553
ISSN - Revista Electrónica: 2539-4703

Facultad de Ciencias Contables Economicas y Administrativas

VOLUMEN 6

NÚMERO 1

ENERO - JUNIO DE 2016

Es una publicación de la Facultad de Ciencias Contables Economicas y Administrativas de la Universidad de la Amazonia,
Florencia (Caquetá) - Colombia

Editor General

Maria Yenny Fajardo. Ms.C.
Docente de la Universidad de la Amazonia

Comité Editorial

Ph.D. Duvan Ramírez O,
Universidad de Manizales
Ph.D. Martha Patricia Vives,
Universidad Externado de Colombia
Ph.D. Gizelle Guadalupe Macías González,
Universidad de Guadalajara-México
Ms.C. Jorge Alirio Ortiz Briñez,
Universidad Cooperativa de Colombia
Ms. C. Diego Hernández García,
Universidad del Manizales

Consejo editorial

Ms.C. Diego Hernández García,
Universidad de Manizales
Ph.D. Duvan Ramírez Ospina,
Universidad de Manizales
Ms.C. Jorge Alirio Ortiz Briñez,
Universidad Cooperativa de Colombia
Ms.C. Jairo Alonso Baustista,
Universidad Nacional
Ph.D. Martha Liliana Tórres Barrero
*Corporación Universitaria de Investigación y
Desarrollo*
Ph.D. Yuliana Gómez Zapata
*Tecnológico de Antioquia, Institución
Universitaria*

Fotografía portada por:

Alexander Velásquez -Valencia, Biólogo
"Colombia, Departamento del Caquetá, Laguna Peregrinos-Vereda Peregrinos"

Diagramación

Yeison Julián Penagos, Biólogo.

La revista FACCEA se encuentra Indexada en **Publindex - Colciencias** categoría C

La revista FACCEA, publica aportes científicos en el area de las ciencias Contables, Economicas y Administrativas en la Región Amazónica colombiana. Los manuscritos y la correspondencia relacionados con asuntos editoriales deben enviarse a la **Vicerrectoría de Investigaciones y Posgrados**, o a la Facultad de Ciencias Contables Economicas y Administrativas de la **Universidad de la Amazonia**. Avenida Circunvalar Barrio el Porvenir, Florencia Caquetá, Colombia.

Esta publicación es apoyada por la Vicerrectoría de Investigaciones y Posgrado de la Universidad de la Amazonia.

Prohibida la reproducción total o parcial de los artículos publicados con fines comerciales. Su utilización se puede realizar con carácter académico, siempre que se cite la fuente

Nota: la responsabilidad de las ideas de los artículos corresponde a sus autores

Tiraje 500 ejemplares

Impreso en Colombia
Printed in Colombia



UNIVERSIDAD DE LA
AMAZONIA

revistafaccea@uniamazonia.edu.co

© Universidad de la Amazonia 2016. <http://www.uniamazonia.edu.co>

Nota del Editor	<i>pp: 2</i>
Cómo fortalecer las competencias gerenciales basados en la simulación computarizada <i>José Rodrigo Cática Barbosa, Mercedes Parra Álviz y Oscar Hernán López Montoya</i>	<i>pp: 03-11</i>
Reflexiones en torno a las políticas públicas <i>Carlos Alberto Gómez Cano, Libardo Ramón Polanía y Gonzalo González Hernández</i>	<i>pp: 12-20</i>
La administración de empresas, como ciencia, actividad científica, técnica o arte, una mirada a sus actividades en las organizaciones <i>Jhohan Eicember Ramos-Pastrana, José Eliecer Osorio Erazo, Karen Lorena Gutiérrez, Cometta Wisler, Fernando Gutiérrez Cenon y Rosalba Bocanegra Pacheco</i>	<i>pp: 21-29</i>
Demanda de competencias profesionales en el programa Administración de Empresas de la Universidad del Tolima (Colombia) <i>Mercedes Parra Alviz, Enrique Antonio Ramírez Ramírez y Julián Alberto Rangel Enciso</i>	<i>pp: 30-37</i>
“Elementos que inciden en la contratación de un mercadólogo en la PyME de Aguascalientes” <i>Denisse Stephany Díaz Ballesteros, Gerardo Erwin Alvarado Ponce y Alejandra Jiménez González</i>	<i>pp: 38-46</i>
Influencia de la innovación en las pequeñas y medianas empresas (PyMes) <i>Kerly Yovana Quigua Fajardo, Maria Paula Bolaños Cuéllar y Oscar Andrés Galindo R.</i>	<i>pp: 47-57</i>
Análisis del impacto del Programa Jóvenes en Acción de la Universidad de la Amazonia período 2014-2015 <i>Carlos Alberto Gómez Cano, Verence Sánchez Castillo y Luis Eduardo Torres García³</i>	<i>pp: 58-69</i>
Los beneficios tributarios como instrumentos económicos para la gestión ambiental de las PyMes del sector alimentos en Florencia, Caquetá <i>John Jairo Restrepo Lizcano, Maritza Muñoz Toledo, Nini Johanna López Lozano y Olga Lucia Gutiérrez Perilla</i>	<i>pp: 70-80</i>
Comercialización de ganado bovino en pie entorno a la compañía de ferias y mataderos del Caquetá (COFEMA) Florencia-Caquetá <i>Yolanda Cuellar Medina, Oscar López Cardozo, Fabián Eduardo Santos</i>	<i>pp: 81-89</i>
Percepción de lectura del Programa de Administración de Empresas en la UNIGUAJIRA <i>Soledad Marina Zabaleta Montero</i>	<i>pp: 90-95</i>
Potencial agroindustrial de frutas amazónicas del departamento del Caquetá: caso arazá <i>Irma Rubiela Nastur, Anuar Alexis Benavides, Andrés Lorenzo Barrera Silva, Yelly Yamparli Pardo Rozo</i>	<i>pp: 96-101</i>
Responsabilidad social como estrategia competitiva en las universidades públicas de Colombia y Venezuela <i>Guerdis Paola David López</i>	<i>pp: 102-106</i>
Instrucciones para Autores	<i>pp: 107-108</i>



NOTA DEL EDITOR

En esta oportunidad quiero resaltar los diferentes aportes que cada autor ha entregado en sus manuscritos y que de alguna manera están reflejando situaciones sociales y económicas de una población, en donde se dan a conocer resultados importantísimos tanto de proyectos de investigación, como puntos de vistas frente a un tema abordado específico.

En primer lugar, destacar el artículo internacional sobre la importancia de vincular a un experto en mercadotecnia en las PyMes de Aguascalientes México, en cuya investigación se arrojó como resultado final que el empresario de la PyME en Aguascalientes carece de certeza en el concepto e implementación de la mercadotecnia en las empresas, factor que no ha abierto las puertas al mercadólogo, por lo que es necesario que comience por convencer al empresario de la gran funcionalidad y beneficio que conllevaría para su empresa el uso de la mercadotecnia. Por otra parte el artículo "Reflexiones en torno a las políticas públicas" el cual se basó en explicar el papel del Estado frente a las políticas públicas, quedando claro que la pertinencia y efectividad de estas políticas, son elementos indispensables para su producción y se convierten en una forma de evaluación de la gestión gubernamental.

Así mismo considero interesante recomendar a nuestros lectores la identificación de los diferentes instrumentos económicos que han permitido los beneficios tributarios en la gestión ambiental de las PyMes del sector alimentos en Florencia Caquetá, en el cual queda claro que quien contamina, paga entre los agentes contaminadores, y forja a tomar concienciación sobre el uso y explotación adecuada de los elementos de la naturaleza.

Otro tema abordado y que también vale la pena sea leído es el impacto de la educación y la gestión ambiental en la industria azucarera de la localidad de la Adela- en Cuba, en esta investigación se elaboraron contenidos pedagógicos para el crecimiento local, con el desarrollo de un proceso de formación a docentes, cuyo papel consistió en trabajar de la mano con los complejos azucareros en la construcción de una estrategia de educación

ambiental, lo que permitió establecer que para poder contrastar los problemas ambientales solo serán posibles a través de estrategias de educación ambiental, concertadas con la participación de diferentes actores.

Finalmente no puedo dejar de manifestar nuestro compromiso para seguir creciendo como revista científica, es por eso que estamos trabajando para mejorar y estar a la vanguardia de las exigencias que día a día se vienen dando en las nuevas políticas de las bases de datos bibliográficas en la construcción de modelos de clasificación de revistas en donde se pretende valorar la generación de artículos y revistas especializadas, particularmente para dar mayor importancia a su visibilidad y el nivel de citaciones, lo que nos permitirá fortalecer los procesos de gestión editorial. Esperemos obtener buenos resultados en las futuras convocatorias de indexación de revistas científicas tanto a nivel nacional como internacional.

Editora:
María Yenny Fajardo

Cómo fortalecer las competencias gerenciales basados en la simulación computarizada

José Rodrigo Cática Barbosa^{1*}
Mercedes Parra Álviz¹
Oscar Hernán López Montoya¹

Recibido 25 de febrero de 2016
Aceptado 9 de mayo de 2016

¹Docente de la Universidad del Tolima

Resumen

El presente trabajo se ha estructurado mediante la experiencia que, a lo largo de más de quince años, se ha logrado materializar en la utilización de estrategias novedosas de aprendizaje. Las estrategias aplicadas incluyen situaciones de la vida real a las cuales el estudiante debe afrontarse mediante la utilización de las tecnologías de la información y, en especial, de la simulación computarizada. El uso de estas estrategias permite evidenciar que el estudiante adquiere y/o fortalece las competencias gerenciales que, según el proyecto Tuning, se requieren en América Latina para que el ejercicio de la administración de empresas se enfoque en su objetivo de generación de valor.

Palabras clave: Competencias, aprendizaje, simulación, pedagógicas

Abstract

The present work has been structured by means of the experience that, throughout more than fifteen years, has been materialized in the use of innovative learning strategies. The strategies implemented include real-life situations to which students must be confronted thought the use of information technologies and, specially, computerized simulation. The application of these strategies reveals that students acquire strengthen management competencies that, according to the Tuning Project, are required in Latin America so the exercising of Business Management can focus on its goal of generating value.

Key words: Skills, learning, simulation, pedagogical

Introducción

El propósito fundamental del presente artículo se circunscribe en describir la forma como se fortalecen las competencias gerenciales desde la especificación de un proceso de la simulación computarizada en cada uno de sus aspectos. Con ese propósito se plantea como interrogante: ¿cómo fortalecer las competencias gerenciales basados en la simulación computarizada?. En este sentido, se inicia con un componente teórico de la simulación gerencial como aspecto pedagógico fundamental en el proceso de la enseñanza para la producción, se describe parte de la historia de los procesos de simulación gerencial, se relaciona la estructura ideal de un proceso de simulación gerencial que garantice el fortalecimiento de las competencias generales y específicas en los Administradores de Empresas, se describen las ventajas y desventajas de la simulación computarizada, se relacionan evidencias del inmenso aporte de la simulación en los profesionales y se identifican aspectos concluyentes de este tema de inmenso valor para la formación en los tiempos modernos.

Se presenta un análisis reflexivo de la experiencia en el uso de los simuladores computarizados obtenida a lo largo de más de quince (15) años en la orientación de estrategias pedagógicas de simulación, con el uso de simuladores propios. Estas evidencias se recolectaron a través de las 30 promociones de Administradores de Empresas de tres universidades mediante entrevistas semiestructuradas. Esta información obtenida fue ordenada y compilada en las evidencias de aportes y experiencias de quienes participaron en los procesos de simulación gerencial.

Los resultados muestran el aporte a una experiencia innovadora, retadora y de vivencia de situaciones reales, que construyen con mayor valor que los ejercicios tradicionales de la cátedra magistral.

Metodología

Se inició con un proceso de implementación de la cátedra de Simulación Gerencial en tres universidades de la ciudad de Ibagué y el uso de simuladores computarizados para toma de

*Autor para Correspondencia: rodrigo.catica@hotmail.com

decisiones en niveles de especialización. Los simuladores que se utilizaron corresponden al SITEGV (Sistema Integrado para el trabajo estratégico del gerente virtual), SIREF (Simulador de Renta Fija) y SIMECAP (Simulador del Mercado de capitales en Colombia). Estos simuladores han sido de autoría propia y vienen siendo sometidos a procesos de formalización en la obtención de registro de derechos de autor. A lo largo de quince (15) años se han utilizado en las asignaturas de Matemáticas Financieras, Mercado de Capitales, Simulación Gerencial y Juegos Gerenciales. En este ejercicio de utilización de los simuladores, se recogió de manera semiestructurada los conceptos de quienes participaron en el ejercicio de la simulación y se compilaron tópicos claves del ejercicio de la simulación. Estos tópicos corresponden a: el simulador, el orientador de la simulación, quiénes deben participar en las juntas directivas, la toma de decisiones, los manuales, los simuladores de apoyo y la evaluación en la actividad de simulación. La información recolectada llevó a efectuar ajustes permanentes al ejercicio de la simulación y a estructurar una actividad lúdica que sea de aporte fundamental para el desarrollo de competencias que el mundo clama en la profesión del administrador de empresas.

En los primeros cinco años se reacondicionaron variables del entorno, se ajustaron actividades en cada semestre, se incorporaron actividades complementarias a la simulación, se definieron perfiles de los miembros de junta directiva o jurados, se agregaron variables de impacto en los estados financieros y cada año se vienen actualizando los principales componentes del simulador, como salario mínimo, auxilio de transporte, dotación, tasas de interés, tasa de crecimiento de la economía, tasa de impuestos y otros propios a la dinámica de las empresas en Colombia.

El producto final se describe en el componente general del presente artículo, del cual se espera que sea un inmenso valor para instituciones y orientadores que deseen iniciar en nuevas estrategias de enseñanza – aprendizaje. Es por esta razón que se plantea como problema o interrogante: ¿cómo fortalecer las competencias gerenciales basados en la simulación computarizada?, y que su respuesta se evidencia en la estructura que debe poseer la simulación computarizada; descrita a lo largo del contenido del artículo.

Fundamentación teórica

El proyecto Tuning, definió para los años 2004 y 2008 un conjunto de 27 competencias generales que se consideran se deben desarrollar en el proceso de formación de los jóvenes de América Latina. Para el mismo año el grupo de trabajo definió las competencias específicas desde el área temática de la administración de empresas y que se relacionan a continuación: Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo, identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones, identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones, administrar un sistema logístico integral, desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo, identificar las interrelaciones funcionales de la organización, evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial, elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones, interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales, usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones, tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa, ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización, administrar y desarrollar el talento humano en la organización, identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social, mejorar e innovar los procesos administrativos, detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos, utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión, administrar la infraestructura tecnológica de la empresa, formular y optimizar sistemas de información para la gestión y formular planes de marketing.

Para lograr el fortalecimiento de las competencias es necesario innovar en los métodos de enseñanza, es importante que el estudiante se enfrente a situaciones de la vida real, que actúe de manera productiva y no reproductiva. Álvarez (2002) afirma:

Los métodos son reproductivos si sólo persiguen el objetivo de que el estudiante sea capaz de repetir el contenido que se le ha informado. Los métodos son productivos si el alumno los aplica en situaciones nuevas para él. La enseñanza problémica y heurística son

variantes de los métodos productivos. El más alto nivel de los métodos productivos corresponde a los creativos, que se identifican con los métodos propios de la investigación científica y que implica que el alumno sea capaz de descubrir nuevos contenidos, de resolver problemas para los cuales no dispone, incluso, de todos los conocimientos para su solución. (p.38).

Las simulaciones corresponden a esa categoría de métodos de estudio productivos, pues el estudiante se debe enfrentar a situaciones de la vida real reproducidas en un programa de computación y producir su propia forma de actuar para enfrentar un problema o aprovechar una oportunidad que se representa desde el simulador. Estas metodologías cobran importancia en la educación universitaria porque ofrecen una dinámica en el proceso enseñanza - aprendizaje, en la medida en que generan expectativas en el estudiante, permite que estos compartan experiencias, se enfrenten a problemas de la vida real simuladas en un programa de computación e inducen a los participantes de las simulaciones al trabajo en equipo y por qué no, a ganar en competencias de trabajo en equipo.

La simulación computarizada

Las simulaciones, en especial la simulación gerencial, es la forma más práctica de acercarse a la realidad de los acontecimientos que tienen que ver con las operaciones de la cotidianidad de las empresas. La simulación se ha venido utilizando en diferentes campos, especialmente en los procesos de formación. Se ha convertido en herramienta para la educación y la investigación, pero a pesar de los avances en este tipo de estrategias metodológicas, sigue siendo un campo poco explotado por los educadores.

El término *simulador* se utiliza a menudo para referirse a equipos, como por ejemplo, el simulador de pilotaje (empleado en la Segunda Guerra Mundial para entrenar a los aviadores) o el tablero de instrumentos que se ideó para la capacitación de los automovilistas. Tales dispositivos se utilizan para incrementar la habilidad individual en condiciones controladas. Todos los que emplean el término *simulación* varían su significado de modo de adaptarlo a sus propios fines. Gagne define esta noción más o menos en función de lo que se desea lograr al

diseñar el simulador. Para él, la palabra *simulador* no significa algo que simula sino más bien el conjunto de instrumentos y condiciones (la variedad total de condiciones físicas, sociales y políticas) esenciales para que se satisfagan los propósitos de capacitación. En resumen, sugiere lo siguiente:

- 1.El simulador se desarrolla para presentar una situación real en el que se llevan a cabo operaciones;
- 2.Al presentar una situación de operación real, el simulador proporciona al que lo utiliza *ciertos* controles sobre la situación;
- 3.El simulador se idea deliberadamente para *omitir* ciertas partes de la situación de operación real. (Andrey, 2006)

La simulación ha sido un evento de inmenso valor en distintos procesos, especialmente en la medicina. Así lo evidencia (Rodríguez, 2012): “Ante dos caminos similares, el hombre puede escoger cualquier opción. Pero hay veces que las cosas están tan claras que una de las opciones es casi obligada. Eso ocurre con la simulación quirúrgica, una forma segura de mejorar la curva de aprendizaje del profesional”.

Resultados de la experiencia en la simulación computarizada

En este aparte del documento se describen los aspectos relevantes que se identificaron a lo largo de los quince años del ejercicio de simulación y que son una propuesta para el proceso de enseñanza - aprendizaje con el uso de las herramientas tecnológicas modernas.

La estructura tecnológica para fortalecer las competencias gerenciales

En el ejercicio de la docencia por más de veinte (20) años, y con la experiencia de orientar estrategias pedagógicas de simulación por más de quince (15) años, se han logrado aspectos como: una mayor capacidad de los estudiantes para la toma de decisiones, un mayor interés por enfrentar situaciones de la vida real, mejor capacidad de trabajo en equipo, disposición para enfrentar eventos que involucren hablar en público, la posibilidad de llevar la teoría a la práctica, el desempeño de roles, la posibilidad práctica de responsabilizarse por resultados de la gestión

propia y de terceros, la habilidad para responder ante estamentos de orden directivo y otros aspectos que han enriquecido el proceso de enseñanza – aprendizaje en el ámbito gerencial. De igual forma se ha podido participar en eventos internacionales en los cuales se han aportado las experiencias de la simulación computarizada. Como resultado de este ejercicio histórico se pueden definir aspectos que la solución tecnológica debe contener para que se convierta en un ejercicio con el cual se pueda lograr la formación integral que el entorno exige en los tiempos modernos. Desde luego que estos aspectos no contienen la verdad absoluta y merecen la discusión permanente para beneficio de los objetivos que se persiguen con estos procesos de simulación. Estos aspectos se describen así:

El diseño del simulador Gerencial: Los simuladores se deben diseñar de acuerdo a los objetivos de formación integral que se persiguen. Deben contener una cantidad limitada de variables problema que se identifiquen con las competencias que se espera adquiera el estudiante. Para el caso en el cual no existe la posibilidad del diseño del simulador y se acude a simuladores preexistentes en el mercado; es importante verificar que las variables problema que el simulador incorpora, correspondan a situaciones que han de permitir que el estudiante alcance las competencias que se persiguen en esa área de formación.

Un error común que se comete es la adquisición de simuladores importados, que no involucran variables del entorno y que su estructura es poco versátil en la medida en que no aceptan modificaciones o una parametrización de los mismos. Este tipo de simuladores, más que un mecanismo de aprendizaje, lo que se convierten en un ejercicio poco motivador y de difícil entendimiento para el estudiante. Deja de ser una herramienta para convertirse en un dinamizador de las dificultades de aprendizaje. El simulador ideal debe brindar al estudiante la posibilidad de enfrentarse a situaciones de la vida real, reproducidas en un juego de simulación computarizada, en el cual se enfrenta a un grupo de compañías aplicando conceptos y herramientas fruto de un aprendizaje formal y / o informal adquiridas en el periodo de su vida académica. De igual forma, el estudiante experimentará el proceso de gestión empresarial y toma de

decisiones financieras, mediante la ejecución de actividades propias al ejercicio gerencial.

La experiencia lleva a tener claro que los aspectos claves que debe involucrar el simulador son:

-Un entorno real con características propias al medio en el cual se desenvuelven los estudiantes. Se exceptúan casos de internacionalización que desde luego son válidos en la formación.

-Decisiones sobre aspectos de mercado: Demanda total del mercado, precios que ponderan para la participación en el mercado, inversión en publicidad, inversión en promoción, fuerza de ventas en número de vendedores y comisiones por ventas a pagar a los vendedores.

-Decisiones sobre aspectos técnicos o de producción: Nivel de producción manejando política de inventarios, ajuste de la línea de producción; la cual se castiga si existe maquinaria insuficiente, inversión en control de calidad, inversión en investigación y desarrollo, niveles de inventarios de materias primas y desde luego niveles de inventario de productos terminados.

-Decisiones sobre aspectos administrativos: Se debe efectuar la contratación del número de operarios requeridos para la producción y el estudiante se deberá enfrentar a una negociación sindical que si no resulta exitosa, desencadenará una huelga de daños económicos para la organización.

-Decisiones sobre aspectos financieros: Los estudiantes deberán tomar decisiones de inversión, decisiones de financiación y en una primera junta directiva deberán solicitar monto de inversión a potenciales inversionistas.

El proceso de la simulación Gerencial para el aprendizaje: La simulación es y debe ser un proceso en el cual deben existir conductas de entrada, objetivos, reglamentos, cronogramas, manuales y conocimiento de las condiciones iniciales de la simulación. Pero el punto de partida inicial de la actividad de simulación se caracteriza por la conformación de los equipos que participarán en esta estrategia didáctica. Este es el punto de partida, y uno de los aspectos de diferenciación con las demás actividades de aprendizaje, ya que uno de los aspectos a trabajar es la competencia de *trabajo en equipo*. Como estrategia para fortalecer competencias de trabajo en equipo cada empresa se conforma de máximo cinco estudiantes que se seleccionan por sorteo. No se debe permitir que

trabajen los mismos grupos que inician la carrera profesional.

Los participantes deben conocer el objetivo general del proceso de simulación y los objetivos específicos que involucra ese objetivo general. Si los participantes no tienen claridad de este aspecto, el ejercicio se podrá convertir en un proceso rutinario de toma de decisiones que puede terminar pareciéndose a la cotidianidad de las clases en las cuales el estudiante es el único que ejerce una actividad de complemento.

Aspecto importante es el conocimiento del simulador computarizado y los manuales que permitan su manejo para que el simulador se convierta en herramienta de gran utilidad.

En el ejercicio de la simulación se deben presentar decisiones, informes y otras actividades (Informe a la Junta Directiva y a la Asamblea General de Accionistas), que deben corresponder a unas fechas puntuales, por lo que debe quedar claro desde el comienzo de la simulación estas fechas, mediante la entrega de un cronograma que debe ser socializado entre los participantes. Con este componente el participante fortalecerá sus competencias de *integridad personal*, en la medida en que cumpla a cabalidad y con esmero con las actividades en las fechas establecidas.

Un proceso de simulación para el aprendizaje y el desarrollo de competencias, debe disponer de un manual de la simulación en general, un manual para el participante y un manual para el facilitador. Este instrumento facilitará el proceso de entendimiento de las condiciones de la simulación computarizada y será el apoyo permanente para todos los involucrados en el mismo.

Quienes participan del proceso de la simulación deben entender las condiciones iniciales sobre las cuales se ha de desarrollar la simulación, condiciones que pueden cambiar en la medida en que el orientador del juego involucre o active variables problema en el simulador. Esta situación implica que en el desarrollo del simulador computarizado, se debe tener en cuenta la posibilidad de manejar distintos escenarios para que el simulador sea versátil y permita ser parametrizado con ambientes de expansión y contracción de la demanda.

Las etapas de la Simulación Gerencial: La simulación en todo su proceso debe involucrar las siguientes etapas: Una planeación de las decisiones, decisiones de prueba, toma de decisiones, retroalimentación del proceso y presentación de informe de gestión.

Conocidas las condiciones iniciales de la simulación, cada equipo participante deberá efectuar una planeación en la que sustente ante una Junta Directiva los resultados de las decisiones que se han de tomar a lo largo del periodo de simulación (Que normalmente no debe ser inferior a un año). Con esta actividad los participantes fortalecerán sus competencias de planeamiento estratégico, táctico y operativo, usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones, tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa. Pero además, por tratarse de presentar un informe ante una Junta Directiva, se fortalecerán competencias como: *el entendimiento estratégico y utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.*

En esta presentación el simulador permitirá que se incorpore un monto de inversión inicial para cada empresa, el cual debe ser aprobado por la Junta Directiva (Integrada por empresarios de la región, invitados, estudiantes, docentes y egresados). Posteriormente se procede a tomar decisiones de prueba, para que los participantes se familiaricen con el proceso de manejo de información a través de la simulación computarizada. El manejo del software o simulador computarizado, no debe tornarse en un ejercicio estresante, por el contrario, la computarización deberá facilitar la simulación de escenarios, para que entre en escena el fortalecimiento de toma de decisiones.

En el proceso de toma de decisiones, el orientador de la simulación deberá procesar estas decisiones de tal forma que existan resultados que se puedan discutir y que faciliten la retroalimentación para que los participantes reiteración en sus estrategias. Esta es precisamente una de las grandes ventajas de la simulación para el aprendizaje, permite la optimización del tiempo, toda vez que un trimestre, semestre o año, puede transcurrir en un tiempo real de horas e incluso minutos.

La simulación debe concluir con una presentación de informe de gestión, que se debe presentar ante

una Junta Directiva o Asamblea General, que para beneficio del ejercicio deberá estar compuesta(o) por empresarios de la región, invitados, estudiantes, docentes y egresados. Más adelante se tratará el perfil de este grupo directivo. La presentación del informe deberá incluir documento escrito para cada miembro del cuerpo directivo y una presentación con las ayudas didácticas que estime conveniente cada equipo participante. Para lograr llegar hasta esta etapa, los participantes debieron mostrar condiciones actitudinales y aptitudinales que fortalecen las competencias generales definidas para América Latina por el Proyecto Tuning como: *capacidad de abstracción, análisis y síntesis, capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, capacidad para organizar y planificar el tiempo, conocimientos sobre el área de estudio y la profesión, responsabilidad social y compromiso ciudadano, capacidad de comunicación oral y escrita, habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, capacidad crítica y autocrítica, capacidad para actuar en nuevas situaciones, capacidad creativa, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, capacidad para tomar decisiones, capacidad de trabajo en equipo, habilidades interpersonales, capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes, capacidad para formular y gestionar proyectos y compromiso con la calidad.* Pero además, permite fortalecer competencias específicas como: *ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización, administrar y desarrollar el talento humano en la organización y utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.*

El coordinador del proceso: En calidad de coordinador u orientador de este proceso, deberá estar un profesional que pueda transmitir experiencias a los participantes, de tal manera que enriquezca el proceso de formación y desde luego el ejercicio de la simulación. Para el Doctor Andrés Rocha, ex rector de la Universidad del Tolima y actualmente catedrático de la misma: “Idealmente, un profesor universitario debería tener un profundo conocimiento de su especialidad, complementado con una perspectiva interdisciplinaria de la misma; amplia cultura general; una adecuada formación pedagógico-didáctica, en aspectos relativos a los fines de su práctica docente (planeación, metodología y evaluación del aprendizaje); una buena competencia comunicativa; vocación docente, lo que implica pasión por aprender y por

enseñar; e interés y competencias por la investigación”. Pero para el mismo autor “En suma, es muy difícil satisfacer las condiciones de un buen profesor”.

Es bien claro que docente universitario que no posee un manejo de su especialidad difícilmente podrá facilitar el proceso enseñanza – aprendizaje y por consiguiente un proceso de simulación. Esto para aquellos profesionales que inician en el mundo de la docencia desde su especialidad, pero para aquellos que inician en la docencia en aquellas áreas en las cuales no es su especialidad y además no ejercen dominio de los contenidos que le han asignado, el ejercicio de la simulación desde la docencia se configura en un verdadero traumatismo para quien debe ser formado.

La labor docente en un proceso de simulación debiera ser la segunda profesión de quienes ya han ejercido la primera (la de su especialidad) y llegan al noble y valioso ejercicio de la docencia con ese valor agregado de conocer el medio al cual han de llegar los estudiantes que en el presente se están formando.

El perfil de quienes intervienen en la Evaluación de informes: Afirmando que en el seno de las Juntas Directivas o Asambleas Generales de las empresas en Colombia y el mundo, se ubican únicamente los más versados de la gestión empresarial, es contradecir el sentido de la democratización de la propiedad que en nuestro país se ha venido fortaleciendo con el proceso de venta de acciones de empresas como ETB, ISA, Ecopetrol, Davivienda, Bancolombia y otras. Sería limitar la posibilidad de que la gente del común acceda a formar parte del grupo de accionistas que a su vez pueden llegar a pertenecer a cualquier órgano de dirección de las empresas. De ahí la importancia de involucrar en las Juntas Directivas y Asambleas Generales de la simulación a empresarios de la región, invitados, estudiantes, docentes y egresados.

El sistema de evaluación: La evaluación de un proceso de simulación para el aprendizaje debe estar integrada por una *evaluación objetiva* y una *evaluación intersubjetiva*. La primera debe corresponder a la forma como se evidencia el proceso de aprendizaje de las habilidades o competencias del saber y saber hacer, la segunda debe corresponder a la actitud evidenciada en

cada uno de los participantes y tiene que ver con las competencias del ser. En la *evaluación intersubjetiva* se debe reflejar competencias como: *el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización, capacidad para organizar y planificar el tiempo, capacidad para actuar en nuevas situaciones, capacidad creativa, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, capacidad para tomar decisiones, capacidad de trabajo en equipo, habilidades interpersonales, capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes*, entre otras. De esta manera estamos contribuyendo al fortalecimiento de competencias que los empresarios del presente reclaman en sus colaboradores.

Las ventajas de la simulación gerencial

El proceso de simulación para el aprendizaje de las finanzas y el desarrollo de competencias tiene las siguientes ventajas en la dinámica del proceso de enseñanza – aprendizaje:

-El simulador computarizado se convierte en un mecanismo dinámico de aprendizaje y fortalecimiento de competencias generales y específicas en el ámbito de la administración de empresas, que exige alta participación de los participantes en la dinámica del proceso de simulación.

-Permite aplicar herramientas que fortalecen el aprendizaje de lo que es y será útil a las situaciones reales y propias que ha de experimentar cada participante en el papel o rol a desempeñar en la simulación gerencial y en las exigencias de su cotidianidad como profesional.

-Ofrece al participante una experiencia práctica, que le permite decidir cómo y cuándo utilizar un procedimiento estratégico adecuado.

-Crea alta motivación e interacción al aprovechar y explotar el espíritu de competencia innata en los participantes.

-Brinda al participante la oportunidad de evaluar rápidamente los resultados de sus propias actuaciones y reorientar sus decisiones futuras.

-Facilita espacios al estudiante para que desarrolle la habilidad de gestión a través de la organización de eventos y el manejo de conflictos del mundo empresarial.

-Permite la optimización del tiempo, en la medida en que un periodo cualquiera, por largo que sea (Meses, trimestres, semestres o años) puede transcurrir en tiempo real de minutos u horas.

-Se anula el riesgo de comprometer recursos reales

en el proceso de toma de decisiones a través de la simulación.

-Las simulaciones se pueden ajustar a las dinámicas de los mercados reales.

Este ejercicio de la simulación computarizada cambia el esquema de ver la gestión empresarial como una aplicación simple de la academia. (Estrada, 2008) afirma:

Existen técnicas innovadoras que han surgido para dar un nuevo giro a la filosofía empresarial: investigación operativa, procesamiento electrónico de datos, tecnología informática, simulación computarizada, análisis matemático, comunicación digital -que fueron utilizadas inicialmente para actividades rutinarias- y operaciones programadas que fueron aplicables con el personal administrativo (Chen, 2005; Foss, 2001a; Simon y Lave, 1998).

Para (Andrey, 2006): “Actualmente vivimos en la era de la simulación, ya que para las instituciones es mucho más barato y seguro capacitar a su personal al frente de una computadora con ambientes semejantes a los que se puede enfrentar en la realidad”.

Los inconvenientes y el concepto de quienes han participado en el ejercicio de la simulación gerencial

Por tratarse la simulación de una herramienta en el desarrollo de estrategias pedagógicas, se pueden presentar inconvenientes que corresponden a la forma como éste proceso se desarrolla y que pueden ser:

-La dificultad en el proceso por la utilización de simuladores computarizados que desconocen el entorno de las competencias a desarrollar y/o fortalecer.

-Demasiada inclusión de variables problema en los simuladores computarizados que el participante no puede involucrar en la toma de decisiones. Cuando se trata especialmente de simuladores generales.

-Desconocimiento del objetivo real de los procesos de simulación. En ocasiones los participantes inician la toma de decisiones sin conocer el objetivo general y objetivos específicos de la dinámica de la simulación.

-La forma de evaluar los resultados en los participantes. Es común encontrar docentes que se limitan al *evaluación objetiva* y dejan de lado la

evaluación intersubjetiva; que debe medir aspectos de actitud en los participantes, aspectos estos que reclaman los empresarios de nuestros tiempos.

-El realismo que se desconoce o se deja de lado en algunos procesos de simulación. La exactitud en la toma de decisiones y los resultados, es situación propia de la administración de empresas, razón por la cual el realismo incorporado en el simulador es factor fundamental para los mejores resultados del proceso. Sin embargo, es importante tener claro que es imposible incorporar todos los fenómenos que se manifiestan en los procesos de toma de decisiones gerenciales.

En procesos de simulación gerencial desde la formación universitaria, es común encontrar las siguientes apreciaciones por parte de los estudiantes, las cuales se han venido recopilando en cada proceso de simulación finalizado. A continuación se relacionan apreciaciones de algunos estudiantes de programas de Ciencias Económicas y Administrativas que en forma anónima se han recopilado a lo largo de estos años de aplicación de la simulación en el proceso de aprendizaje:

-“Es realmente un escenario de la vida real para un empresario, es enfrentarse a una situación que muchas veces parece incómoda y tensionante. Pero el aporte más grande es dimensionar las reacciones y actitudes que como administrador se deben tomar”.

-“La simulación hace un aporte grande a la formación del futuro profesional, porque esta da las pautas para enfrentar la vida real”.

-“Los Juegos de simulación aplicados a nivel empresarial son un excelente ejercicio académico, pues permiten reunir y aplicar todas las herramientas aprendidas a lo largo de la formación universitaria. Todos los conceptos teóricos de los ejes principales son aplicados en el proceso de simulación”

-“La simulación nos prepara para las asambleas, juntas y reuniones con altos directivos en la vida real. Presionan, tensionan, estresan, experimentamos la sensación de altos cargos y de la responsabilidad en la toma de decisiones”.

-“Aporta muchísimo al trabajo en equipo, obliga a entender, aceptar y corregir el trabajo de todos los integrantes”.

-“Permite desarrollar la recursividad del estudiante, permite tomar medidas cuando el

grupo de trabajo tiene falencias, permite atender la responsabilidad del trabajo sin comprometer la amistad y permite flexibilizar tareas y responsabilidades sin comprometer las actividades personales”.

-“Me ayudó mucho a saber cuáles son mis fortalezas y mis debilidades”.

-“Es muy bueno porque permite simular eventos de la vida real, enfrentándonos a situaciones que nos preparan para la actividad laboral”.

-“Sinceramente nos entregamos y estresamos con la asignatura porque nunca habíamos estado en contacto con este tipo de metodología”.

-“La simulación Gerencial es un curso que aporta grandes habilidades y conocimientos al estudiante, puesto que lo posiciona en el rol de gerentes en escenarios reales, con situaciones difíciles para que el estudiante demuestre sus capacidades y desarrolle competencias para ser capaz en el futuro de enfrentar y demostrar sus conocimientos a lo largo de la carrera”.

Estos aspectos nos llevan a ser conscientes de la necesidad de aportar mediante nuevas estrategias y tecnologías al desarrollo de las competencias de nuestros estudiantes. La simulación es una experiencia para los estudiantes y como tal de ella se aprende, así lo dijo Randolph Frederick Pausch; Ingeniero de Sistemas y profesor considerado como uno de los líderes de la tecnología virtual y de los videojuegos. Prestigioso profesor de la universidad norteamericana de Carnegie Mellon: “Si no consigues tus sueños, puedes conseguir mucho intentando conseguirlos. Me encanta esa frase que dice: Experiencia es lo que tú consigues, cuando no consigues lo que quieres”. El mismo prestigioso profesor en otra oportunidad manifestó: “Si yo fuera pintor, hubiera pintado para mis hijos. Si yo fuera músico hubiera compuesto música. Pero soy profesor, así que di una lección.”

Para Cuadrado, Fernández, Carrasco (2010):

Los juegos de simulación empresarial constituyen una metodología docente de especial importancia, ya que permiten acercar al alumno a la realidad empresarial, donde como es conocido, ejercitar actuaciones y comprobar sus efectos reales es prácticamente imposible. Así, gracias a estos simuladores de la realidad económica, los alumnos pueden tomar decisiones y observar sus resultados valorando la eficacia de las mismas. Por tanto, el alumno comienza a tomar conciencia de

las circunstancias reales que se encontrará en su futura actividad empresarial.

Conclusiones

La formación del presente y para el futuro debe orientarse al desarrollo y fortalecimiento de competencias.

La formación de los administradores de empresas debe involucrar el desarrollo de competencias del saber, del saber hacer y del ser, que se han identificado mediante el trabajo del proyecto Tuning para América Latina.

Parte de las competencias del profesional en administración de empresas deben involucrar aspectos como: el entendimiento estratégico, el trabajo en equipo, la orientación a objetivos, la integridad personal y el liderazgo.

Para atender los requerimientos de los empresarios modernos, es indispensable innovar en los métodos de enseñanza, es importante que el estudiante se enfrente a situaciones de la vida real y que actúe de manera productiva y no reproductiva. Desde esta necesidad el desarrollo tecnológico expresado en el diseño de simuladores computarizados tiene un aporte fundamental.

La simulación gerencial es la forma más práctica de acercarse a la realidad de los acontecimientos que tienen que ver con la dinámica empresarial.

Un proceso de simulación productivo debe involucrar: Un excelente simulador, un orientador con la experiencia de lo que se simula, unas etapas claras de la simulación, un grupo de directivos que sirvan de Junta Directiva o Asamblea General y un sistema de evaluación que posea el componente objetivo e intersubjetivo.

Un proceso de simulación para el aprendizaje y el desarrollo de competencias, debe disponer de un manual de la simulación en general, un manual para el participante y un manual para el facilitador. Estos instrumentos producto del desarrollo de tecnologías para el aprendizaje facilitarán el proceso de entendimiento de las condiciones de la simulación y será el apoyo permanente para todos los involucrados en el mismo.

La simulación como herramienta en el contexto de las TIC, ofrece grandes ventajas de trabajo en equipo, competencia, creatividad, recursividad, experiencia, seguimiento, optimización de tiempo y anulación total del riesgo de manejo de recursos, entre otras.

Utilizar el simulador computarizado como

mecanismo dinámico de capacitación, exige alta participación de los jugadores en el proceso de aprendizaje.

Las TIC desde la utilización de simuladores computarizados para la formación de administradores de empresas, permite a los estudiantes aplicar herramientas que fortalecen el aprendizaje de lo que es y será útil a las situaciones reales y propias que ha de experimentar cada jugador en el papel de gerente de empresa.

La simulación computarizada ofrece al jugador una experiencia práctica, que le permite decidir cómo y cuándo utilizar un procedimiento estratégico adecuado.

Los programas de simulación computarizada crean alta motivación e interacción al aprovechar y explotar el espíritu de competencia innata en los participantes.

Las Tecnologías de la información y las comunicaciones brindan al estudiante la oportunidad de evaluar rápidamente los resultados de sus propias actuaciones y reorientar sus decisiones futuras.

Literatura citada

- Álvarez, C., González E. (2002). "El proceso educativo". Lecciones de didáctica general. Colombia: Editorial magisterio.
- Andrey, V., (2006). Opinión - Vale la pena vivir la simulación; source: El economista]. Noticias Financieras. <http://search.proquest.com/docview/465888131?accountid=41931>
- Cuadrado, M., Fernández, M., & Carrasco, J.; (2010). Los juegos de simulación empresarial a través de la educación a distancia: aplicación del juego intop en estudios de posgrado. <http://search.proquest.com/docview/1288079458?accountid=41931>
- Rodriguez, D. (2012). "La simulación ya no es una opción sino una necesidad". Diario Médico. <http://search.proquest.com/docview/1038833678?accountid=41931>
- Estrada, F., (2008). Economía y racionalidad de las organizaciones. Los aportes de herbert A. Simón. Revista de Estudios Sociales.
- LABSAG. (2010). Web site: <http://www.gerentevirtual.com/es/index.php/simuladores-de-negocios/historia-y-eficacia-de-la-simulacion/>

Reflexiones en torno a las políticas públicas

Carlos Alberto Gómez Cano¹
Libardo Ramón Polanía²
Gonzalo González Hernández³

Recibido 29 de abril de 2016
Aceptado 30 de mayo de 2016

¹Especialista en Gestión Pública, Escuela Superior de Administración Pública ESAP

²Docente de la Universidad de la Amazonia

³Profesor Titular e Investigador del Centro de Estudios de Educación, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. Santa Clara, Cuba.

Resumen

El Estado, como una meta-estructura creada producto de las interacciones sociales, trajo consigo la creación de organismos como el gobierno. Éste, desde una forma plana, se considera como el ejecutor de los fines estatales, por lo que se ve obligado a configurar estrategias de intervención; como es el caso de las políticas públicas. Se realizó una revisión documental que permitiera generar categorías de análisis en torno a las políticas públicas y su papel en el gobierno y la gestión pública. Se generaron tres categorías de análisis: 1) respecto al concepto, encontrando algunos elementos en común; 2) referente a la elaboración e importancia, donde se corroboró la importancia y rigurosidad que deben acompañar los procesos de creación de las políticas públicas, así como el papel relevante que poseen en la sociedad; y 3) sobre los retos de las políticas públicas, identificando que su principal desafío está en evolucionar paralelamente con las necesidades sociales. La pertinencia y efectividad de las políticas públicas son elementos indispensables para su producción, a la par, se convierten en una forma de evaluación de la gestión gubernamental.

Palabras clave: Estado, políticas públicas, gestión pública

Abstract

The State, as a created meta-structure, product of the social interactions, has brought with it the creation of bodies such as the government. The government is considered the executor of state purposes, for what it is forced to set up intervention strategies, as in the case of public policy. A documentary review was performed in order to generate categories of analysis around public policies and its role in government and public administration. Three categories of analysis were generated: 1) regarding the concept, finding some common elements; 2) concerning the development and importance, where there was corroborated the importance and rigor that there must have the public policies' creation processes, as well as the relevant role they have in society; and 3) on the challenges of the public policies, identifying as its main challenge to evolve at the same time with social needs. The relevance and effectiveness of public policies are essential elements for its production, which in turn becomes a way of government management assessment.

Key words: State, public policies, public management

Introducción

Estado y Administración Pública, aproximaciones

El abandono del sistema nómada para darle paso al sedentarismo, trajo consigo una serie de cambios en las estructuras sociales de la humanidad (Campillo, 2009; Cabrera, 2011). La naturaleza social de los seres humanos es innegable, tal y como lo afirmó Aristóteles, los seres humanos son animales políticos por naturaleza (Tierno, 2007), no obstante, existen otras posiciones en torno a que la socialidad o politicidad es antinatural, producto de un accidente natural (Rosler, 2002). Sea cual sea el origen de esa constante necesidad de asociación, lo realmente irrefutable es que los seres humanos poseen marcadas tendencias de asociatividad.

Estos cambios generaron nuevas estructuras de organización social, las cuales afectaron todas las dimensiones del ser, es decir, el campo político, administrativo, económico y cultural. Las

nacientes sociedades iniciaron con nuevas dinámicas de organización, que si bien es cierto no fueron concebidas como tal en sus inicios, siempre han cumplido una función reguladora de la vida en comunidad (Gómez, 2015).

Las mencionadas estructuras organizacionales respondieron a la necesidad de constituir la dinámica entre los crecientes núcleos sociales, lo cual, visto desde una percepción moderna, no fue otra cosa que tratar de administrar algunas cuestiones que, por la dinámica misma de su nuevo modelo organizativo, empezaban a pertenecer a todos, dando vida a los primeros cimientos de la administración pública y la organizacional estatal. En palabras de Lozano (2005), la equivalencia del Estado con lo público, genera una percepción social de equivalencia en torno a lo público y lo comunitario.

En tal sentido, conviene realizar una revisión conceptual en torno al Estado y la Administración Pública, pues aunque comúnmente sean

*Autor para Correspondencia: carlosgomez325@gmail.com

considerado conceptos equiparables por su estrecha relación, no lo son, pues la Administración Pública presupone la existencia de un Estado (Pichardo, 2002). Es decir, la Administración Pública surge como un elemento del Estado, entre otras cosas, para constituir el esqueleto administrativo de lo público, buscando cumplir con los fines estatales.

Isuani (2012), expone que dentro de las varias definiciones que desarrolla en torno al tema, concibe al Estado como una metaestructura creada para proteger los habitantes y su territorio de amenazas externas y caos interno, también sostiene que para el cumplimiento de su actuar demanda la existencia de instituciones gubernamentales. Por otro lado, Ramírez (2000, p. 46), sustenta que desde una posición legalista, el Estado es *“una persona jurídica formada por una comunidad política, asentada en un territorio determinado y organizada soberanamente en un gobierno propio con decisión y acción”*. Igualmente, sostiene que fue creado por la sociedad para suplir las imperfecciones de la misma.

En el mismo sentido, retomando a Pichardo (2002), quien bajo una posición teórica sociológica, concibe al Estado como una unidad colectiva de asociación; Jessop (2002, pp. 7), lo define como *“un conjunto de instituciones, organizaciones, fuerzas sociales y actividades, incrustadas y reguladas socialmente, seleccionadas de manera estratégica y organizadas alrededor de la toma de decisiones que son vinculantes colectivamente para una comunidad política imaginaria”*

Todas las definiciones consultadas han sido forjadas por diferentes autores, momentos y contextos, sin embargo, tienen algo en común, y es concebir al Estado como una estructura organizacional con incidencia política, económica y social sobre un pueblo, además del rol benefactor y proteccionista que siempre le ha sido adjudicado. Lo anterior, conlleva a pensar que el Estado es un abstracto producto de la sociedad, y que como tal, evoluciona paralelamente con esta, es decir, el Estado es una metaestructura flexible que debe adaptarse a los contextos sociales, pues es su deber salvaguardarlos.

Sobre el particular, Priego (2010), sostiene que el Estado no es el mismo desde su origen, lo caracteriza como un fenómeno en constante evolución, el cual se ha gestado desde formas organizativas simples hasta grandes y complejas dimensiones. Igualmente, sostiene que éste se originó en la forma primitiva del ser humano,

pasando por una serie de transformaciones propias de la organización social, hasta llegar al actual modelo Estado-Nación, que se funda en el reconocimiento de la personalidad jurídica de cada uno y en la aceptación de la interacción con las entidades propias de su quehacer.

Por otro lado, al sumergirnos en la literatura para la búsqueda del concepto de Administración Pública, se encontró una gran variedad de conceptos, por ejemplo, Guerrero (1985), expresa que la Administración Pública hunde sus raíces en el seno de la sociedad y condensa altamente la naturaleza social, es decir, que la administración es un resultado natural de la asociatividad del hombre. En una posición similar, Pérez (2011), propone una definición en torno a los procedimientos, estructuras, procesos y participación en la toma de decisiones y ejecución de los planes gubernamentales, donde la Administración Pública tiene un rol protagónico.

Naranjo (2011), concibe que los fines misionales de la Administración Pública versan sobre el cumplimiento de las políticas, funciones, planes, programas y proyectos, a cargo del Estado y cada una de sus reparticiones. Por su lado, López (2011), afirma que el término Administración Pública hace referencia a una multiplicidad de actividades que el Estado realiza para la consecución de sus fines, además, sostiene que la Administración Pública es un término de límites imprecisos que cobija el conjunto de organizaciones públicas que realizan la función administrativa y de gestión del Estado, permitiendo la generación de contacto directo con la ciudadanía, buscando así satisfacer las necesidades e intereses públicos.

Lo anterior permite evidenciar que Estado y consigo la Administración Pública, como muchos otros fenómenos inherentes a la vida misma de los seres humanos, ha sufrido una serie de cambios, armonizaciones y reingenierías, buscando responder siempre a las nuevas tendencias organizativas de la sociedad. Así las cosas, existe un inquebrantable vínculo entre el Estado, la Sociedad y la Administración Pública, toda vez que, desde el origen mismo de la humanidad se han generado procesos y escenarios que integran estos tres actores.

La operacionalización del Estado

En el apartado anterior se abordó el concepto de Estado como una metaestructura organizacional que, entre otros fines, persigue la generación de

bienestar en la sociedad, teniendo entonces un rol regulador y benefactor de la población. Igualmente, al interiorizar en el concepto de administración pública, se sostuvo que esta, por ser parte del Estado, evoluciona conforme a sus necesidades, definiéndola como las estructuras creadas para la materialización de los cometidos estatales.

Sin embargo, ni el Estado ni la Administración Pública operan de manera remota e independiente, pues por ser producto de una acción humana, su operacionalización dependerá de quienes sean designados para liderar sus rumbos (De Cardona, 1967). En un estado social de derecho, como es el caso de Colombia, la dirección de la Administración Pública se obtiene a través de un proceso democrático, donde se constituye el gobierno; quien se deberá ocupar de direccionar la población y sus recursos para la búsqueda del bien común (Noguerón, 2010).

Ahora bien, al establecer que el gobierno es el nombre que recibe el conjunto de personas que estarán al frente de la Administración Pública, es preciso establecer que sus acciones o gestiones, deberán responder a las necesidades de la sociedad que lideran. Es decir, que sus determinaciones se convertirán en gestión pública, situación que traslada su accionar de decisiones simples a complejas disposiciones y medidas de carácter general, para el conjunto de la sociedad.

En tal sentido, Sánchez (2001), expone que la gestión pública es el conjunto de mecanismos, políticas y acciones para una adecuada coordinación, dirección política, acuerdos y consensos para implementar las Políticas Públicas con el apoyo y colaboración de los diferentes actores políticos dentro de la esfera del gobierno (poder legislativo y poder judicial), así como de actores fuera de este ámbito como ONGs, organizaciones de voluntarios y las llamadas organizaciones del "tercer sector".

Sin embargo, este concepto también ha sido reestructurado, pues como se ha mencionado anteriormente, la actividad política evoluciona de manera simultánea con la sociedad, por lo que sus cambios son constantes. En este tenor, García (2007), propone la nueva Gestión Pública como una evolución de la Gestión Pública, la cual propende por la creación de una administración eficiente y eficaz, es decir, una administración que satisfaga las necesidades reales de los ciudadanos al menor coste posible, para lo cual introduce

mecanismos de competencia que incentiven la atención de los usuarios y los servicios de calidad. Por otro lado, Schröder (s.f.); Arellano & Cabreo (2005) & Chica (2011), proponen que el nuevo paradigma de la Gestión Pública, implica superar los modelos de gestión tradicional y paquidérmicos, que hacen hincapié más en la eficiencia de los medios que en sus fines y resultados, para dar paso a nuevos escenarios de gestión integral, bajo espacios más contextualizados y de cara a la ciudadanía. Los autores proponen una reingeniería del concepto, aplicando tendencias modernas a los procesos de gestión.

Sin embargo, pese al surgimiento de nuevos paradigmas sobre la gestión pública, es indiscutible que uno de los elementos más usados para la materialización de los fines del Estado, que demuestran la intervención del gobierno, y que de su impacto puede llegar a clasificarse la eficiencia de los gestores públicos, son las Políticas Públicas. Es decir que, de una forma plana y sencilla, las Políticas Públicas se convierten en una de las estrategias de intervención más fuerte que tiene la Administración Pública.

Es por lo anterior, que el presente manuscrito pretende hacer un análisis del marco conceptual que acompaña los entendidos alrededor del Estado, la Administración Pública y por su puesto las Políticas Públicas, reconociendo que es común encontrar apropiaciones erradas tanto de los conceptos como de las relaciones que existen entre unos y otros.

Metodología

El presente ejercicio de revisión, se forjó bajo un enfoque cualitativo, a través de la implementación de un método documental y descriptivo. De lo documental da cuenta la revisión hecha a tesis, artículos científicos, investigaciones, consultorías y estudios; el componente descriptivo yace en la extracción de información relevante sobre las políticas públicas y su papel en la administración gubernamental. En tal sentido, la investigación se realizó en el siguiente marco:

-Fase de búsqueda, se examinaron documentos relacionados con el objeto de estudio, logrando identificar las posiciones y puntos de vista sobre un mismo fenómeno.

-Fase de clasificación y sistematización, se realizó una rejilla de análisis plana, donde se

categorizaron los hallazgos de la fase de búsqueda, estableciendo tres categorías de discusión: conceptos, elaboración e importancia y retos de las Políticas Públicas.

-Fase de resultados y conclusiones, luego de establecer las categorías, se forjó un hilo conductor entre las mismas, lo que permitió generar una posición en torno al tema producto de la triangulación de la información.

Es así como el presente manuscrito se constituye en un artículo de revisión, el cual siguiendo a Vera (2009), presenta un estudio pormenorizado, selectivo y crítico sobre las Políticas Públicas y su importancia como elemento de intervención gubernamental, logrando de esta manera establecer un punto de vista sobre la realidad analizada (Montenegro, 2013).

Resultados y discusión

El concepto de política pública

En el apartado anterior, se abordó el concepto de gobierno y gestión pública, además, se hizo hincapié en el papel protagónico que tienen las Políticas Públicas como una estrategia del accionar estatal; Gómez (2015), propone a las Políticas Públicas como la materialización del pensamiento estratégico de la gestión pública, las cuales han de ser caviladas y forjadas para la materialización de los fines sociales del Estado.

Sin embargo, antes de continuar con un análisis de las Políticas Públicas y sus acciones resultantes, conviene realizar un rastreo de sobre su definición, con el propósito de consolidar puntos de acción y de esta manera proveer una mejor disertación en torno al tema. En consecuencia, se realizó la siguiente matriz:

Matriz Concepto de Política Pública

Autor	Definición
Dye (1972, p. 2)	Todo lo que un gobierno decide hacer o no hacer
Meny & Thoenig (1989, p. 9)	Los programas de acción de una autoridad pública en un sector de la sociedad o en un espacio geográfico
Salazar (1995,p.30)	El conjunto de sucesivas respuestas del Estado frente a situaciones consideradas socialmente como problemáticas
Lahera (2004, p.7)	Tanto la política como las políticas públicas tienen que ver con el poder social. Pero mientras la política es un concepto amplio, relativo al poder en general, las Políticas Públicas corresponden a soluciones específicas de cómo manejar los asuntos públicos
Medellín (2006, p. 107)	El dispositivo de gobierno por excelencia, a través del cual se pone en marcha y se imprime una determinada velocidad a la maquinaria gubernativa
Kraft & Furlong (2007,p. 5)	Curso de acción o inacción gubernamental en respuesta a problemas públicos
Velásquez (2008, p.8)	Política Pública es un proceso integrador de decisiones, acciones, inacciones, acuerdos e instrumentos, adelantado por autoridades públicas con la participación eventual de los particulares, y encaminado a solucionar o prevenir una situación definida como problemática. La Política Pública hace parte de un ambiente determinado del cual se nutre y al cual pretende modificar o mantener.
Aguilar & Lima (2009, p.3)	Consiste en ser un conjunto de acciones intencionales y causales, orientadas a la realización de un objetivo de interés / beneficio público, cuyos lineamientos de acción, agentes, instrumentos, procedimientos y recursos se reproducen en el tiempo de manera constante y coherente
Ruiz & Cadénas (s.f.)	El conjunto de actividades de las instituciones de gobierno, actuando directamente o a través de agentes, y que van dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos
Arellano & Blanco (2013,p.19)	Las Políticas Públicas son antes que nada una forma particular de decidir y ejecutar las acciones de gobierno, pero no la única posible. Dichas decisiones y su puesta en marcha varían de país en país dependiendo principalmente del sistema político de cada nación, pero también de la tradición y cultura locales, y el asunto a tratar, entre otros factores

Elaboración: Los autores.

Las definiciones planteadas obedecen a distintos autores, momentos de la historia y contextos políticos, lo que explica la variedad de conceptos, expresiones, actores y posturas involucradas. No obstante, al revisar al detalle, existen algunos puntos en común dentro de estas, las cuales de manera general se pueden condensar en ver a las políticas públicas como “acción”, “solución” “mejoramiento” “bien común” y “gobierno”, es decir, que el concepto de Políticas Públicas, siempre estará ligado al actuar del Estado, materializado por el gobierno y su gestión, a través de acciones que buscan el mejoramiento de las condiciones de la sociedad, generando la solución de problemas y propendiendo por el bien común.

Finalmente, es pertinente analizar lo planteado por Lahera (2004), quien sostiene que las Políticas Públicas son un factor común de la política y de las decisiones del gobierno y de la oposición; a su vez, parte fundamental del quehacer del gobierno se refiere al diseño, gestión y evaluación de las Políticas Públicas. Igualmente, sostiene que la búsqueda recíproca de la política y las políticas públicas representa una modernización de la esfera pública, además especifica que, entre otras, las políticas públicas pueden: acotar las

discusiones políticas, diferenciar problemas y soluciones de manera específica, precisar las diferencias, vincular los temas a soluciones más amplias o secuenciales, plantearse esfuerzos compartidos, participar de manera específica.

Elaboración e importancia de las Políticas Públicas

Las Políticas Públicas como procesos integradores de las acciones del Estado, las necesidades de la población y el actuar gubernamental, requiere de un proceso de elaboración riguroso, disciplinado y contextualizado, que permita que su diseño responda realmente a los requerimientos sociales, alejando de las constantes críticas de incrementos de la burocracia y el paradigma de inoperancia que ronda el accionar de lo público. Sobre el particular, se encontraron varios planteamientos respecto al protocolo que se debe seguir para la consolidación de una Política Pública, dentro de los cuales, se encuentran: Protocolos para la Elaboración de las Políticas Publicas (PP).

Del anterior esquema se puede afirmar que, pese a la diferencia que puede existir en la metodología

Protocolos para la Elaboración de las Políticas Publicas (PP)

Ministerio del Interior de Chile (2009)	Ortegón (2008)	Jones (1970) citado por Jiménez & Ramírez (2008)
Incorporación de la problemática en la agenda publica	Fase de diseño o contenido	Identificación del Problema
Formulación del problema objeto de la PP	Fase de discusión y concertación	Formulación de Alternativas
Determinación de la solución al problema	Fase de ejecución	Decisión
Explicitación de la PP	Fase de seguimiento y evaluación	Implementación
Implementación y Ejecución de la PP		Evaluación
Seguimiento y evaluación a la PP		Terminación

Alcaldía de Bogotá (2011)

Fase I Elaboración de la Agenda Pública: Identificación del marco de referencia e Identificación del problema, situación prioritaria o potencialidad.

Fase II Formulación: selección de alternativas posibles; definición y desarrollo de la estructura de la PP; elaboración del documento técnico de la PP.

Fase III Adopción de la decisión: Elaboración y trámite del proyecto de acto administrativo.

Fase IV Implementación: Implementación de la PP

Fase V: Evaluación: Seguimiento y Evaluación a la PP.

Elaboración: Los autores

de los protocolos, todas tienen fases básicas como la identificación, la formulación, la ejecución y el seguimiento o evaluación. En tal dirección, Gómez (2010), sustenta que las fases de los ciclos de las Políticas Públicas son interdependientes y de su correcta sincronía dependerá el éxito en su desarrollo, en palabras de Lindblom (1991), la rigurosidad del proceso más allá de una formalidad administrativa, es producto de una imperiosa necesidad de abordar de forma correcta los problemas sociales, permitiendo de esta manera que las Políticas Públicas puedan cumplir cabalmente su propósito, es decir, satisfacer las necesidades de los clientes por excelencia del Estado, los ciudadanos (Bardach, 1998).

Ahora bien, en términos de importancia de las Políticas Públicas, existen varios planteamientos teóricos al respecto, por ejemplo, para Hernández (1999), las Políticas Públicas son una decisión relativa a la selección de alternativas en relación a la sociedad, las cuales tienen como misión la solución de problemas públicos, siendo este el atributo de mayor importancia en su filosofía. En el mismo sentido, González (2005), sustenta que la importancia de las Políticas Públicas, entre otras cosas, radica en una intervención acertada del Estado paralelamente a un eficiente manejo de los recursos. Por otro lado, Medellín (2004), afirma que además de ser una estrategia de intervención gubernamental, las Políticas Públicas son un instrumento de poder de los gobiernos para mantener o alterar el orden existente.

Las anteriores posiciones, permiten afirmar que la importancia de las Políticas Públicas radica en el poder de intervención sobre la sociedad, es decir, son un instrumento del gobierno para el desarrollo de los fines esenciales del Estado, situación que les otorga una posición especial y relevante en el trasegar de la cosa pública, pues se configuran como una herramienta para la solución de problemas, la calidad de vida y la disminución de las desigualdades (PNUD, s.f.). En palabras de Cardona & Cardona (2008, p.15), la importancia de las Políticas Públicas radica en que son *“programas de acciones que reflejan procesos de toma de decisiones, y a través de los cuales el Estado busca modificar comportamientos que impacten en situaciones socialmente relevantes”*.

Retos de las políticas públicas

Como se evidenció en los capítulos anteriores, las Políticas Públicas son instrumento de intervienen

gubernamental para la generación de una sociedad más justa, equilibrada y benéfica para la ciudadanía, situación que obedece al cumplimiento de los fines esenciales del Estado (Rivera, 2014). En tal sentido, los retos de las Políticas Públicas estarán definidos en términos de pertinencia, eficiencia e impacto. Sobre el particular, Tamayo (1997), afirma que la acción de los gobiernos será legitimada solo a través de Políticas Públicas eficaces y que la congruencia de las mismas es uno de los principales retos en su elaboración.

Por su lado, Arroyave (2011), sustenta que se debe tener claro el concepto de integralidad y articulación en las Políticas Públicas, logrando de esta manera una verdadera atención global a las problemáticas y sus consecuencias, a contrario sensu, se tendrán una serie de iniciativas desarticuladas, incapaces de atender de manera conjunta la población. Así las cosas, otro de los retos de las políticas públicas esta dado en términos de articulación y cohesión, pues todas las iniciativas gubernamentales deben trabajar en forma solidaria.

Gasteiz (2011, p.11), expresa que: *“Los poderes públicos no deben esquivar la responsabilidad de respetar y promover los derechos económicos y sociales. Es precisamente en tiempos de crisis cuando se pone en juego el auténtico valor de los derechos humanos”*, lo anterior, genera un nuevo reto para el gobierno y especialmente para las Políticas Públicas como su mecanismo de intervención, pues estas deben garantizar el bienestar integral, además, deben actuar como agente de regulación en las coyunturas sociales.

Otro de los importantes desafíos que rondan las Políticas Públicas están relacionados con el control, evaluación y su mejoramiento, pues este ejercicio de retroalimentación permitirá un actuar más contundente con el pasar del tiempo, evitando escenarios como los planteados por Jiménez (2012, p.8), al expresar que:

“América Latina es un fehaciente ejemplo de la debilidad que ha tenido la intervención estatal para resolver problemas en cuanto a mercados, movimientos financieros y cuestiones colectivas que hoy en día desbordan al continente. Aunque no se puede negar que han existido mejoras y progresos en la manera de aplicación de las políticas nacionales aún falta que el Estado pueda lograr una capacidad de acción suficiente y completa para evitar los desniveles que hoy por hoy aún se presentan y mantienen a la región sumida en una era de incertidumbres políticas, económicas y sociales.”

Finalmente, otro de los grandes retos de las

políticas públicas está dado en torno a la multiculturalidad, diversidad y las diferencias propias de los nuevos contextos sociales de nuestros tiempos, sobre el tema, Benavente & Valdés (2014, p. 13), expresan que las Políticas Públicas deben responder a “*un enfoque de igualdad de género las diferencia de otras políticas e impone al Estado nuevos retos en el sentido de considerar la igualdad y la no discriminación en la práctica, reconociendo las necesidades diferenciadas y, en consecuencia, las medidas, contenidos y protecciones específicas a través de dichas políticas*”, lo que demanda un alto componente social y humano en la planeación y diseño de las Políticas Públicas.

Conclusiones

Las Políticas Públicas se configuran como un poderoso instrumento de intervención gubernamental a la sociedad, mediante las cuales el gobierno puede cumplir los deberes y responsabilidades que le han sido asignados, especialmente aquellos que están en el nivel constitucional, adicionalmente, sus resultados se convierten en un elemento de juicio respecto a la eficiencia de la gestión pública, es decir, paralelamente son una forma de evaluar el desempeño de las administraciones.

En cuanto al diseño de las Políticas Públicas, pese a hallarse varios protocolos, lo cual se justifica en los diferentes contextos, modos, tipos y corrientes gubernamentales, existe un marcado énfasis en la importancia y rigurosidad que demandan los procesos de planeación, ejecución, control y seguimiento de las mismas, logrando de esta manera consolidar una política oportuna y eficiente.

En términos de retos y desafíos, las Políticas Públicas tienen una constante exigencia de evolución, pues por considerarse como una herramienta de intervención social para el mejoramiento de las condiciones de la sociedad, estas deben ser sujetos de constantes reingenierías, propendiendo por estar a la vanguardia de los cambios sociales, si se quiere desvirtuar el paradigma de paquidermia que ronda al sector público.

Literatura citada

Aguilar A, CR., Lima F, MA. (2009) *¿Qué son y para qué sirven las políticas públicas?* En: Revista Contribuciones a la Ciencias Sociales, Grupo EUMEDNET. Universidad de Málaga (España).

Alcaldía de Bogotá. (2011). *Guía para a formulación, implementación y evaluación de las políticas públicas distritales*. Adoptada mediante decreto 689 de 2011, Registro Distrital 4805 de enero 2 de 2012.

Arellano G, D., Blanco, F. (2013). *Políticas Públicas y Democracia*, primera edición. Instituto Federal Electoral. México D.F. (México).

Arellano, D., Cabrero, E. (2005). *La Nueva Gestión Pública y su teoría de la organización: ¿son argumentos antiliberales? Justicia y equidad en el debate organizacional público*. En: Revista Gestión y Política Pública, volumen XIV, número 3. Centro de Investigación y Docencia Económicas – CIDE. (México).

Arroyave A, S. (2011). *Las políticas públicas en Colombia. Insuficiencias y desafíos*. En: Revista FORUM, volumen 1, número 1. Departamento de Ciencia Política, Universidad Nacional de Colombia. Medellín, Antioquia (Colombia).

Bardach, E. (1998). *Los ocho pasos para el análisis de las políticas públicas*, primera edición. Editorial: Grupo editorial Miguel Ángel Porrúa. México D.F. (México).

Benavente R, MC., Valdés B., A. (2014). *Políticas públicas para la igualdad de género*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile (Chile).

Cabrera, V. (2011). *El paso del nomadismo al sedentarismo*. Disponible en: <http://lahistoriaupn.blogspot.com.co/>, consultado el 05.04.2016

Campillo, A. (2009). *Nómadas Cosmopolitas*. En: Revista Cuadernos del Ateneo de la Laguna No. 28. San Cristóbal de la Laguna, Santa Cruz de Tenerife (España).

Cardona G, G del P., Cardona E, R. (2008). *Retos en el siglo XXI de las políticas públicas para la infancia en Colombia y el papel de la psicología*. En: Revista Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología, volumen 8, numero 1. Universidad del Bosque, Bogotá (Colombia).

Chica V, S. (2011). *Una mirada a los nuevos enfoques de la gestión pública*. En: Revista Administración & Desarrollo, volumen 39, numero 53. Escuela Superior de Administración Pública – ESAP. Bogotá (Colombia).

De Cardona, J. M. N. (1967). *El concepto teórico y práctico de gobierno según Herman Finer*. En: Revista de estudios políticos, (155), 177-184.

Dye, TR. (1972). *Understanding Public Policy*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.

García S, MI. (2007). *La nueva gestión pública: evolución y tendencias*. En: Revista Presupuesto y Gasto Publico, numero 47. Instituto de Estudios Fiscales, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Gobierno de España.

Gasteiz, V. (2011). *Los retos de las políticas públicas en una democracia avanzada*. Disponible en: http://www.ararteko.net/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_2662_3.pdf, consultado el 08.04.2016

Gómez C, CA. (2015). *Estrategias para el Fomento a la Educación Superior en Colombia: El Caso del Programa Jóvenes en Acción en la Universidad de la Amazonia*. Tesis de Especialización en Gestión Pública, Facultad de Posgrados, Escuela Superior de Administración Pública

- ESAP.

Gómez, J.J. (2010). *El ciclo de las políticas públicas*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. Antigua (Guatemala).

González T, M. (2005). *El estudio de las políticas públicas: un acercamiento a la disciplina*. En: Revista Quid Iuris, año 1, volumen 2. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (México).

Guerrero O, O. (1985). *Introducción a la Administración Pública*. Universidad Nacional Autónoma de México (México).

Hernández, G. (1999). *El Análisis de las Políticas Públicas: Una disciplina incipiente en Colombia*. En: Revista de Estudios Sociales, número 4. Universidad de los Andes, Bogotá (Colombia).

Isuani, EA. (2012). *Tres enfoques sobre el concepto de Estado*. Maestría en Administración Pública, Universidad de Buenos Aires (Argentina).

Jessop, R. (2008). *El futuro del Estado Capitalista*. Editorial: La Catarata. Madrid (España).

Jiménez B, WG., Ramírez Ch, CA. (2008). *Gobierno y Políticas Públicas*. Escuela Superior de Administración Pública - ESAP. Bogotá (Colombia).

Jiménez L, C. (2012). *Falencias y retos de las políticas públicas sociales en américa latina desde comienzos de la crisis hasta hoy, causas de la crisis y futuro iberoamericano*. Universidad de Alicante (España).

Kraft, ME., Furlong, SR. (2007). *Public Policy: Politics, analysis, and alternatives*, 2nd edition, Washington D.C., CQ Press.

Lahera, E. (2004). *Política y políticas públicas*. CEPAL, serie políticas sociales 95. Santiago de Chile (Chile).

Lindblom, ChE. (1991). *El proceso de elaboración de políticas públicas*. Ministerio para las Administraciones Públicas. Madrid (España).

López, B. (2011). *El concepto de Administración Pública*. Disponible en : <https://www.plazapublica.com.gt/content/el-concepto-de-administracion-publica>, consultado el 05.04.2016

Lozano, A. (2005). *Debates sobre lo público*. En: Hacia una definición de lo público, primera edición. Escuela Superior de Administración Pública - ESAP & Universidad Nacional de Colombia. Bogotá (Colombia).

Medellín T, P. (2004). *La política de las políticas públicas: propuesta teórica y metodológica para el estudio de las políticas públicas en países de frágil institucionalidad*. División de Desarrollo Social de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. Santiago de Chile (Chile).

Medellín, P. (2006). *La política y las políticas públicas en regímenes de obediencias endebles*. En Franco, R y Lanzaro, J (coordinadores). *Política y políticas en los procesos de reforma de América Latina*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Meny, Y., Thoening, J.C. (1989). *Les Politiques Publiques*. Paris (Francia).

Ministerio del Interior de Chile. (2009). *Guía*

Metodológica para la Formulación de Políticas Públicas Regionales, primera edición. Departamento de Políticas y Descentralización División de Políticas y Estudios, Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo.

Montenegro M, LA. 2013. *¿Cómo elaborar un artículo de revisión?* Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia. Disponible en: <http://www.umariana.edu.co/EditorialUnimar/art-revision.pdf>, consultado el 18.03.2016

Naranjo, R. D. (2011). *Administración Pública*. Disponible en: <https://rudanasa.wordpress.com/2011/02/25/definicion-de-administracion-publica/>, consultado el 05.04.2016.

Noguerón C, P. (2010). *Reflexiones sobre Nación-Estado, Poder y Gobierno*. En: Revista Cultura Jurídica, número 1. Universidad Nacional Autónoma de México (México).

Ortegón Q, E. (2008). *Guía sobre diseño y gestión de la política pública*. Organización del Convenio Andrés Bello (CAB), el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología "Francisco José de Caldas" (COLCIENCIAS), & el Instituto de Estudios Latinoamericanos (IELAT) de la Universidad de Alcalá (UAH). Bogotá (Colombia).

Pérez A, E. (2011). *La administración pública en el estado moderno: Enfoques teóricos para el análisis de la administración pública*. Tesis de Pregrado. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Buenos Aires (Argentina).

Pichardo P, I. (2002). *Introducción a la nueva Administración Pública de México*, segunda edición. Instituto Nacional de Administración Pública, A.C. (México).

Priego S, G. (2010). *Un Nuevo Modelo de Administración Pública en la Secretaría de Finanzas y Desarrollo Social del Estado de Puebla*. Proyecto de Tesis, Universidad de Puebla (México).

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD. (s.f.). *¿Qué son las políticas públicas?* Disponible en : http://escuelapnud.org/biblioteca/pmb/opac_css/doc_num.php?explnum_id=390. Consultado el 01.04.2016

Ramírez M, J. (2000). *Derecho Constitucional Sinaloense*. Universidad Autónoma de Sinaloa, Facultad de Derecho. Estado de Sinaloa (México).

Rivera Z, DI. (2014). *Las Políticas Públicas Bajo la participación Comunitaria en los Municipios*. Trabajo de grado de Especialización en Finanzas y Administración Pública. Facultad de Economía, Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá (Colombia).

Rosler, A. (2002). *Hobbes y el naturalismo político de Aristóteles*. En: Revista Deus Mortalis, número 1. Buenos Aires (Argentina).

Ruiz L, D. Cadéas A, CE. (s.f.). *¿Qué es una política pública?* En: Revista Jurídica UIS. Universidad Latina de América. Disponible en : <http://www.unla.mx/iusunla18/reflexion/QUE%20ES%20UNA%20POLITICA%20PUBLICA%20web.htm>,

consultado el 01.04.2016

Salazar, C. (1995). *Las políticas públicas. Colección Jurídica, Profesores No. 19.* Medellín, Antioquia (Colombia).

Sánchez G, JJ. (2001). *Gestión Pública y Governance.* Instituto de Administración Pública del Estado de México. Ioluca, México.

Schröder, P. (s.f.). *Nueva Gestión Pública: Aportes para el buen gobierno.* Fundación Friedrich Naumann, Oficina Regional para América Latina (México).

Tamayo S, M. (1997). *El análisis de las políticas públicas. En: La Nueva Administración Pública.* Rafael Bañon y Ernesto Carrillo, Compiladores. Madrid (España).

Tierno, P. (2007). *Ética y política en Aristóteles, Zōion politikón y amistad.* En: Ecos del pensamiento político clásico. Editorial: Prometeo Libros

Velásquez G, R. (2008). *Hacia una nueva definición del concepto "política pública".* En: Revista Desafíos, volumen 20. Universidad del Rosario, Bogotá (Colombia).

Vera C, O. (2009). *Cómo escribir artículos de revisión.* En: Revista Médica La Paz, volumen 15, numero 1.

D i s p o n i b l e e n :
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1726-89582009000100010&script=sci_arttext, consultado el 20.03.2016

La administración de empresas, como ciencia, actividad científica, técnica o arte, una mirada a sus actividades en las organizaciones

Jhohan Eicember Ramos-Pastrana¹

José Eliecer Osorio Erazo¹

Karen Lorena Gutiérrez Cometta^{1*}

Wisler Fernando Gutiérrez Cenon¹

Rosalba Bocanegra Pacheco¹

Recibido 18 de enero de 2016

Aceptado 15 de febrero de 2016

¹Estudiantes Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Universidad de la Amazonia

Resumen

El presente artículo exterioriza una revisión detallada sobre el concepto de administración de empresas, se analizan las bases y orígenes de sus conceptos, las escuelas que originaron su creación, sus principales fundadores, así como los aportes de sus autores más relevantes. El objetivo principal es identificar si ésta es una ciencia o simplemente se usa como una actividad científica, técnica o arte, basada y estructurada en ciencias verdaderas. Por medio del análisis del comportamiento de los administradores, de las técnicas utilizadas y de la destreza que estos poseen durante el desarrollo de sus quehaceres, se sugiere que: 1) la administración de empresas no es una ciencia; 2) ésta solo puede ser vista como una actividad científica si los propios administradores quieren que así sea, pues ellos han sido capacitados para manejar las empresas mediante la utilización de ciencias reguladoras de la administración y así tomar la mejor decisión para el bienestar de sus organizaciones; 3) puede ser vista como una técnica; pero 4) no puede ser identificada como un arte.

Palabras clave: Administradores, investigación, organizaciones

Abstract

This article verbalizes a detailed review of business management concept, analyzing its bases and origins, the schools that led to its creation, its main founders, as well as the contributions of its most important authors. The principal aim is to identify if business management is a science or if it is used as a simple scientific activity, technical activity or as an art based and structured on a real science. As a result of the analysis of the managers' behavior, the techniques used, and the skills showed during the development of their duties, it can be suggested that: 1) business management is not a science; 2) it can only be seen as a scientific activity if managers themselves want so because they have been trained to handle companies using regulatory management science to make the best decision for the welfare of their organizations; 3) it can be seen as a technical; but 4) it cannot be identified as an art.

Key words: Administrators, research, organizations

Introducción

La administración de empresas es hoy una de las disciplinas con mayor éxito, tanto así que prácticamente no existe Universidad pública o privada que no tenga en su oferta académica este programa (Reyes 1993, Huaylupo 2000).

Es importante tener claro lo que en realidad significa "Administración", resulta inapropiado pensar o tratar de establecer un concepto sobre lo que en realidad la administración es y el rol que desempeña en nuestra sociedad, pues este, aun en nuestros días no se encuentra bien definido, por lo tanto varios significados son presentados por diferentes autores (Zwerg-Villegas 2011); uno de los conceptos más básicos es el propuesto por Stoner *et al.* (1996), quienes definen a la

administración como la ciencia, técnica o arte, que utilizando recursos humanos y técnicos tiene como objetivo lograr la mejor producción posible de una empresa, mediante la utilización del menor esfuerzo. Por su parte Aktouf (2009) propone a la administración como una serie de actividades, por medio de las cuales es posible generar producción de bienes y servicios rentables para una empresa con fines de lucro; otros autores tienen definiciones más integrales, donde asocian las actividades humanas con las estructuras económicas, aplicando una funcionalidad y autoridad determinada con objetivos concretos (Lopes 1999), adicionalmente, Hernández *et al.* (2007) con mayor fundamento científico y analizando conceptos propuestos por Fayol y Taylor, conceptúa que la administración debe

*Autor para Correspondencia: gutierrezcometta@gmail.com

responder a una variedad de problemas, donde no necesariamente deben estar enfocados en organizaciones empresariales y que por lo tanto, hay que tratar todos los tipos de organizaciones, teniendo una visión clara de todos los escenarios de la acción de la administración, comprendida en cada una de sus estructuras (Taylor 1976, Ouchi 1979, Kilduff & Mehra 1997).

En relación a otros conceptos de administración vale la pena resaltar el propuesto por Altuve (2012), quien define la administración como la ciencia encargada de planificar, organizar, coordinar, evaluar y controlar cada una de las actividades que se desarrollan en una organización o empresa. Es claro que existen diferentes conceptos sobre administración y de sus roles en la sociedad, por lo tanto, esta la principal razón que nos llevo a discutir el tema en el presente documento.

Por su parte Baltodano & Badilla (2009), Chiavenato (2002) y Jones & Goerge (2003) indican que la administración moderna y contemporánea realizan aportes significativos del proceso administrativo a la gerencia, estos aportes principalmente se ven reflejados en la planeación, organización, dirección, integración y control de personal, adicionalmente integran conceptos importantes que se integran en el proceso administrativo. (i) La planeación; es la primera función de la administración, pretende realizar la organización para el futuro, define los objetivos y tareas de la empresa. (ii) La organización ordena y distribuye el trabajo, define la asignación de recursos; debe concordar con los planes institucionales. (iii) La dirección obedece a que el director influye sobre las personas que realizan determinadas tareas dentro de la empresa, para alcanzar metas organizacionales y grupales, aunado a esto Koontz & Weihrick (2004) el director debe ser el líder quien debe aplicar el arte de influir sobre las personas para que se esfuercen voluntaria y entusiastamente para lograr metas dentro de un determinado grupo. (iv) para la integración y control del personal, resulta importante debido a que solamente de esta forma se puede saber si se están cumpliendo las metas establecidas.

El objetivo principal del presente estudio es el de realizar una revisión sobre el concepto, fundamento y el uso de la administración como ciencia, técnica y/o arte, para aportar información relevante sobre esta actividad que se ha convertido fundamental en la economía de

nuestra región amazónica.

Escuelas de la Administración

Para poder comprender lo que en realidad es la administración debemos entender su origen, cualquiera que sea la actividad de las organizaciones poseen características en común (recurso humano, estructura, selección de personal, etc.), las cuales son primordiales para que la organización tenga un óptimo rendimiento, la administración ha basado su creación en el buen funcionamiento de las organizaciones en escuelas, de las cuales existen dos, (i) Escuela Clásica, a su vez dividida en Escuela de Administración científica y Escuela de Administración Industrial y General y (ii) La Escuela de Relaciones Humanas, estas originaron el quehacer y existencia de la administración de las organizaciones (Gómez 1994, Chiavenato 1999, Velásquez 2002).

Escuela Clásica

Esta escuela se constituye y es fundamentada como el primer acercamiento de la administración utilizando la ciencia en cualquiera de sus organizaciones y factores de trabajo, dentro de la cual existen características compartidas, los enfoques normativos, racional y mecanicista, esta escuela se divide en dos:

Escuela de administración científica

Su principal representante fue Frederick Taylor, aunque Henry Gantt & Frank, así como Lillian Gilberth, también estuvieron influenciando en el origen de esta escuela, la cual se conoce como el punto de partida de la administración moderno-contemporánea, el objetivo principal de esta escuela es el de proponer que las organizaciones sean analizadas científicamente e integralmente en cada uno de sus procesos, buscando encontrar mayor eficiencia y por ende mayor producción en la organización, lo cual es propuesto mediante la implementación de técnicas y métodos que ofrezcan soluciones a las necesidades de racionalización y eficiencia de las organizaciones buscando aumentar la productividad de la organización (Bajari 2001, Padrón 2002, Gibbons 2005, Barba 2010).

Por otra parte Taylor fundamentó sus ideas en otro gran propósito u objetivo, asegurar el máximo de prosperidad al empleador unido al máximo de prosperidad del empleado, donde este máximo de prosperidad para la organización debe verse representada en beneficios monetarios de

ganancia, mientras para el empleado se representa en lograr un mejor de bienestar para el y su familia, debido a esto Taylor formuló su “Teoría de la Motivación” la cual esta basada en esquemas básicos de incentivos, aplicados a la estructuración y supervisión de la empresa (Gorbaneff *et al.* 2009, Zambada & Madero 2012) (Tabla 1).

Por su parte los principales aportes de Gantt, fueron la creación de sistemas de remuneración por incentivos y el desarrollo de gráficos para control y programación de la producción.

Mientras tanto el matrimonio Gilberth, analizó las técnicas del trabajo, buscando la forma más adecuada e idónea de hacer una tarea, desarrollando un método de trabajo con menos costos para la organización y procesos más sencillos para el obrero.

Escuela de administración industrial y general

Su principal representante es Henry Fayol, quien propone la implementación de una administración integral, la cual se debe aplicar a los diferentes tipos de organizaciones, basado en tres propuestas básicas (Tabla 2).

Escuela de relaciones humanas

Fue desarrollada entre los años 1925 y 1939 por Elton Mayo, esta escuela fue implementada debido a que las empresas que presentaban alta producción, daban a sus obreros un buen nivel salarial y excelentes beneficios, se encontraban en un clima hostil y por este motivo los obreros frecuentemente debían ser rotados de su puesto de

trabajo, adicionalmente se detectaron altos niveles de ausentismo e impuntualidad, lo cual era contrario a la producción de la organización, esta escuela se implementa para afrontar y contrarrestar principalmente problemas de tipo antropológicos (comportamiento y convivencias entre obreros) (Chiavenato 1999, Velásquez 2002). Una vez ya conocemos a grandes rasgos las escuelas que originaron la administración podemos centrarnos en los conceptos de investigación científica y analizar si la administración es una ciencia, una actividad científica o un arte.

La investigación científica

El significado de investigación esta definido como la acción o efecto de investigar o indagar; por lo tanto investigar es el actuar mediante hechos comprobables para descubrir, registrar, indagar o averiguar algo (Rae 2001), para la investigación científica ese “algo” deber estar orientado a la generación de nuevo conocimiento, desarrollo e implementación de teorías, las cuales deben ayudar a la solución de determinados problemas (White & Guy 1994, García 1997, Sáenz & Tinoco 1999, Sampieri *et al.* 2006).

Para la comunidad en general la investigación científica no es una tarea fácil, tanto al límite que existen dos mitos que se han creado a cerca de esta actividad:

(i) *La investigación es sumamente complicada y difícil*, lo cual es una premisa que principalmente han tenido las personas de edad avanzada, quienes

Tabla 1. Propuestas de Taylor a nivel operativo y sus resultados obtenidos

Propuestas	Resultados Obtenidos
Seleccionar obreros con potencial para especializarlos	Superación de una administración donde se producía lo que se podía por una administración donde se planifica la producción
Estudiar las tareas, descomponiendolas en operaciones y relacionándolas con el herramental, maquinaria, etc.	Aumento de la produccion entre el 40 y el 300%
Medir el tiempo de las operaciones y movimientos	Aumentos de eficiencia, aún reduciendo la jornada entre media y una hora
Comparar cada proceso con el anterior y posterior, para eliminar los movimientos inútiles y cambiar los lentos	Aumentos de las remuneraciones
Desarrollar una supervision funcional	La supervisión funcional demostro superioridad sobre el sistema de capataces
Establacer incentivos	Se dosificaron los descansos diarios y mensuales, incrementando la producción y eficiencia
Aplicar el pago por pieza	Mejoramiento de la calidad de los productos
Planificar tareas	Control de la producción, pagos, incentivos, normas de control de calidad, capacitación del obrero

Tabla 2. Propuestas y actividades de Fayol para una administración integral.

Propuestas Básicas según Fayol	Actividades
Concepción de la administración	
Preveer:	Planear las actividades en forma permanente
Organizar:	Dotar la empresa de la estructura necesaria
Dirigir:	Condición del personal y de la organización
Coordinar:	Unión de todas las actividades
Controlar:	Verificación y vigilancia de las operaciones
Definición de las áreas de operación	
Funciones técnicas:	Producción Fabricación Transformación de procesos productivos
Funciones comerciales:	Compra Venta Cambio de transacciones
Funciones administrativas:	Previsión Organización Dirección Coordinación Control de todas las actividades de la empresa
Funciones de contabilidad:	Balance Inventario Costos
Principio de la administración:	
	División del trabajo Autoridad y responsabilidad Disciplina Unidad de mando Unidad de dirección Subordinación del interés particular al general Remuneración personal Centralización Jerarquía Equidad Estabilidad personal Iniciativa Unión de personal

aseguran que la investigación es para las personas de mente privilegiada, sin embargo, la realidad es que cualquier persona se encuentra capacitada para hacer investigación, solo es cuestión de aplicar los procesos correctamente (Calori 1998, Hernández *et al.* 2006).

(ii) *La investigación no esta vinculada al mundo cotidiano, a la realidad*, la principal creencia de las personas es que la investigación no tiene relación con la realidad de la sociedad y que solo se hace exclusivamente en instituciones específicas para este tipo de actividades, pero la realidad es que la investigación se puede hacer en cualquier área del saber y desde cualquier lugar, es de anotar que desde los inventos más comunes hasta los más novedosos se inventaron a partir de una investigación y que la investigación no solo trata este tipo de áreas, si no también puede abarcar temas como el matrimonio, violencia, trabajo, enfermedades, política y otros eventos relacionados con el hombre, es importante citar un ejemplo que hace referencia a este estudio, resulta difícil imaginar un gerente de mercadotecnia que

no haga investigación, como entonces sus ejecutivos conocerían las necesidades de sus clientes?, como conocerían su posición en el mercado?, también resulta difícil imaginar un biólogo que no haga estudios de laboratorio o un criminólogo que no efectúe una investigación en la escena del crimen, y así podríamos dar ejemplos con todo tipo de profesionales (Eppen *et al.* 2000, Hernández *et al.* 2006).

La investigación es muy útil para distintos fines, generar nuevo conocimiento, crear sistemas y productos, así como resolver problemas sociales y económicos de determinada sociedad, por lo tanto mientras más investigación se realiza, más progreso existirá bien sea para una región, un país, una sociedad, una ciudad, una empresa, un grupo de personas o un individuo (Soldevilla *et al.* 1995, Arias 2003, Hernández *et al.* 2006).

El aporte de Taylor en la administración científica

Taylor es conocido como el padre de la administración científica, siendo él, quien incluyó

la palabra “científica” en el medio de la administración, estando su trabajo dentro del contexto de estas palabras, pues en realidad si fue Taylor un investigador muy cuidadoso, el cual tenía como objetivo buscar elementos o herramientas que permitieran elevar la producción dentro de un sistema enmarcado en una organización (Calderon *et al.* 2010)

Los estudios de Taylor se basaron en la teoría de la realidad de la investigación científica, esto fue posible cuando el realizó los análisis de los procedimientos que se llevan dentro de una empresa, estas pesquisas tuvieron sentido de análisis desde lo abstracto a lo concreto, desde lo cualitativo a lo cuantitativo, analizando también su sentido contrario, por lo tanto fue el quien aplicó por primera vez esta teoría del método científico a la administración de empresas, es de resaltar que todos sus aportes han sido aplicados a diferentes sistemas de producción enmarcados dentro de una empresa o una organización (Cepeda 2006, Guerrero 2009).

A pesar de que ya hace aproximadamente un siglo desde la publicación Taylor, sus principios y conceptos de la administración científica continúan siendo aplicados en las empresas y organizaciones, adicionalmente en las aulas universitarias estas teorías siguen siendo expuestas (Pardo 2010, Carro & Calo 2012).

La administración como ciencia ?

Antes de tratar la administración como una ciencia, debemos responder la pregunta, si es en realidad la administración una ciencia?, según Cuauhtémoc & Parra (2010) es una pregunta que ha tenido varias respuestas, nunca teniendo una concreta, que en realidad responda la incógnita, adicionalmente, estos autores se hacen otras preguntas, asumiendo que la administración sea una ciencia, qué tipo de ciencia es?, o mejor sería apenas una disciplina y no una ciencia?, pero de nuevo, si se asume que es una ciencia, cual sería su objeto exclusivo formal y material de estudio?, es ese objeto único hace parte de la administración ? o estaría ó es compartido, impidiendo a si limitar la soberanía de la administración, en concreto ninguna de estas preguntas está realmente resuelta gracias a la falta de documentación respecto a la verdadera estructura y definición de la palabra administración por parte de los teóricos de la administración (Sánchez 2001, Hernández 2006).

Taylor y otros autores, teniendo como idea central

las propuestas de Fayol, definen la administración como un quehacer del proceso administrativo, teorías que pueden ser acertadas solo si la administración es vista desde el perfil de la actividad organizacional que los administradores de empresas desempeñan dentro de una organización; otros autores, ubicaron la administración en una dimensión más adecuada, para Cuauhtémoc & Minerva (2010), la administración de empresas es una actividad cada vez más profesionalizada, básica para el óptimo funcionamiento de las organizaciones (Estrada *et al.* 2002), concluyendo que la administración es una actividad hecha por personas dentro de las organizaciones y que tiene un carácter científico cuando esta actividad se realiza profesionalmente (Chenkey 1996).

Adicionalmente sin aun creemos y pensamos que la administración es una ciencia, tendríamos una ciencia sin nombre (Zemelman 1987) y necesariamente deberemos recurrir y hacer alusión a la propuesta de Baena de Alcázar (1991), quien afirmó que la administración esta compuesta por ciencias reguladoras, lo cual sería de vital importancia para la académica, pero tendría limitaciones epistemológicas, estas ciencias reguladoras de la administración son externas y están formadas por las ciencias que históricamente y que en realidad han definido el carácter científico de la administración, la psicología, economía, matemáticas, antropología, el derecho y sobre todo la estadística; estas ciencias motivan y explican cada uno de los actos y toma de decisiones que normalmente son fundamentales en las acciones que los administradores desarrollan dentro de las organizaciones, las cuales originaran y definirán el comportamiento humano, de la sociedad y de sus economías (Jensen & Mecklink 1981, Mowday & Sutton 1993, Laroche 1995, Calderón & Serna 2009).

Cuauhtémoc & Parra (2010), afirman que la administración es una actividad científica única y exclusivamente si los administradores quieren que así lo sea, pues si ellos en su quehacer utilizan las ciencias reguladoras de la administración y bajo premisas derivadas de esas ciencias aplican el método científico, estarían haciendo investigación científica dentro de sus organizaciones, por lo tanto, la administración será científica, pero si los administradores deciden no hacer uso de estas ciencias como base para la toma de sus decisiones la administración no tendrá ese carácter tan importante de científicidad, no obstante es claro

que a la gran mayoría de administradores no les interesa explicar la realidad, elaborar teorías y deducir principios, es decir hacer ciencia, sino no más bien enfrentar las situaciones desicionales que se les presentan diariamente, por lo tanto el quehacer administrativo científicamente no está destinado a teorizar los fenómenos organizacionales, pero si a realizar de la mayor forma una tarea fundamental que corresponde al mundo inmediato presente de los administradores, la toma de decisiones para una mayor organización de las empresas, lo cual se debe ver reflejado en la prosperidad de la empresa haciendo referencia a cada uno de sus factores.

La administración una técnica o un arte?

Antes de definir si uno de estos términos se adecua para la administración de empresas, se citan sus definiciones según Valeriano (2008), quien asegura en la actualidad y debido al desarrollo de las empresas y demás organizaciones la administración ha evolucionado, adquiriendo por medio de los administradores cuando ellos lo deseen, el título la actividad científica, adicionalmente se debe tener en cuenta su carácter técnico y artístico, los cuales se definen a continuación:

Como técnica, la administración se basa en la utilización de procedimientos adquiridos por el conocimiento y la experiencia, y de aplicación general o particular. Estos procedimientos se encuentran estrictamente basados de la profesión de administrador, requieren de experiencia constante lo cual lleva a la adquisición de pericia y habilidad al utilizarlos en la solución de problemas prácticos.

Por su parte la administración como arte se basa en la virtud, disposición y personalidad de cada administrador para elaborar un escenario favorable en una organización de seres humanos. La administración rescata la necesidad de usar la creatividad en la solución de problemas que impiden el avance de las estrategias y objetivos propuestos. El carácter de arte también es tomado en la administración y la capacidad de encontrar soluciones simples, armónicas e integradoras dentro de la empresa o la organización.

Debido a esto se presume o supone que la posibilidad de tener ciertas cualidades y técnicas hacen al administrador un artista, además, si aunado a esto posee conocimiento propio de sus quehaceres es considerado como un científico, aun con estas características que puede poseer una

persona es evidente que poseer ciertas cualidades y el saber realizar adecuadamente sus funciones, no hacen a las personas artistas, menos aun, el tener conocimiento acerca de su profesión no hace que el administrador sea un científico, por el contrario esta es una condición propia del hombre para realizar determinada tarea, cualidades que son inherentes al ser humano, tal cual como el ojo posee la cualidad de ver (Cruz 2014).

Existe un consenso entre varios autores para señalar la administración como un arte (Terry 1972, Fernandez 1991, Koohtz & Weihrich 1991), para los administradores que aplican sus conocimientos con habilidad de organizar mediante su talento humano, además de dirigir los elementos humanos y disponer de los materiales en forma productiva para la consecución de un objetivo común. Así mismo Fernandez (1991) y Koontz & Weihrich (1991) indican que la administración es un arte, debido a quien administra y aplica sus conocimientos, experiencia, intuición y habilidad para administrar los elementos humanos de una organización.

Por su parte para Ferrater (2001) el arte en la administración no posee relación con la idea actual del arte, como expresión espiritual del hombre en donde se manifiesta la creación humana de lo bello, sin embargo, si se presta atención a la raíz etimológica del termino "técnica", como téch (téchne), entonces diríamos que la técnica y el arte son sinónimos, debido a que entre los griegos se pensaba que quien tenía la técnica tenía la habilidad y la poihsiv (poiesis), esto acude, a la creatividad de la actividad a partir del sentido placentero de la acción, y es capaz de recrear la espiritualidad de los actos, por lo tanto se estaría hablando de la actividad puramente de la función administrativa.

Contrario a los autores anteriores Cruz (2014) indica que la administración no posee relación alguna con lo artístico, sin embargo apelan a este adjetivo si el trabajo administrativo como la acción de administrar se resumiera en el sentido original del termino téch, cuando el valor de las acciones fuera el resultado de una forma de vida, capaz de expresar la imagen creativa del hombre, y no como se interpreta el arte en la administración como la pericio del hombre para hacer mas eficiente la organización. La técnica, entendida como arte, trascendería solo a lo material y se ubicaría en el ámbito de la espiritualidad de los individuos en la posibilidad de ir mas alla de la realización de una

tarea, lo cual implicaría asumir al trabajo, incluido el trabajo administrativo, dentro de una idealidad, pues significaría entenderlo como parte de la esencia de lo humano, donde el hombre es capaz de hacer algo más que una cosa: se trataría, más bien, de construir una obra, la obra que es inherente a cada quien.

Consideraciones finales

Ninguno de los científicos que son catalogados como los fundadores de la administración pensaron en la administración desde la administración, incluso Taylor quien es conocido como el padre de la administración, así como Fayol y otros grandes teóricos y exitosos de esta área fueron estudiosos de ciencias como la ingeniería o la economía, pero su circunstancial experiencia en sus labores y quehaceres diarios les dio experiencia conocimientos de la administración de organizaciones, tarea que finalmente cumplieron exitosamente, aunado a esto, de nuevo hacemos énfasis en que estos padres de la administración postularon sus teorías basados en las ciencias llamadas reguladoras de la administración, teorías que finalmente resultarían con aplicación a la organización, pero las cuales no son propias de la administración, solo su asociación y utilidad con el campo organizacional y administrativo las han hecho administrativas y de las buenas practicas de una cultura organizacional (Cameron 2004).

La administración puede ser vista paralelamente con la comunicación, debido a que comparten diversas características y se mueven en la misma dirección, las cuales implican actividades que tendrán efectos importantes en las sociedades, tienen influencia directamente con las personas y cada una de sus actitudes y comportamientos (Chia 1998), adicional y necesariamente estas actividades son realizadas desde el seno de las empresas y sus resultados del quehacer de cada empleado sera visto como un aporte para la misma organización y la sociedad en general, aunado a esto, cada una de estas actividades es realizará con mayor calidad si cada uno en su área los administradores o los comunicadores se apoyan en ciencias y técnicas que beneficiaran la actividad de cada uno dentro de su empresa (Hannan & Freeman 1984, Álvarez 1976, Koontz & Weihrich 1998, Lowendahl & Revang 1998).

Cauahué & Parra (2010) afirman que en las universidades y otras instituciones de educación superior los programas de administración

deberían tratarse como una licenciatura, enfocadas principalmente en las ciencias técnicas de la administración, esto debido a que en realidad las personas no estudian administración, por tanto lo que hacen es prepararse y adquirir conocimientos ciencias y técnicas que rodean la administración y que en todos los casos ilustran y especializan a estas personas en el quehacer administrativo, este señalamiento se afianza aun más cuando se revisan de los planes de estudios y micro-currículos de estos programas y se observa que están compuestos principalmente por asignaturas propias de las ciencias reguladoras de la administración, estas asignaturas son precisamente las que ofrecen conocimiento y por la que los administradores adquieren destreza y habilidades en material de planeación, organización o dirección, por ende son los administradores los que han aprendido a administrar convirtiendose en buenos directores, líderes, supervisores o gerentes, cuyas capacidades han sido desarrolladas en base a la práctica y la experiencia que del saber administrativo propiamente dicho, debido a estos factores es que la administración no es considerada como un campo disciplinar, seria mayor llamado si se tratara como un núcleo de actividades enmarcadas en el quehacer de las empresas y organizaciones.

Conclusiones

Finalmente podemos afirmar que la administración tiene un vacío desde el punto de vista epistemológico, además carece de objeto material y formal de estudio, en donde su único objetivo es la coordinación y la eficiencia de las empresas y organizaciones, entendiend que no existen campos disciplinares administrativos propiamente dichos, sin embargo son ciencias reguladoras de la administración, las cuales crean aportes útiles y ofrecen conocimientos a los administradores de empresas, para que estos se conviertan en buenos directores, tomando decisiones acertadas para sus empresas y organizaciones, demostrando así que han adquirido destrezas en el saber como administrar, convirtiendo la administración como una ciencia cuando los administradores así lo quieran y como una técnica cuando los administradores plantean una serie de parámetros para la realización de las actividades administrativas, excluyendo la administración como un arte, debido a como esta concebido actualmente lo artístico.

Agradecimientos

A los docentes de la Universidad de la Amazonia, Yardany Ramos-Pastrana por su gran contribución durante la elaboración y redacción del presente estudio y Nelson Enrique Andrade Vaquero por la revisión preliminar del manuscrito.

Literatura citada

- Aktouf, O. 2009. La administración: Entre la tradición y la renovación. Cali: Universidad del Valle – Artes Gráficas de Cali, Cali-Colombia.
- Álvarez, B. E. 1976. Ciencias de la comunicación . Dirección General de Difusión Cultural (UNAM), México.
- Altuve, G. 2012. La administración y su inclusion en la ciencia noética. *Actualidad contable* 25: 5-25.
- Arias, M. 2003. Metodologías de investigación emergentes en economía de la empresa”, Papers Proceedings 2003, XVII congreso nacional XIII congreso hispano-francés AEDEM, Université Montesquieu Bordeaux IV, Bordeaux. 19-28.
- Baena del Alcázar, M. 1991. Curso de ciencia de la administración. Tecnos, Madrid.
- Bajari, P. 2001. “Incentives versus Transaction Costs. A Theory of Procurement Contracts”, *Rand Journal of Economics* 3: 387-407.
- Baltodano, V.J. & Badilla, A.R. 2009. Aportes de la administración moderna a la gerencia educativa. *Revista Electronica Educare* 2: 147-158.
- Barba-Aalvarez, A. 2010. “Frederick Winslow Taylor y La Administración científica: contexto, realidad y mitos”. En: *Gestión y Estrategias* Nro. 38. Disponible en <http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revisatage/rv38/rev38art01.pdf> consultado 14 de Mayo de 2015.
- Calderón, G. & H.M. Serna. 2009. Relaciones entre recursos humanos y cultura organizacional. Un estudio empírico. *Acta Colombiana de Psicología* 2: 97-114.
- Calderon, G., M.T. Magallón & H.R. Núñez. 2010. A cien años de la administración científica. *Análisis de las aportaciones de Taylor. Gestión y Estrategia* 38: 31-48.
- Calori, R. 1998. *Essai: Philosophizing on Strategic Management Models. Organization Studies* 2: 281-306.
- Cameron, K. 2004. A process for changing organizational culture. Págs. 2-18. en M. Driver (ed.). *The hand- book of organizational development*. University of Michigan. Michigan, EU.
- Carro, F.D. & A. Caló. 2012. La administración científica de Frederick W. Taylor: Una lectura contextualizada. VII Jornadas de Sociología de la Universidad nacional de la Plata “Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales” 18 p.
- Cepeda, G. 2006. La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 29: 57-82.
- Chia, R. 1998. From complexity science to complex thinking: Organization as simple location. *Organization* 3: 341-369.
- Chiavenato, I. 1999. *Introducción a la teoría general de la administración*. Quinta edición. Santa Fé, Bogotá, Colombia. Editora Campus, LTDA, 1056 p.
- Chiavenato, I. 2002. *Administración en los nuevos tiempos*. Editorial Mc Graw Hill, Bogotá, Colombia, 711 p.
- Cuauthémoc, D. & P. Minerva. 2010. ¿Es la administración una ciencia o solo una actividad científica?. *Exploratoris* 1: 1-6.
- Cruz, L.A. 2015. El arte, la técnica y la ciencia en la administración. La disyuntiva de la naturaleza de la administración. http://administracion.azc.uam.mx/images/libros/protected/PDFs/003_AntonioCruz.pdf consultado el 21 de octubre de 2014.
- Eppen, G.D., F.J. Gould, C.P. Schmidt, J.H. Moore & L.R. Weatherford. 2000. *Investigación de operaciones en la ciencia administrativa*, Quinta Edición, Prentice-Hall, Mexico. 792 p.
- Estrada, R.A., G.S. Monroy & M.A. Cortes. 2002. La administración y la ética. *Administración y Organizaciones* 8: 131-135.
- Fernández, J. A. 1991. *El proceso administrativo*, 2a. ed., México, Editorial Diana.
- Ferrater, J. 2001. *Diccionario de filosofía*, Barcelona, Editorial Ariel 235 p.
- Gibbons, R. 2005. “Incentives between Firms (and within)”. *Management Science* 1: 2-17.
- Gómez, G. 1994. *Planeación y organización de empresas*. Editorial McGraw Hill, Octava edición. México D.F. México.
- Gracia, A. 1997. *Introducción a la metodología de la investigación científica*: Plaza & Valadés. Segunda Edición.
- Gergen, K.J. & T.J. Thatchenkery. 1996. Organization science as social construction: Postmodern potentials. *Journal of Applied Behavioral Science* 32: 356-377.
- Gorbaneff, Y., S. Torres, & J.F. Cardona. 2009. El concepto de incentivo en administración. Una revisión de la literatura. *Revista de economía institucional* 21: 73-91.
- Guerreo, O. 2009. Reflexiones sobre la ciencia de la administración pública. *Convergencia* 73-90.
- Hannan, M. T. & J. Freeman. 1984. Structural inertia and organizational change. *American Sociological Review* 42: 149-164.
- Hernández, S. 2006. *Introducción a la Administración, Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia*. Cuarta edición, Mc Graw Hill Companies, Inc. Prolongación paseo de la reforma 1015 Torre A, Piso 17 Mexico D.F. XVI, 465 p.
- Hernández, R., C. Fernández. & P. Baptista. 2006. *Metodología de la investigación*. Cuarta Edición. Mac

- Graw-Hill Interamericana. Prolongación Paseo de la reforma 1015 Torre A, Piso 17 Mexico D.F. XLIV, 850 p.
- Hernández, A., J. Saavedra. & M. Sanabria. 2007. Hacia la construcción del objeto de estudio da la administración: Una visión desde la complejidad. *Revista Facultad de Ciencias Económicas Universidad del Rosario* 1: 91-112.
- Huaylupo, J. 2000. La política pública en un contexto de privatización de la política social del estado. *Revista Mexicana de Sociología* 4: 4-99.
- Jensen, M. & W. Meckling. 1981. Theory of the Firm: The separation of Ownership and Control". *Journal of Law and Economics* 26: 367-374.
- Jones, G, & Goerge, J. 2003. Administración contemporánea. Cuarta edición. McGraw-Hill Interamericana Editores, Mexico D.F. 780 p.
- Kilduff, M. & A. Mehra. 1997. Postmodernism and organizational research. *Academy of Management Review* 2: 453-481.
- Koontz, H. & Weihrich, H. 1991. Elementos de administración, tr. Julio Coro Pando, 4a. ed., México: McGraw Hill, 745 p.
- Koontz, H. & H. Weihrich. 1998. Comunicación. Administración. Una perspectiva global. 11 ed. México: McGraw Hill, 610 p.
- Laroche, H. 1995. From decision making to action in organizations: Decision-making as a social representation. *Organization Science* 1: 62-75.
- López, F. 1999. La administración como sistema gnoseológico: En búsqueda de un objeto de estudio. *Revista Universidad EAFIT* 113: 19-40.
- Lowendahl, B. & O. Revang. 1998. Challenges to existing strategy theory in a postindustrial society. *Strategic Management Journal* 19: 755-773.
- Mowday, R.T. & R.I. Sutton. 1993. "Organizational Behaviour: Linking Individual and Groups to Organizational Contexts". *Annual Review of Psychology* 44: 195-230.
- Ouchi, W. 1979. "A Conceptual Framework for the Design of Organizational Control Mechanisms", *Management Science* 25: 833-848.
- Padrón, C.L. 2002. Administración, ciencia, técnica y tecnología. *Revista Contaduría y Administración* 205: 27-35.
- Pardo, O. 2010. "Taylor y Fayol: vigencia de los principios clásicos". Biblioteca digital Fundación Universitaria Colombo Digital. Disponible en: <http://hdl.handle.net/123456789/39> consultados 20 de Abril de 2015.
- RAE (Real Academia Española). 2001. Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa Calpe, Vigésima segunda Edición.
- Reyes-Ponce, A. 1993. Administración de empresas. Teoría y práctica. Primera parte, México: Limusa, trigésimanovena reimpresión de la primera edición, 189 p.
- Sáens, D. & Z. Tinoco. 1999. Introducción a la investigación científica. *Farmacos* 1: 60-77.
- Sánchez, J.J. 2001. La administración Pública como ciencia. Su objeto y su estudio. México, Plaza y Valdés-IAPEM. 313 p.
- Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, P. 2006. Metodología de la Investigación. Cuarta edición, McGraw-Hill, Interamericana Editores, Mexico D.F, 850 p.
- Soldevilla, E., A. Rodríguez., J.C. Ayala., J. Barrutia. J. Landeta., A. Araujo., I. Periane. & P. Zorrilla. 1995. "¿Qué Constituye un Trabajo Científico en Economía de la Empresa?: Un Problema de Expansión". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 2: 13-33.
- Stoner, J.A.F., R.E. Freeman. & D.R. Gilbert. 1996. Administración. Sexta edición, Editorial Prentice Hall-Pearson-Addison Wesley Longmann, Mexico 793 p.
- Taylor, F. 1976. Principios de la administración científica, Herrero, México.
- Terry, George R. (1972). Principios de administración, tr. Alfonso Vasseur Walls, México: Continental.
- Valeriano, L.F. 2008. La administración como ciencia, técnica y arte, la disyuntiva de la naturaleza de la administración. *Gestión en el tercer milenio, Revista de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas*. 11: 7-10.
- Velásquez, F. 2002. Escuelas e Interpretaciones del pensamiento administrativo Colombia. *Estudios Gerenciales* 83: 31-55.
- White, J.D. & B.A. Guy. 1994. Research in public administration: Reflections on theory and practice. Thousand Oaks, CA: Sage publications Inc.
- Zambada, R. & S. Madero. 2012. Factores de la calidad de vida en el trabajo como predictoras de la intención de permanencia. *Acta Universitaria* 2: 24-31.
- Zemelman, H. 1987. Razones para un debate epistemológico. *Revista mexicana de sociología* 1: 1-10.
- Zwerg-Villegas, A.M. 2011. Administración: una mirada histórica para emprender una nueva gestión global. *Revista de negocios internacionales* 2: 58-66.

Demanda de competencias profesionales en el programa Administración de Empresas de la Universidad del Tolima (Colombia)

Mercedes Parra Alviz^{1*}

Enrique Antonio Ramírez Ramírez¹

Julián Alberto Rangel Enciso¹

Recibido 25 de febrero de 2016

Aceptado 10 de mayo de 2016

¹Docente de planta de la Universidad del Tolima, adscrito al Grupo de Investigación en Mercadeo y Negocios (GIMN)

Resumen

El objetivo de este artículo es mostrar las competencias profesionales que requieren los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Tolima para desempeñarse en el mundo laboral. La competencia es tomada en este artículo como las capacidades alcanzadas mediante procesos sistemáticos de aprendizajes que permiten operar eficazmente en un contexto laboral. Para tal caso, se aplicó una encuesta estructurada aplicada al 49,6% de los estudiantes matriculados en el período A-2015 y el 77,7% de los docentes. La información se procesó con el programa estadístico SPSS (Versión 21, 2012). Se encontró que: 1) la principal competencia general para los estudiantes es la capacidad para tomar decisiones; 2) la competencia específica de mayor importancia es usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones; y 3) para los docentes la competencia general de mayor importancia es desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo. La formación por competencias es una tendencia en todos los programas de formación, dado que es una opción que busca generar procesos formativos de mayor calidad sin perder el horizonte de las necesidades de la sociedad, de la profesión, de la disciplina y del trabajo académico.

Palabras clave: Competencias, Administración de Empresas, plan de estudios.

Abstract

The goal of this paper is to show the professional competencies required by the Universidad del Tolima Business Management students to perform in the labor world. The competencies are seen in this paper as the capabilities reached through systematic processes of learning that allow for operating effectively in a labor context. In this case, we used a structured survey applied to 49, 6% of the semester A-2015 registered students and to 77, 7% of professors. The information was processed by using the statistical software SPSS (version 21, 2012). It was found that 1) the main general competency for students is the capacity of taking decisions; 2) the most important specific competency for the students is to use the information about costs for planning, controlling and taking decisions; and 3) for the professors, the most important general competency is to develop a strategic, tactical and operational planning. The formation through competencies is a tendency in all the formation programs because this is an option that is looking for generating formative processes with higher quality, without losing the horizon of the society, profession, discipline and academic work necessities

Key words: Competencies, Business Administration, curriculum.

Introducción

Al dar una mirada a lo que ha sido la educación en Colombia se puede ver cómo los procesos de formación se han caracterizados por estar centrados en la enseñanza más que en el aprendizaje, mientras que en Europa han surgido grandes reformas en educación que ha cambiado tanto la función de la educación como los roles del estudiante y el profesor. Entre 1903 y 1925 la función de la educación fue instruir, es decir, la función del profesor era “decir” y la del alumno era “oír”. Luego, el profesor tomó el nombre de maestro donde su función era “explicar”, y la del alumno era “entender”. Alrededor de 1975, con el

surgimiento de las corrientes constructivistas, la función de los educandos era ya la de “aprender” a través de un proceso de construcción del conocimiento acompañado por el educador. Finalmente, hacia el año 2000 nace un modelo en donde el educador tiene el rol de mediador en el proceso de formación que busca hacer del educando un líder agente de transformación competitivo en la sociedad, Salas (2010:2). De acuerdo a lo anterior, surgió la idea de plantear el proyecto “Análisis de las competencias y su incidencia en el mundo laboral”, con el objetivo de realizar un análisis del estado actual de las competencias desde el punto de vista de los estudiante y docentes, cuyos resultados servirán

*Autor para Correspondencia: mparra@ut.edu.co

de referencia para la reforma curricular y la actualización del plan de estudios del programa, máxime cuando se aborda actualmente el proceso de acreditación de alta calidad del mismo.

Marco teórico

El significado de competencia se remonta a finales de la década de los 60 y principios de los 70, con los estudios efectuados en el campo de la psicología industrial y organizacional norteamericanas, Pérez (2010:57). Para Moliner (2000:6), la palabra “competente” se aplica a quien “tiene aptitud legal o autoridad para resolver cierto asunto” y, también a quien “conoce cierta ciencia o materia o es experto o apto en la cosa que se expresa o a lo que se refiere el nombre afectado por competente”. Para Pérez (2010:9), la competencia se relaciona, con los significados de aptitud, capacidad y disposición. Una persona apta o capaz es “útil, en general para determinado trabajo, servicio o función”. Cejas (2003:8), la define como “el conjunto de comportamientos socio afectivos y habilidades cognoscitivas, psicológicas, sensoriales y motoras que permiten desarrollar una función, una actividad o una tarea”.

Fernández *et al.* (2003:25) definen la competencia como “una configuración psicológica que integra aspectos cognitivos, metacognitivos, motivacionales y cualidades de la personalidad, autorregulando el desempeño real y eficiente de la actividad”. Gutiérrez (2010:3) menciona que son conocimientos, actitudes, habilidades, capacidades, valores, comportamientos que se relacionan con el desempeño de las personas en su trabajo”. Salas (2010:5) define la competencia como “el resultado de un proceso de integración de habilidades y de conocimientos; saber, saber-hacer, saber-ser, saber-emprender”. Tobón (2006:3), plantea que las competencias son procesos complejos de desempeño con idoneidad en un determinado contexto, con responsabilidad. Para Zabala y Arnau (2007:45), citado en parra *et al* (2016:50), la competencia consistirá en la intervención eficaz en los diferentes ámbitos de la vida, mediante acciones en las que se movilizan componentes actitudinales, procedimentales y conceptuales de manera interrelacionada.

Cuando se habla de competencias laborales, esta se divide en generales y específicas. Las competencias genéricas “Son la base de la profesión y se refieren a las situaciones concretas de la práctica profesional, y las competencias

específicas son la base particular del ejercicio profesional y están sujetas a situaciones específicas de ejecución, Gutiérrez (2010). La educación superior en Colombia se constituye en una razón para repensar la educación superior, y considerar las implicaciones curriculares, didácticas y evaluativas, que ello acarrea, y que por consiguiente obliga a replantearla desde el currículo, la didáctica y la evaluación, Gómez, (2002).

La primera implicación curricular es la revisión de los propósitos de formación del currículo; su respuesta lleva necesariamente a una evaluación de la pertinencia del mismo, y se constituye en el insumo requerido para replantear la organización de los contenidos del plan de estudios. Como segunda implicación es a nivel didáctico, propone a la docencia el cambio de metodologías transmisionistas a metodologías centradas en el estudiante y en el proceso de aprendizaje y la tercera implicación es la evaluación, donde éste proceso es uno de los aspectos más complicados en la formación por competencias, dado que una evaluación por competencias implicaría una transformación sustancial en el sistema educativo, involucra esencialmente el cambio de una evaluación por logros a una evaluación por procesos, por lo tanto no se evalúa un resultado sino todo el proceso de aprendizaje.

Ahora, ¿Que son competencias laborales? Para Luduña y otros (2004:14) “es una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. En otras palabras “la competencia laboral significa poder actuar o desempeñarse en una determinada situación, con pleno control de ésta, de manera autónoma y conforme a lo esperado. Para ello no sólo se precisan conocimientos y capacidades técnicas, sino facultades de comunicación y cooperación, la aptitud para poder pensar y actuar dentro de sistemas e interdependencias”. Para el Ministerio de Educación Nacional –MEN- (2012:6), las competencias laborales son todos aquellos conocimientos, habilidades y actitudes, que requiere un joven para desempeñarse con eficiencia. El sector en general, manifiesta una creciente preocupación y un marcado interés por la transición de los graduados de la educación superior al mercado laboral y por identificar cuáles son las competencias que éste demanda y cuales las que en efecto aquella ofrece, Gutiérrez (2010:7).

Metodología.

Los 18 países participantes de la convocatoria para el proyecto Tuning América Latina plantearon un listado de 27 competencias genéricas para la aplicación del proyecto (Tabla 1).

Las competencias específicas se plantearon siguiendo la misma metodología del proyecto Tuning América Latina (2004-2007), con respecto a la elaboración de las competencias generales.

Listado de competencias específicas acordadas para GRIICA (2010) Colombia (Las competencias de los administradores en Colombia a la luz del proyecto Tuning América Latina).

- Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo
- Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones
- Administrar un sistema logístico integral
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo
- Identificar las interrelaciones funcionales de las organizaciones
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial
- Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales
- Usar la información de costos para el planeamiento y gestión de recursos financieros en la empresa
- Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa
- Ejercer el liderazgo para el logro y conservación de metas en la organización
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíprocos entre la organización y el entorno social
- Mejorar e innovar los procesos administrativos
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión
- Formular planes de marketing

Teniendo como soporte las 20 competencias específicas mencionadas en el tabla 1, se procedió a plantear mediante un panel de expertos las

competencias por cada una de las áreas de formación: Administración y Organizaciones, Mercados, Emprendimiento, Economía, Finanzas y Formulación y Evaluación de Proyectos (Tabla 2).

Tipo de estudio

Teniendo en cuenta los fines externos de la presente investigación y por tratarse de la

Tabla 1. Listado de las competencias generales.

Competencias genéricas (CG)	CÓDIGO
Capacidad de abstracción, análisis y síntesis	CG01
Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica	CG02
Capacidad para organizar y planificar el tiempo	CG03
Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión	CG04
Responsabilidad social y compromiso ciudadano	CG05
Capacidad de comunicación oral y escrita	CG06
Capacidad de comunicación en un segundo idioma	CG07
Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación	CG08
Capacidad de investigación	CG09
Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente	CG10
Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas	CG11
Capacidad crítica y autocrítica	CG12
Capacidad para actuar en nuevas situaciones	CG13
Capacidad creativa	CG14
Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas	CG15
Capacidad para tomar decisiones	CG16
Capacidad de trabajo en equipo	CG17
Habilidades interpersonales	CG18
Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes	CG19
Compromiso con la preservación del medio ambiente	CG20
Compromiso con su medio socio-cultural	CG21
Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad	CG22
Habilidad para trabajar en contextos internacionales	CG23
Habilidad para trabajar en forma autónoma	CG24
Capacidad para formular y gestionar proyectos	CG25
Compromiso ético	CG26
Compromiso con la calidad	CG27

Fuente: GRIICA (2010). Las competencias de los administradores en Colombia a la luz del proyecto Tuning América Latina.

Tabla 2. Listado de competencias específicas por áreas

Área	Competencia	Código
Administración y Organizaciones (AO)	Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo	AO01
	Identificar y optimizar los procesos de negocio de las organizaciones	AO02
	Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo	AO03
	Identificar las interrelaciones funcionales de la organización	AO04
	Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial	AO05
	Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización	AO06
	Administrar y desarrollar el talento humano en la organización	AO07
	Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social	AO08
	Mejorar e innovar los procesos administrativos	AO09
	Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión	AO10
	Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa	AO11
	Formular y optimizar sistemas de información para la gestión	AO12
Mercados (ME)	Administrar un sistema logístico integral.	ME01
	Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización	ME02
	Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos	ME03
	Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión	ME04
	Formulación de planes de marketing	ME05
Emprendimiento (EM)	Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos	EM01
	Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones	EM02
	Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos	EM03
Economía (EC)	Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones	EC01
	Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social	EC02
	Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.	EC03
Finanzas (FI)	Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.	FI01
	Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones.	FI02
	Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.	FI03
	Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.	FI04
	Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.	FI05
Formulación y Evaluación de Proyectos (FEP)	Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.	FEP1
	Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones.	FEP2
	Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.	FEP3
	Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.	FEP4
	Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.	FEP5

Fuente: GRIICA (2010). Las competencias de los administradores en Colombia a la luz del proyecto Tuning América Latina.

confrontación de la teoría con la realidad, se desarrolló una investigación aplicada y dados los objetivos que persigue la investigación, esta se enmarca dentro de la investigación descriptiva.

Población estudiantil. De una población de 351

estudiantes matriculados en el período B-2014, se extrajo una muestra de 174 estudiantes (49,5%), matriculados desde el tercer hasta el octavo semestre. Se trabajó con un margen de error del 5%, una media de 1,52 y una desviación típica de 0,501 (Tabla 3).

Tabla 3. Número de estudiantes por semestre del programa de Administración de Empresas.

Nivel de estudio	Número de estudiantes	Porcentaje
Semestre III	32	18,39%
Semestre IV	31	17,81%
Semestre V	29	16,67%
Semestre VI	29	16,67%
Semestre VII	27	15,51%
Semestre VIII	26	14,90%

Fuente: Autores

Población de docentes: De una población de 36 docentes, se tomó una muestra de 28 docentes de las diferentes áreas del programa de Administración de Empresas. Se trabajó con un margen de error del 5%, una media de 2.75 y una desviación típica de 1,82 (Tabla 4).

Tabla 4. Total de docentes que orientan clases en las diferentes áreas del programa de Administración de Empresas.

Áreas	No. de docentes	%
Administración y Organizaciones	12	42,85
Mercados	2	7,15
Emprendimiento	4	14,28
Economía	3	10,72
Finanzas	5	17,85
Formulación y evaluación de proyectos.	2	7,15

Fuente: Autores

La tabulación de datos, se realizó mediante el programa estadístico SPSS, (Versión 21, 2012), el programa Microsoft Excel, versión año 2010. El grado de importancia o realización de las competencias se presenta mediante la siguiente escala: 1 = nada, 2 = poco, 3 = bastante y 4 = mucho (Tabla 5).

Tabla 5. Calificación del nivel de importancia y desempeño de las competencias según el rango de ponderación de estudiantes- docentes.

Estudiantes		Docentes	
Rango	Calificación	Rango	Calificación
000 ≤ X < 174	Nada	00 ≤ X < 20	Nada
174 ≤ X < 348	Poco	21 ≤ X < 40	Poco
348 ≤ X < 522	Suficiente	41 ≤ X < 60	Suficiente
522 ≤ X < 696	Alta	61 ≤ X < adelante	Alta

Fuente: Autores

Colecta de información. A los estudiantes seleccionados se les aplicó un instrumento tipo encuesta, dimensionada con preguntas cerradas de selección con única respuesta y estructurada en tres ítem: aspectos generales del encuestado, valoración de competencias genéricas y valoración de competencias específicas. A las

competencias generales y específicas se les dio un código para poder analizar y confrontar los resultados entre estudiantes y docentes.

Resultados

Analizando el ranking de las competencias generales de los estudiantes se encontró que la competencia de mayor importancia fue la CG16 (Capacidad para tomar decisiones), con una ponderación de 672 (alta) y para los docentes fue la CG06 (Capacidad de comunicación oral y escrita) con una ponderación de 109 (alta). Para los estudiantes la competencia con un mayor desempeño fue la CG17 (Capacidad de trabajo en equipo), con una ponderación de 558 (alta) y para los docentes fue la CG18 (Habilidades interpersonales), con una ponderación de 88 (alta) (Tabla 6).

Tabla 6. Las 27 competencias generales estudiantes-docentes.

ESTUDIANTES		DOCENTES	
Código	Importancia	Código	Importancia
CG16	672	CG06	109
CG15	663	CG04	107
CG07	657	CG15	107
CG06	655	CG16	107
CG27	655	CG26	107
CG02	653	CG13	106
CG25	653	CG14	106
CG23	651	CG17	106
CG17	650	CG27	106
CG08	645	CG01	105
CG10	641	CG02	105
CG14	640	CG07	105
CG26	640	CG10	105
CG13	638	CG25	105
CG01	637	CG12	104
CG18	631	CG18	104
CG20	631	CG24	104
CG19	630	CG08	103
CG24	629	CG19	102
CG12	627	CG23	102
CG04	625	CG11	101
CG03	624	CG21	101
CG09	616	CG03	100
CG05	608	CG22	100
CG11	608	CG05	99
CG21	602	CG20	99
CG22	600	CG09	98

Fuente: Autores

Con respecto al ranking de las competencias específicas, en el área de Administración y Organizaciones, la competencia de mayor importancia para los estudiantes fue la AO06 (Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización) con una ponderación de 657 (alta) y para los docentes fue AO01 (Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo) con una ponderación de 48 (alta). La de mayor desempeño para los estudiantes fue AO06, con una ponderación de 493 (Suficiente) y para los

docentes es AO01 con una ponderación de 40 (alta) (Tabla 7).

Tabla 7. Ponderación de las competencias específicas área de Administración y Organizaciones estudiantes-docentes

ESTUDIANTES		DOCENTES			
Importancia	Desempeño	Importancia	Desempeño		
Código	Ponderación	Código	Ponderación		
AO06	657	493	AO01	48	40
AO09	656	476	AO02	48	34
AO01	654	473	AO03	44	34
AO07	648	484	AO04	45	39
AO02	645	476	AO05	42	36
AO10	642	453	AO06	47	39
AO03	633	474	AO07	46	38
AO12	617	444	AO08	45	37
AO05	615	437	AO09	47	36
AO11	609	415	AO10	47	37
AO04	605	490	AO11	44	35
AO08	592	478	AO12	44	35

Fuente: Autores

En el área de Mercado la competencia de mayor importancia para los estudiantes fue la ME03 (Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos) con una ponderación de 659 (Alta) y para los docentes fue ME05 (Formulación de planes de marketing) con una ponderación de 8 (nada). La competencia con un mayor desempeño para los estudiantes fue la ME03 con una ponderación de 486 (alta) y para los docentes fue la ME02 (Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización), con una ponderación de 6 (nada) (Tabla 8).

Tabla 8. Ponderación de las competencias específicas área de Mercadeo estudiantes-docentes

ESTUDIANTES		DOCENTES			
Importancia	Desempeño	Importancia	Desempeño		
Código	Ponderación	Código	Ponderación		
ME03	659	486	ME01	7	5
ME02	645	476	ME02	7	6
ME05	639	456	ME03	7	6
ME04	626	449	ME04	7	5
ME01	612	448	ME05	8	5

Fuente: Autores

En el área de Emprendimiento la competencia de mayor importancia para los estudiantes fue EM02 (Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones) con una ponderación de 644 (Alta), y para los docentes fue EM02 con una ponderación de 16 (poco). La competencia de mayor desempeño para los estudiantes fue EM03 (Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos) con una ponderación de 471 (Alta) y para los docentes fue la EM03 con una ponderación de 9 (nada) (Tabla 9).

Tabla 9. Ponderación de las competencias específicas área de Emprendimiento estudiantes-docentes

Código	ESTUDIANTES		DOCENTES		
	Importancia	Desempeño	Importancia	Desempeño	
EM02	644	464	EM01	11	8
EM03	640	471	EM02	16	7
EM01	618	457	EM03	14	9

Fuente: Autores

En el área de Economía, la competencia de mayor importancia para los estudiantes fue EC01 (Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones) con una ponderación de 658 (Alta), y para los docentes fue la EC02 (Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social) con una ponderación de 10 (nada). La de mejor desempeño según los estudiantes fue EC02 con una ponderación de 464 (Suficiente) y para los docentes fue la EC01 con una ponderación de 9 (nada) (Tabla 10).

Tabla 10. Ponderación de las competencias específicas área de Economía estudiantes-docentes

Código	ESTUDIANTES		DOCENTES		
	Importancia	Desempeño	Importancia	Desempeño	
EC01	658	446	EC01	9	9
EC03	641	453	EC02	10	8
EC02	600	464	EC03	8	8

Fuente: Autores

En el área de Finanzas la competencia de mayor importancia para los estudiantes fue FI04 (Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones) con una ponderación de 661 (Suficiente) y para los docentes fue la FI02 (Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones) con una ponderación de 20 (poco). Los estudiantes consideran que la competencia de mejor desempeño es FI03 (Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales) con una ponderación de 486 (Suficiente) y para los docentes es la FI05 (Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa con una ponderación de 17 (poco) (Tabla 11).

Finalmente, en el área de Formulación y Evaluación de Proyectos, la competencias de mayor importancia para los estudiantes es FEP5 (Tomar decisiones de inversión, financiamiento y

Tabla 11. Ponderación de las competencias específicas área de Finanzas estudiantes-docentes

ESTUDIANTES			DOCENTES		
	Importancia	Desempeño		Importancia	Desempeño
Código	Ponderación		Código	Ponderación	
FI04	661	478	FL01	19	12
FI05	658	454	FI02	20	15
FI03	655	486	FI03	20	16
FI01	645	453	FI04	18	14
FI02	639	450	FI05	20	17

Fuente: Autores

gestión de recursos financieros en la empresa) con una ponderación de 660 (Alta), y para los docentes es la FEP1 (Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones) con una ponderación de 8 (nada). La de mejor desempeño para los estudiantes fue la FEP3 (Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales) con una ponderación de 482 (alta) y para los docentes es FEP2 (Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones) con una ponderación de 6 (nada). (Tabla 12).

Tabla 12. Ponderación de las competencias específicas área de Formulación y Evaluación de proyectos estudiantes-docentes

ESTUDIANTES			DOCENTES		
	Importancia	Desempeño		Importancia	Desempeño
Código	Ponderación		Código	Ponderación	
FEP5	660	477	FEP1	8	4
FEP3	651	482	FEP2	8	6
FEP4	647	479	FEP3	7	4
FEP2	634	462	FEP4	8	4
FEP1	633	466	FEP5	8	5

Fuente: Autores

Conclusiones

Con respecto a las competencias generales, se encontró que la competencia de mayor importancia para los estudiantes es la capacidad para tomar decisiones y para los docentes es la capacidad de comunicación oral y escrita. Esto es coherente, con el requerimiento que exigen los empresarios o directivos de las empresas, donde demandan profesionales que tengan capacidad para identificar y analizar problemas y plantear soluciones. En relación a las competencias específicas, se evidenció que las principales competencias específicas para los estudiantes fueron: ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización; detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos; elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en

diferentes tipos de organizaciones; identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones; usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones; tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa. Mientras que para los docentes las competencias específicas más relevantes fueron: desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo; formulación de planes de marketing; elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones; identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social; elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones; identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones. Lo anterior, señala que toda esta demanda de competencias profesionales que requieren los estudiantes y que plantean los docentes es consistente con las nuevas tendencias organizacionales. Del mismo modo, estas competencias van alineadas con las exigencias del entorno mundial, en donde las empresas deben innovar, proponer cambios para ampliar el portafolio y aprovechar las oportunidades que hay en el entorno general en relación a la creación de nuevas empresas o de nuevos productos.

Literatura citada

- CEJAS Y. Enrique. (2003). La formación por competencias laborales. Proyecto de diseño curricular para el técnico de formación industrial. Versión digital en formato pdf. [En línea] http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/formacion_por_competencias_caso_real.pdf. Consultado el 16 de septiembre de 2015.
- FERNÁNDEZ G. A. y otros. (2003). De las capacidades a las competencias: una reflexión teórica desde la psicología. Revista Varona Número 36-37 (Enero - Diciembre), Cuba, 2003.
- GRUPO DE INVESTIGACIÓN GEMA (2011). Estrategias lúdicas que potencialicen las competencias específicas en administración, organizaciones y mercadeo de los Administradores de Empresas de la Universidad de la Amazonia, Boletín electrónico II.pdf. [En línea] Disponible en <http://www.investigadoresgema.com.co/BOLETIN%20ELECTRONICO%20II.pdf>. (Consultado julio 28-2015)
- GUTIERREZ, T. Edimer (2010). Competencias

- Gerenciales. Habilidades, conocimientos y aptitudes. Ediciones ECOE. Pp: 165
- LUDUÑA, Aida; AÑAÑOS, Norma y MARROQUÍN, Hugo (2004). La formación por competencias laborales. Guía técnica pedagógica para docentes de formación profesional, 2da edición. Impreso en Time Publicidad. CAPLAB. Lima Perú.
- MOLINER María. (2000). Diccionario del uso de español. Editorial Gredos S.A
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (2012). Articulación de la educación con el mundo productivo. Competencias laborales generales. Serie Guías No. 21. Aportes para la construcción de currículos pertinentes. ISBN 958-691-262-0
- PEREZ, C. María Jesús. (2010). Tesis doctoral: Modelo de evaluación de las competencias del profesional médico. Universidad de Salamanca.
- PARRA, A. Mercedes; RAMIREZ, R. Enrique A. y MONTETO, S. Gustavo (2015). Análisis de las competencias en programas académico de Administración de Empresas: estudio empírico en la Universidad del Tolima. Revista de Economía y Administración, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Autónoma-Cali. Volumen 12, No. 2 julio. Pp: 47-61
- SALAS, Z. Walter Alfredo (2010). Formación por competencias en educación superior. Una aproximación conceptual a propósito del caso colombiano. Universidad de Antioquia, Colombia. Revista Iberoamericana de Educación ISSN: 1681- 5653
- TOBON Sergio. (2006). Aspectos básicos de la formación basada en competencias. Talca: Proyecto Mesesup.
- ZABALA, Antoni & ARNAU Laia. (2007). Ideas claves: Cómo aprender y enseñar competencias. Editorial Graó-Barcelona. [En línea] http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/ED/DC/AM/12/Evaluar_competencias_es_evaluar_procesos.pdf Consultado el 17 de septiembre

“Elementos que inciden en la contratación de un mercadólogo en la PyME de Aguascalientes”

Denisse Stephany Díaz Ballesteros^{1*}
Gerardo Erwin Alvarado Ponce²
Alejandra Jiménez González³

Recibido 13 de enero de 2016
Aceptado 11 de mayo de 2016

¹Estudiante Maestría en Mercadotecnia Universidad Autónoma de Aguascalientes - Aguascalientes México

^{2,3}Docentes Universidad Autónoma de Aguascalientes - Aguascalientes México.

Resumen

El propósito de la presente investigación es ampliar el panorama de posibilidades para los egresados en la Licenciatura en Mercadotecnia, específicamente en el área de las PyMEs (Pequeñas y medianas Empresas) en el Estado de Aguascalientes, México; para ello fue necesario aplicar 200 encuestas a empresarios de los sectores de industria, comercio y servicio en dicha zona metropolitana con el fin de conocer los elementos que inciden en la contratación de mercadólogos en las empresas. Es por ello que en el presente estudio se realizó una investigación de tipo transversal no experimental. El resultado final denota que el empresario de la PyME en Aguascalientes carece de certeza en el concepto e implementación de la mercadotecnia en las empresas, factor que no ha abierto las puertas al mercadólogo, por lo que es necesario que comience por convencer al empresario de la gran funcionalidad y beneficio que conllevaría para su empresa el uso de la mercadotecnia.

Palabras claves: Empresario, PyME, Mercadólogo, Mercadotecnia

Abstract

The purpose of this research is to expand the landscape of possibilities for graduates in the Bachelor of Marketing, specifically in the area of SMEs (Small and Medium Enterprises) in the State of Aguascalientes, Mexico; for it was necessary to apply 200 surveys to entrepreneurs of business sectors of industry, commerce and service in this metropolitan area in order to know the elements involved in the recruitment of marketing experts in companies. That is why a non-experimental research with a cross-sectional design study was applied. The end result denotes that SME entrepreneurs in Aguascalientes lack of knowledge about the concept and implementation of marketing in business, a factor that has not opened the doors to the marketing experts, so it is necessary for them to convince employers of the great functionality and benefits of using marketing.

Key words: Entrepreneur, SMEs, Marketer, Marketing

Introducción

En Aguascalientes, México se tienen registradas 408 Pequeñas y Medianas Empresas según el Sistema de Información Empresarial Mexicana (SIEM) 2015, dentro de los cuales se dividen en 3 giros, Industrial, de Servicios y de Comercio, cada una de estas empresas cumplen con la característica de emplear a más de 11 personas, hasta un máximo de 100 y en caso de industria 250 empleados SIEM (2015). Según datos recolectados para esta investigación el 57% de estas empresas tienen una antigüedad no mayor los 10 años, sin embargo han sabido sobrevivir a la globalización, (Aguilera, 2011) lo que ha llevado a las empresas a operar dentro de un mercado cada vez más competitivo (Zapata, 2004), lo que trae como consecuencia que requieran de profesionales competentes para solventar sus necesidades (Ayala, 2013) y así poder encontrar ese valor extra

de su empresa que los haga diferentes ante su competencia. (Viquez, 2015).

“México y el mundo están viviendo procesos divergentes, por un lado la profundización de la internacionalización del capital tiende a globalizar las etapas de la producción y los servicios: se diluyen las fronteras nacionales, se incrementa el intercambio comercial, se intensifican las comunicaciones y fomentan la diversidad cultural” (Vázquez, 2005). Por lo que el empresario se ve obligado a profesionalizarse (Barber, 2011) y buscar trabajadores que tengan más allá de grados universitarios y buenos récords académicos, necesitan encontrar a personas que sean competentes y que a través de sus habilidades y comportamientos demuestren resultados positivos para la empresa. (Viquez, 2015).

Las empresas necesitan formular e implementar estrategias para disminuir los riesgos (Bonilla, 2006), incrementar su participación de mercado y

*Autor para Correspondencia: denissesdb@hotmail.com

por consecuencia su rentabilidad (Cabrera, 2012); pero de manera específica dependiendo del sector productivo donde realizan sus actividades (Carrasco, 2005) ya que si no se toman las acciones necesarias para fortalecer la actividad económica se dificultaría revertir una tendencia negativa en la economía del Estado (Rodríguez, 2012). Por otra parte, aquel profesional que se ha dedicado a estudiar los comportamientos del mercado (Arellano 2013) y formar estrategias para abatir dichas problemáticas, parecieran estar en “stand by” (Rogerio, 2015), Álvaro Rattinger, director de Operaciones de la Revista Merca 2.0, dice que la idea del mercadólogo en América Latina está envuelta en misticismo que poco ayuda a destilar tareas que puedan ayudar al éxito y el de la marca que representa (Rattinger, 2013).

Es por ello que para efectos de esta investigación se planteó como objetivo principal el conocer los elementos que inciden en la contratación del mercadólogo en las empresas en Aguascalientes, para ello también será necesario analizar la percepción del empresario de la PyME en Aguascalientes en cuanto al concepto de mercadotecnia utilizado en sus empresas. Para poder profundizar en el tema surgieron cuestionamientos que permitieron analizar los elementos que inciden en la contratación de un mercadólogo, formulando como pregunta central ¿qué elementos considera el empresario al querer contratar a un mercadólogo?, bajo su percepción ¿qué es mercadotecnia y en qué la implementan?; ¿su empresa cuenta con un departamento interno de mercadotecnia? y ¿a qué porcentaje de empresarios se le ha ofrecido este servicio?.

El presente estudio ampliará el panorama del mercadólogo a fin de conocer las necesidades latentes del empresario de la PyME en Aguascalientes a fin de que el mercadólogo tenga la oportunidad de aprovechar las debilidades y amenazas en las que se ven inmersos. Se ha detectado una gran oportunidad en este sector debido a que la falta de información permite la entrada a la duda, si es bien manejada, o a la negación si se sigue permitiendo que personas no profesionales actúen como mercadólogos para las empresas. Es por ello la gran importancia de conocer y analizar la percepción del empresario para que dé la pauta a las estrategias a implementar por el mercadólogo, apoderándose así, de la oportunidad detectada.

Revisión de la literatura

El Estado de Aguascalientes, México contempla una historial económico que refleja perfectamente las crisis en las que se vio inmerso el país (Florido, 2011), en la siguiente tabla 1, se muestra el comportamiento de las micro, pequeña y gran empresas registradas ante la Secretaría de Economía en el Estado de Aguascalientes, la cual refiere que fue en el año 2007 cuando Aguascalientes logró una mayor captación e inversión de empresas en la entidad (García, 2009), y es a partir de este año que todo se ha manifestado en declive a pesar de los esfuerzos que se han realizado, registrándose incluso números muy por debajo del promedio (7,065) de empresas registradas en 11 años (CEPLAP, 2011). Para el año 2014, se cerró la cifra en la cantidad de 4,776 empresas registradas en el sistema, lo que a reducida a casi un 50% en comparación a la cifra más alta registrada, lo que indica una significativa reducción de la oferta laboral (SIEM, 2015).

Tabla 1. Estadísticas de empresas en el sistema

ESTADO	EMPRESAS EN EL SISTEMA EN:	
Aguascalientes	2004	6,80
	2005	8,41
	2006	9,01
	2007	9,54
	2008	8,97
	2009	7,29
	2010	6,22
	2011	6,32
	2012	5,07
	2013	5,29
	2014	4,77

Fuente: Elaboración propia con información del Sistema de Información Empresarial Mexicana (SIEM), Secretaria de Economía de la República Mexicana 2015

Las cifras anteriores son alarmantes y comprensibles si se toma en cuenta la crisis iniciada en 2008 en Estados Unidos (Estrada, 2009), la cual ha sido señalada por muchos especialistas internacionales como la crisis de los países desarrollados, "muchos de los países desarrollados están en una crisis específica a causa de sus altos niveles de deuda y sus déficit fiscales" según lo dio a conocer Carlos Slim en una entrevista exclusiva de economía (El Informador, 2013). Esta recesión económica, nos hace partícipes de vivir en un medio donde la competencia profesional y el buscar ser el mejor dentro de un campo de acción es más complicado (Maldonado, 2012) ya que esto nos obliga a desarrollar nuevas habilidades competitivas que nos permitan estar a la vanguardia de nuevos

conocimientos (Vázquez, 2005).

Una empresa debe orientarse al competidor, debe dedicar mucho más tiempo al análisis de cada "participante" en el mercado (Hernández, 2010), exponiendo una lista de debilidades y fuerzas competitivas, así como un plan de acción para explotarlas y defenderse de ellas (Ries, 2006). La mercadotecnia es una de las opciones que representa hoy en día un factor esencial que tiene que incorporarse en las estrategias empresariales de las organizaciones, principalmente de las PyMEs (Guevara, 2013), así mismo, abre un panorama más certero sobre las necesidades a satisfacer de su mercado y podrá estar preparado para detectar amenazas y oportunidades latentes (Maldonado, 2008), la mercadotecnia es "un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes" (Kotler, 1996).

Existe el conocimiento y la referencia de grandes empresas de éxito que le apuestan a la mercadotecnia (Espino, 2006), se ha identificado que las Pequeñas y Medianas Empresas trabajan con presupuestos de Mercadeo pequeños (Céspedes, 2012), es por ello que la función del mercadólogo se ve inmerso en la disyuntiva de no sólo generar estrategias mercadológicas para una empresa, sino que primero deberá transformar la percepción del empresario para generar confianza y seguridad del servicio que oferta, es decir, el mercadólogo tendrá que demostrarle al empresario que el uso de estrategias mercadológicas repercutirá directamente en el posicionamiento de su marca (Roger, 2015).

El empresario de la PyME en Aguascalientes está consciente de que se debe apostar por la capacitación del personal. Bajo su experiencia lo considera como una parte fundamental para que un negocio fructifique (Maldonado, 2008). El estudio y el conocimiento es la base para poder operar cualquier empresa. Si se quiere ser competitivo es necesario invertir en el capital humano, en su capacitación y profesionalismo (Ramírez, 2015). La clave está en "producir aquello que la gente necesita, una vez desarrollando lo que el cliente necesite es más fácil hacer la venta" (Ramírez, 2015). Sin embargo no debe parar ahí, sino que el propio empresario, dueño y/o director de la empresa, debe capacitarse, debe abrir su panorama para diversificarse e innovar, pero debe tener en cuenta que esta información no

se encuentra en el empirismo de la vida diaria (Robledo, 2015).

El contratar a un mercadólogo para mitigar la competencia y estar presentes en la mente de los consumidores podría ser una muy buena opción, ya que "tienes que apoyarte de la gente que tiene la experiencia, tú al final como empresario tienes la idea, ¿quieres capitalizarla?, rodéate de gente que sabe" (Robledo, 2015). Sin embargo como experiencia, el empresario naturalmente se ve atemorizado tras pensar que es muy costoso ya que la única referencia que tienen es la de las grandes agencias de publicidad las cuales son muy ostentosas por lo que prefieren innovar y experimentar con sus propias ideas. Aunado a que nunca se han acercado mercadólogos independientes a ofertar sus servicios (Roger, 2015).

El empresario considera que más allá de un grado académico o una profesión en particular, lo que realmente tiene peso e importancia es la actitud, el interés y la pasión mostrada por el candidato hacia el mercadeo. Esta es un área muy demandante en cuanto a tiempo y se requieren profesionales que verdaderamente amen lo que hacen (Viquez, 2015). A su vez demandan personas proactivas, que tengan iniciativa para laborar, que siempre busquen áreas de oportunidad, que su actuar sea bajo el orden, la disciplina, el compromiso y la responsabilidad (Vázquez, 2010).

Por último, en el estudio sobre el perfil del egresado en un posgrado de mercadotecnia en un ambiente de competitividad, que hace referencia al artículo que publicó Kenneth E.S. (2007), en la Universidad de Sydney "Graduate competencies for the business workplace" reporta una investigación sobre las necesidades profesionales de los egresados universitarios para su desempeño efectivo en el sector empresarial se refiere a los siguientes indicadores, tabla 2, (Vázquez, 2010).

La anterior tabla refiere que tanto para el egresado universitario, como para el gerente, la habilidad de liderazgo es el principal elemento considerado que incide en el desempeño efectivo en las empresas, seguido de la capacidad para ver el panorama general y la habilidad de desarrollar nuevas ideas.

Metodología

El estado de Aguascalientes cuenta con una superficie de 5,616 km². Se localiza en el centro-

Tabla 2. Indicadores de egresados universitarios en Sidney para su desempeño efectivo en el sector empresarial.

Indicador	Según Egresados	Según Gerentes
Habilidades de comunicación	1	1
Habilidades de toma de decisiones	2	5
Capacidad para enfrentar el cambio	3	2
Habilidad para trabajar de forma independiente	4	10
Motivación para triunfar	5	3
Calidad de experto (expertise) en el manejo del conocimiento profesional	6	8
Habilidades en el uso de tecnologías de información	7	6
Conocimiento del campo	8	4
Habilidades sociales	9	9
Experiencia laboral	10	7
Habilidad para desarrollar nuevas ideas	11	11
Capacidad para ver el panorama general	12	12
Habilidades de liderazgo	13	13

Fuente: Vázquez, 2010 apúd Kenneth, 2007.

norte del país. La población total es de 1, 184,996 personas, de las cuales el 51.3% de la población son mujeres y el 48,7% hombres (INEGI, 2010). Se cuenta con un registro de 408 PyMEs, las cuales se desglosan por giro y rango de empleados en la siguiente tabla 3 (SIEM 2015).

El presente estudio analiza la relación entre el empresario de la PyME en Aguascalientes y su percepción con la contratación de los mercadólogos. Para ello se tomó de referencia la base de datos que ofrece el Sistema de Información Empresarial Mexicana (SIEM) 2015. Este trabajo es de carácter empírico y se tomaron como muestra los datos de 200 PyMEs del sector industria, comercio y servicio, según la ecuación que instruye Hernández et al. (2006). Se aplicó una encuesta conformada de 3 secciones, la primera datos generales de las empresas y su dirección; la segunda, datos duros del uso de mercadotecnia en las empresas y por último ítems que valoran la percepción del empresario en cuanto al uso de la mercadotecnia en su empresa.

La presente investigación tendrá un enfoque cualitativo, en donde se planteó una problemática de estudio abierto, se construyeron objetivos y preguntas de investigación, se evaluó a su vez la deficiencia en el conocimiento del problema y se

definió una revisión de la literatura. Es de señalar, que bajo este enfoque de investigación es necesario reflejar lo que dicen las personas estudiadas en sus "propias palabras", por lo que, en las gráficas se encontrarán conceptos utilizados por los encuestados. Los resultados expuestos aquí van dirigidos al aprendizaje de las experiencias y puntos de vista de los individuos (Hernández apúd Creswell, 2006).

La presente investigación comenzará de forma exploratoria ya que no existen antecedentes en la literatura aplicados en el fenómeno a estudiar, el cual consiste en analizar los elementos que inciden en la contratación de un mercadólogo en la PyME de Aguascalientes. Posteriormente serán tomadas en cuenta variables para fundamentar la investigación, lo que convierte nuestro alcance de investigación a un estudio descriptivo, en donde al recolectar algunos datos permitirá describir aspectos, dimensiones y componentes del fenómeno social (Hernández et al, 2006).

Se llevará a cabo un procedimiento basado en el esquema inductivo, el cual consiste en explorar y describir las conductas del objeto a investigar. Para efectos de esta investigación los empresarios de la PyME en Aguascalientes empezarán de lo general a lo particular, plasmando mediante un

Tabla 3. Estadísticas, Estado, Tipo y Rango de Empleados

ESTADO	EMPRESAS			
	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS	TOTAL
Municipio de Aguascalientes	Entre 11 y 50	Entre 11 y 30	Entre 11 y 50	Pequeña
	111	99	90	300
	Entre 51 y 250	Entre 31 y 100	Entre 51 y 100	Mediana
	36	29	13	78
Total:	Más de 250	Más de 100	Más de 100	
	13	2	15	30
				408

Fuente: Elaboración propia con información del SIEM 201

instrumento sus experiencias para después generar una perspectiva teórica (Hernández *et al*, 2006).

El diseño a utilizarse en la presente investigación será de tipo no experimental ya que las variables a analizar se observaron en su contexto natural, considerándolas variables independientes sistemáticas y empíricas, en la aplicación de la encuesta se obtendrán las experiencias ya vividas de los empresarios, arrojándose así datos previamente identificados. A su vez será de tipo transeccional o transversal ya que se recolectaron datos en un sólo momento y en un tiempo único, descartando procesos interaccionales o procesos a través del tiempo (Hernández *et al*, 2006).

La población a analizar esta comprendida por dueños o directores generales de empresas bajo el giro económico de la industria, el servicio y el comercio en el municipio de Aguascalientes, México. Como característica deberán contar con una plantilla de trabajadores de entre 11 a 250 personas, los cuales contestarán a las preguntas de un cuestionario previamente elaborado. Se recurrió al tipo de muestra probabilística aleatoria, en la cual se escoge un subgrupo de la población en el que todos los elementos de esta tienen la misma posibilidad de ser elegidos, con un 95% de confianza con un error de estimación del 5% y con una población de 408 unidades económicas (u.e.) (Hernández *et al.*, 2006). Por lo que, para efectos de esta investigación el trabajo de campo requiere de la aplicación de 198 encuestas a directivos o dueños de PyMEs en Aguascalientes, obteniéndose en su totalidad la aplicación de 200 encuestas.

Los datos recolectados a través del instrumento se sistematizaron utilizando el programa Microsoft Office Excel 2010, para lo cual, primero se precodificaron todas las categorías dándoles un valor para la simplificación de respuestas y así poder obtener una clasificación exacta de cada variable (Hernández *et al.* 2006) apud Babbie, 1995). Los resultados se transfirieron a la matriz, se realizó una codificación física la cual fue plasmada en hojas de cálculo de Microsoft Office Excel; se utilizó la fórmula CONTAR.SI (ejemplo: =CONTAR.SI (D3:D58,"No")) función que permite sumar las variables que contengan la misma información, arrojando así las mayorías. Los resultados de cada ítem se seleccionaron y se reflejaron en gráficos, que para la funcionalidad de esta investigación y la obtención de una mejor lectura se eligió representar los resultados por

medio del gráfico circular y de barras.

Resultados y discusión

A continuación se muestran los resultados obtenidos de las 200 encuestas aplicadas a los empresarios de las cuales un 44% fue al giro de tipo comercio, 35% al giro de tipo industria y 66% al giro de tipo servicio de la PyME que radican en Aguascalientes con referencia a las empresas registradas en el SIEM (2015).

Según la experiencia y percepción de los empresarios encuestados mencionan tal y como se muestra en la figura 1, que para ellos lo más importante para tener éxito en sus empresas es enfocarse en los procesos operativos, seguido de las acciones administrativas que ellos empleen. El 20% cree que las acciones contables son la clave para mantener un negocio a flote, mientras que la capacitación del personal le antecede con un 17%, dejando a la Mercadotecnia en último lugar.

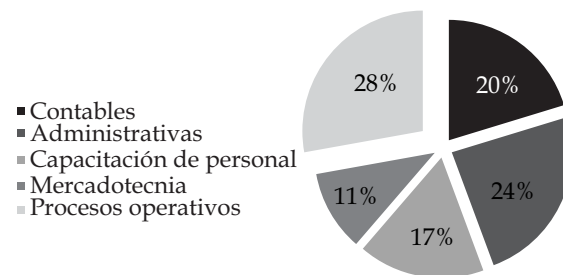


Figura 1. Según su experiencia, enumere del 1 al 5 (siendo el 5 el más importante) cuáles de estas estrategias ayudan más a una empresa a mantenerse en el mercado. Fuente: Elaboración propia (2014).

Del 100% de nuestros encuestados tal y como muestra la figura 2, el 47%, casi la mitad de ellos, entienden que la mercadotecnia es publicitar el bien o servicio. Ellos perciben que la mercadotecnia es crear anuncios en radio, tele, prensa escrita, espectaculares, folletos; en pocas palabras, reducen el margen del servicio de

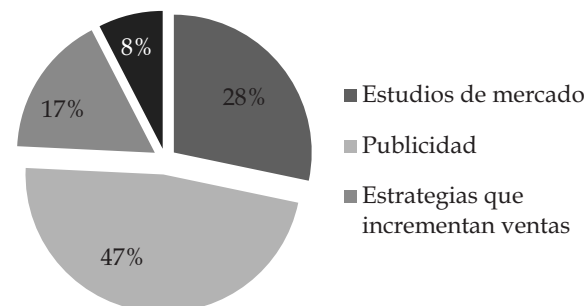


Figura 2. ¿Qué entiende por mercadotecnia?, Fuente: Elaboración propia (2014).

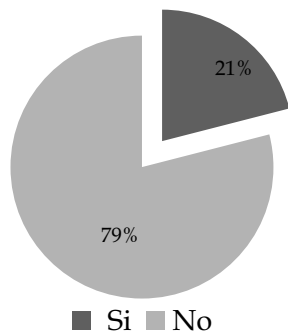


Figura 3. ¿Su empresa cuenta con un departamento interno de mercadotecnia o contrata una agencia externa de mercadotecnia?. Fuente: Elaboración propia (2014).

mercadotecnia a sólo dar a conocer lo que venden. El 28% indicó que la mercadotecnia son estrategias que estudian el mercado, lo cual les permitirá tener un panorama más amplio de donde están y hacia donde pueden ir. El 17% entiende por este concepto que es la “fórmula” que les ayudará a vender más, a incrementar sus ventas y el 8% manifestó que la mercadotecnia sirve para detectar las necesidades del consumidor y posterior a ello te dice cómo satisfacerlas.

El 79% de las empresas encuestadas manifestaron que no cuentan con un área que se especialice en la mercadotecnia de la empresa, tal y como muestra la Figura 3, mientras que el 21% restante dijo que contaba con al menos un departamento de ventas que se enfocaba en la comercialización del producto o bien sí contaban con esta área en específico.

Tal y como muestra la figura 4, del 21% que contestó que sí contaba con un área enfocada a la mercadotecnia, el 56% justificó que consideraba importante tener esta área ya que le ayudaba a promover su bien o servicio, mientras que el 25% considera que así como existe el área contable y administrativa, el área de mercadotecnia es necesaria y vital para el buen funcionamiento de

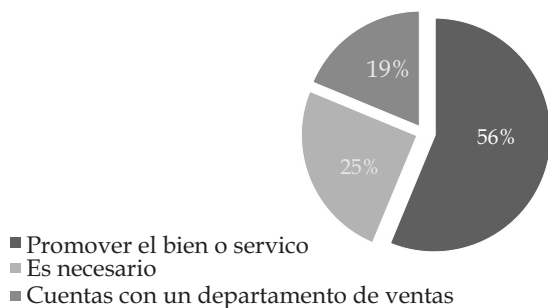


Figura 4: ¿Por qué decidió contar con el área de mercadotecnia en su empresa?. Fuente: Elaboración propia (2014)

las empresas, y el 19% específico que contaba con un departamento de ventas que realizaba tareas que se asemejaban con las de un departamento de mercadotecnia.

Del 79% de las empresas que manifestaron que no contaban con un área de mercadotecnia, como se manifiesta en la figura 5, el 81% se mostró desinteresado por contar con esta área ya que indican que su empresa ha funcionado bien sin este servicio. El 8% indicó no es necesario contar con el departamento, el 5% manifestaron que ellos se encargaban de hacer su propia publicidad y estrategias que a su haber les ha funcionado, el 4% dijo que no había el recurso económico suficiente para poder invertir en esta área y el 2% lo consideró como un gasto.

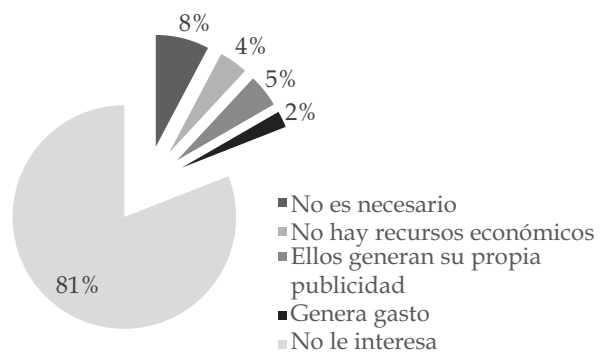


Figura 5. ¿Por qué no cuenta con un área de mercadotecnia en su empresa?. Fuente: Elaboración propia

Ante un posible desinterés por el mercadólogo independiente en acercarse a las empresas, se cuestionó al empresario si le habían ofertado el servicio de mercadotecnia alguna vez, a lo que tal y como muestra la figura 6, el 57% contestó que no, incluso una minoría declaró que desconocían las funciones que podrían desempeñar en una empresa.

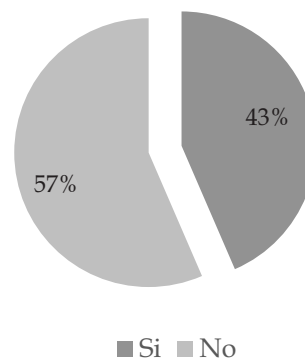


Figura 6. ¿Le han ofrecido el servicio de mercadotecnia o algún mercadólogo se ha acercado a su empresa?. Fuente: Elaboración propia.

Tal y como muestra la figura 7, el 61%, más de la mitad de los encuestados se mostraron desinteresados con la idea de contratar el servicio de mercadotecnia.

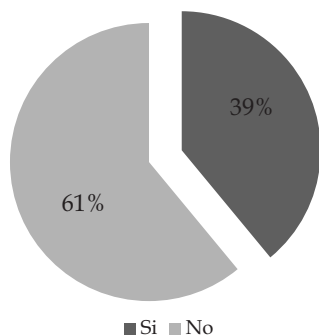


Figura 7. ¿Estaría interesado en contar con un área de mercadotecnia o de contratar el servicio de un mercadólogo?. Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La mayoría de los empresarios no se mostraron interesados en contratar de manera permanente el servicio de la Mercadotecnia ya que consideran sólo sería necesario de manera intermitente, cuando el negocio lo amerite y sólo sí ellos no logran rescatar su negocio con las estrategias empíricas que han adoptado. Anudando a lo anterior, otro impedimento para la contratación del servicio en mercadotecnia es que la perciben como un lujo muy costoso, ya que consideran, en su mayoría, que es una herramienta meramente publicitaria y estas acciones ofrecidas por las grandes compañías traen consigo presupuestos muy elevados que superan sus ganancias.

Las causas por las que el empresario de la PyME en Aguascalientes decide no contratar los servicios de un mercadólogo es primero, porque simplemente no les interesa el servicio, seguido que no lo creen necesario, otro por ciento consideró que ellos mismos pueden emprender las labores de un mercadólogo y por último se engloba el área económica, es decir, que ellos consideran que estas acciones son costosas y les contribuiría un gasto financiero a su empresa. Para ello también fue necesario poner en contexto el concepto que mercadotecnia bajo el criterio del empresario de la Pyme en Aguascalientes, a lo que refirieron que para ellos mercadotecnia es publicitar, es generar publicidad para dar a conocer su producto o servicio.

Sin embargo analizando esta última premisa y considerando que el empresario capta la

información que tiene a la mano, el mercadólogo, irónicamente, no ha desempeñado la función de ofrecer sus servicios a la PyME, ya que los resultados demostraron que más del 50% de las empresas no habían tenido contacto con alguien que les propusiera mejoras o áreas de oportunidad para su empresa y así despertar un interés por la contratación de sus aportaciones.

El empresario de la Pyme en Aguascalientes cree, bajo la información que ha adquirido en el transcurso de los años, que la mercadotecnia es una herramienta que podría ser útil para incrementar sus ventas, sin embargo desconocen cómo aplicarla para lograr el cometido y sumado a su poco interés mostrado en esta investigación durante la aplicación de las encuestas, se puede inferir que mucha de la información recabada en esta investigación demuestra que las respuestas de los empresarios, en su mayoría, son la repetición de información ajena no experimentada por ellos mismos, colocando al empresario de la PyME en Aguascalientes en un panorama de ausencia de mercadotecnia profesional y subsistiendo ante su competencia y las adversidades macroeconómicas de forma empírica.

Aunque es importante mencionar que se logra percibir un panorama, que aunque podría avanzar lento, es muy prometedor, ya que poco a poco se empieza a despertar la inquietud del empresario por capacitarse, informarse y ser más competitivos, se infiere que el empresario está abierto a recurrir a nuevas formas de hacer negocio, sin embargo está oportunidad debe ser bien aprovechada por el mercadólogo ya que, ante tal confianza, se debe trabajar en concientizar al empresario de lo que es realmente la mercadotecnia, sus funciones, sus alcances y que es un servicio que debe ser remunerado como cualquier otro.

También es importante puntualizar que el empresario debe considerar que cada empresa maneja sus propias estrategias mercadológicas, adecuadas a sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) experimentadas, ya que no todos los negocios, incluso si formaran parte del mismo giro económico, no tienen las mismas problemáticas, lo que permitirá abrir campo al profesional para que sean orientados correctamente. "Está comprobado que la filosofía del consumidor, la organización integral del marketing, el manejo de la información de marketing, la orientación estratégica y la eficiencia operacional tienen efectos positivos y

significativos en la eficiencia del marketing, lo que puede constituir una ventaja competitiva de las organizaciones” (Guzmán, 2008).

Es de mencionar, que para efectos de la presente investigación se encontró con la limitante más recurrente de las exploraciones empíricas, la obtención de la información, ya que el empresario se siguen reservando información, ya sea por temor a que sea mal utilizada o incluso por que considera podría atentar contra su seguridad y confidencialidad, siendo que en todo momento se les aclaró a los encuestados que la información recabada era única y exclusivamente con fines estadísticos, incluso algunos empresarios contestaron la encuesta predisuestos con una negativa de dar información real, por lo cual los datos obtenidos no necesariamente reflejan las actividades reales del uso de la mercadotecnia que realizan las empresas.

Derivado de esta investigación se abre la posibilidad de ahondar mucho más en el comportamiento del empresario de la PyME en Aguascalientes, siendo que la presente investigación puede ser tomada como la base que incentiva a hacer un estudio de mercado por sector económico y que especifique así cada una las problemáticas a las que se está enfrentando el empresario y con ello encontrar el punto de oportunidad para que el mercadólogo aproveche esa sensibilidad y se vaya empoderando poco a poco del mercado. Y considerando que “el marketing representa hoy en día un factor esencial que tiene que incorporarse en las estrategias empresariales de las organizaciones, principalmente de las PyMEs” (Guzmán, 2008), el mercadólogo debe hacer el trabajo para que el empresario lo perciba de esta manera.

En conclusión, el elemento que incide en la contratación de un mercadólogo en la PyME de Aguascalientes se basa en el convencimiento del funcionamiento mismo del servicio, es indispensable que el mercadólogo compruebe al empresario “que la orientación al mercado como una filosofía y como una cultura que se presenta en las empresas permite el desarrollo de actividades de aprendizaje, uso de información y respuesta hacia el mercado, incrementando así, la actividad innovadora y el éxito” (Martínez, et al 2011). Por lo que es recomendable que el empresario PyME pueda detectarla importancia que tiene el control de observar la satisfacción-producto que pide el cliente de acuerdo al requerimiento de sus necesidades, lo que le dará resultados positivos”

(Ayala, *et al.*, 2013).

Literatura citada

- Aguilera E.L., Adame, M. G., y Camacho, R. R. (2011). Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES. Una evidencia empírica. *Investigación y ciencia*, 19(53), 39-48.
- Arellano R. E. J, Cervantes H. J. y Villalobos M. F. D. (2013) *Investigación: Campo laboral en la mercadotecnia*, Universidad Politécnica de San Luis Potosí
- Ayala M.E.T, Villalpando Cadena, P., Treviño Ayala, R. A., & Lozano Treviño, D. F. (2013). La mercadotecnia en las PYMES y su influencia en el crecimiento de utilidades. *Innovaciones de negocios*, 19(10), 125-144. Impreso en México (ISSN 2007-1191)
- Barber K. C. M (2011) “Por qué algunas microempresas no crecen” (2015, 17 noviembre) <http://www.altonivel.com.mx/10148-por-que-algunas-microempresas-no-crecen.html>
- Bonilla J.C.L. (2006) *PYMES Ciclo de Vida y Etapas de su Desarrollo*. TEC Empresarial Vol.1 Ed.1
- Cabrera, R. C. (2012) *Desarrollo regional y pymes: herramienta para impulsar el desarrollo regional sustentable en México.*, 306 Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla VI Coloquio Interdisciplinario de Doctorado.
- Carrasco D. A. F. (2005) *La micro y pequeña empresa mexicana*, Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 45, julio 2005. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>
- Céspedes, S. S. (2012) “Emprendimientos en Mercadeo” <http://bb9.ulacit.ac.cr/tesinas/Publicaciones/040700.pdf>
- Espino J. C. (2006) *E-marketing para las micro y pequeñas empresas en México*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/e-marketing-para-las-micro-y-pequenas-empresas-en-mexico/> (octubre 2015)
- Estrada B. R. et al (2009) “Resumen de resultados primera encuesta PYME, proyecto: Factores de competitividad en empresas mexicanas. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/estrada_barcanas_roberto/Resumenderesultados.pdf
- Florido, J. S. V., Enríquez, L. A., y Adame, M. G. (2011) *El desarrollo de las PyMEs en base a estrategias financieras y su internacionalización*.

ANFECA

- García P. de L. D. y Martínez S. M. del C. (2009) *Innovación y Cultura Empresarial de las MIPYME*, Estado de Aguascalientes. Primera edición. ISBN 978 607 7745 05 1
- Guevara R. A. M., Huezco B. O. A., y Ventura C. S. A. (2013). "Estudio sobre las condiciones actuales del comercio internacional de servicios y su orientación a mediano plazo en la internacionalización del mercadólogo profesional salvadoreño2 (Doctoral dissertation, Universidad de El Salvador) . <http://ri.ues.edu.sv/3640/>
- Guzmán G.M., (2008) *La Efectividad del Marketing en la PyME de Aguascalientes*, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- CEPLAP (2011) *Gobierno del Estado de Aguascalientes Programa Sectorial 2010-2016, Desarrollo Económico*. Primera Edición, diciembre 2011.
- Hernández M.J. de J. 2010.- "El impacto del marketing mix en el desempeño de las PyMEs de Aguascalientes", Tesis grado Maestría
- Hernández S. R., Fernández C. C. y Baptista L. P. (2006) *Metodología de la Investigación*. 4 ed. Editorial. Mc Graw Hill
- Informador.mx (2013, 25 abril), *Crisis financiera no es global, sino de los países desarrollados: Slim* <http://www.informador.com.mx/economia/2013/453359/6/crisis-financiera-no-es-global-sino-de-los-paises-desarrollados-slim.htm>(2015, 17 junio)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010) *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. Indicadores estratégicos.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2011) *Censos Económicos (2009). Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos: Censos Económicos 2009 / Instituto Nacional de Estadística y Geografía.-- México: INEGI, 2011.*ISBN 970-13-4739-0
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2014, 13 de mayo) *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. <http://www.inegi.org.mx/>
- Kotler P. (1996) *Dirección de Mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control*. Editorial: Prentice-Hall. 8a. ed. ISBN: 0-13-722851-1
- Maldonado G. G., (2008) *La Efectividad del Marketing en la PyME de Aguascalientes*, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Maldonado G., G., Martínez S., M. D. C., y Pinzón C., S. Y. (2012). *La efectividad del marketing en la pyme de Aguascalientes: un estudio empírico*. FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW, 1(1), 27-37.
- Martínez S. C. M., Vargas H.J.G., y Mojica C. E. P. (2011) "Influencia de la orientación al mercado y la innovación en la internacionalización y el desempeño de las PyMEs en el estado de Aguascalientes". *Revista da Micro y Pequeña Empresa*, ISSN-e 1982-2537, Vol. 5, N° 1, 2011
- Ramírez M. S., (2015) *Empresario del Sector Industria*, entrevistado para esta investigación.
- Rattinger A. 2013- "5 estrategias de un mercadólogo exitoso", Álvaro Rattinger Director de operaciones *Revista Merca2.0.*, publicado el 24 de octubre de 2013.
- Ries A. y Trout J. (2006) *La guerra de la mercadotecnia*. Editorial McGraw-Hill
- Robledo F.S. (2015) *Empresario del Sector Comercio*, entrevistado para esta investigación.
- Rodríguez C. R. R. 2012- "Estrategias competitivas que inciden en el crecimiento de las PyMEs del Municipio de Aguascalientes", Tesis de doctorado, 2012
- Rogero G. E. (2015) *Empresario del Sector Servicio*, entrevistado para esta investigación.
- Sistema de Información Empresarial Mexicana (SIEM) 2015, www.siem.gob.mx/
- Vázquez, D. G. A., y Jiménez, I. C. A. M. (2010) "Estudio sobre el perfil del egresado en un posgrado de mercadotecnia en un ambiente de competitividad, en una institución de educación superior". <http://riico.org/memoria/cuarto/RIICO-2005.pdf>
- Viquez, A. C., y González, M. V. Z. (2015) "Análisis de las competencias que busca un empleador de la empresa FIFCO en un candidato para un puesto de mercadeo." <http://bb9.ulacit.ac.cr/tesinas/publicaciones/042605.pdf>
- Zapata E. (2004) *Las PYMES y su problemática empresarial. Análisis de casos*. *Revista-Escuela de Administración de Negocios (052)*, 119-135

Influencia de la innovación en las pequeñas y medianas empresas (PyMes)

Kerly Yovana Quigua Fajardo^{1*}
Maria Paula Bolaños Cuéllar²
Oscar Andrés Galindo Rodríguez³

Recibido 18 de enero de 2016
Aceptado 15 de febrero de 2016

^{1,2} Estudiante de la Universidad de la Amazonia

³ Estudiante Maestría en Innovación, Universidad Externado de Colombia

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo resaltar la influencia que tiene la innovación en las Pymes. Para tal caso, se desarrolló una metodología basada en la revisión literaria de tipo documental donde se incluyó categorías de análisis como: tesis, artículos, libros científicos, publicados en la web a nivel nacional e internacional, las cuales, son tenidas en cuenta a partir de los últimos cinco años y diez años para el caso de los libros. Los resultados muestran la gran importancia e influencia que tiene la innovación en las pequeñas y medianas empresas, ya que es un proceso que garantiza una estabilidad en el mercado y permite la supervivencia a través del tiempo, con lo cual genera una ventaja competitiva basada en una ardua estrategia para estar a la vanguardia de los cambios del entorno.

Palabras clave: Pymes, innovación, influencia, mercado.

Abstract

This article aims to highlight the influence of the Pymes innovation. To do so, a methodology based on the literature review of documentary-style research was made and categories of analysis as theses, articles, and scientific books, published on the website were included. It was taken into account, at national and international levels, documents from the last five years and ten years in the case of books. The results show the importance and influence of innovation in small and medium-sized enterprises, as it is a process that ensures stability in the market and allows survival over time, which creates a competitive advantage based on an arduous strategy to stay ahead of the changing environment.

Key words: Pymes, innovation, influence, market.

Introducción

Las empresas innovadoras son más flexibles, están preparadas para adaptarse a los cambios y enfrentar el mundo globalizado, por lo tanto la innovación acciona una gran influencia dentro de cualquier organización. Es por esto que la innovación es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores. (Manual de Oslo, 2006, p.56)

Por su parte las pequeñas y medianas empresas mueven las economías actuales y apoyan al desarrollo de la industria, del empleo y al bienestar de la comunidad; la gran mayoría atribuyen un gran porcentaje al desarrollo mundial y nacional. Cabe resaltar que estas organizaciones son consideradas como los agentes centrales en la consecución de competitividad

para un país, siempre y cuando desarrollen innovación basada en una estrategia que les permita posicionarse en el mercado y lograr una recordación en los clientes. El objetivo de este trabajo de investigación es analizar cómo la innovación influye en las pymes, teniendo en cuenta que muchos de los estudios analizados presentan una gran diversificación en lo relacionado con la innovación, para unos es un proceso que genera ventaja competitiva que permite a las pymes formalizar y gestionar la innovación en sus procesos, productos o servicios; y que de lograr hacerlo obtendrán una perdurabilidad en el tiempo, por otro lado están aquellos estudios que exponen a la innovación como un proceso lleno de problemáticas, altos costos, difícil de financiar, por lo cual se convierte en un objetivo inalcanzable por las pymes. Pero se debe destacar es que aquellas organizaciones que no consideran ni dan importancia a la innovación estarán destinadas a generar ganancias mínimas convirtiendo así cada proceso y decisión en un círculo vicioso que no tiene alternativa visionaria.

*Autor para Correspondencia: kerlyquigua@gmail.com

El trabajo investigativo está estructurado de la siguiente forma: en primer lugar se expone la ruta metodológica y epistemológica que incluye información sobre la obtención de la información, en segundo lugar se desarrolla el marco teórico, mediante la revisión de los estudios de innovación realizados por diferentes autores, en esta parte del trabajo se optó por dar respuesta a tres temas (concepto de innovación, la innovación en las pymes: estrategia para generar ventaja competitiva y posición en el mercado, y las pymes en Colombia), en tercer lugar se presentan el análisis de los resultados por medio de la discusión y finalmente se exponen las conclusiones alcanzadas.

Ruta metodológica y epistemológica

La presente investigación es de tipo documental, ya que las categorías de análisis que fueron retomadas son: tesis y artículos científicos publicados en la web a nivel nacional e internacional, las cuales, son tenidas en cuenta a partir del año 2010 al 2015, dentro de las que existen tesis elaboradas para optar a los títulos de: Pregrado, Especialista, Maestría y Doctorado. Estos se encontraron con la ayuda del buscador de internet "Google".

En cuanto a su naturaleza es básica, dado que se desarrolla mediante una inspección documental; del mismo modo se enmarca en el paradigma hermenéutico, el cual destaca el hecho de llegar a un conocimiento subjetivo que permita hacer una adecuada interpretación del tema estudiado. Inicialmente se dieron unos criterios durante el proceso de selección donde se dio mayor énfasis a los temas y las metodologías más utilizadas, para reconocer las directrices sobre la importancia, tendencias, metodologías y gestión en mercadeo, de igual forma, el desarrollo, la innovación, la aplicabilidad tecnológica y la investigación en factores del mercadeo.

Dentro de las investigaciones a las cuales se tuvieron acceso, se encontró que los factores más comunes, son: la tecnología, competitividad e innovación en las Pymes, Gestión del conocimiento y la innovación, mercado tecnológico y la innovación en modelos de negocios electrónicos, comportamiento, innovación, competitividad y desarrollo organizacional en las industrias, innovación y desempeño empresarial. Finalmente se definió el marco teórico, es decir, se clasificaron la investigación en tres títulos los cuales incluyen

documentos a nivel internacional y nacional, seguido a esto, se llevó a cabo la construcción de la discusión sobre todos los hallazgos obtenidos. Los estudios relacionados con la temática de investigación son los siguientes:

1. Concepto de Innovación

En lo relacionado al término innovación, quienes de una u otra manera se han dedicado a su definición les resultan extremadamente extensos. Una primera corriente define la innovación de forma delimitada, donde el análisis que hace al respecto lo relaciona al ámbito de las instituciones y los mecanismos que va relacionado exclusivamente con la innovación tecnológica. A diferencia de esto se concibe la innovación como aquel resultado que tiene introducción, difusión y uso de los procesos que se llevan a cabo, los cuales se vinculan en los aprendizajes de los métodos económicos que actualmente se están teniendo. El Banco Interamericano de Desarrollo (2011) resalta que esta diferencia no resulta trivial puesto que, dependiendo de la definición de innovación que se adopte, se pondrá el énfasis en el estudio de unos u otros factores determinantes de la misma. Por lo general, hay un cierto consenso sobre la importancia de manejar una noción amplia de la innovación como elemento de análisis, especialmente para el estudio de aquellos territorios en los cuales predominan los sectores de baja y media tecnología. Los estudios de innovación han experimentado un cambio social en esta primera década del siglo XXI, ya que se le da un giro a las políticas de innovación, donde "la evolución del concepto de innovación, que surge de un modelo lineal en el que la política de investigación y desarrollo es el punto de partida hacia un modelo sistémico en el que la innovación nace de interacciones complejas entre los individuos, las organizaciones y sus respectivos entornos operativos, demuestra que las políticas de la innovación no deben concentrarse solamente en la relación entre innovación e investigación" (Echeverría y Merino, 2012).

En otra medida la innovación va asociada con el uso de los factores internos y externos de la organización los cuales son importantes evaluarlos, pues el entorno en el que día a día nos movemos es considerado un factor externo convirtiéndose en un motivador directo de cambio en factores internos de la empresa. Diversas investigaciones consideran al entorno como un elemento importante en el desempeño, Ostos

(2010) señala que debido a los cambios frecuentes del entorno, en las empresas se dificultan la gestión del valor, la calidad, el producto, servicio o precio; es así que para competir se deben crear nuevos productos, servicios y procesos. Por otro lado Ostos (2010) señala teniendo en cuenta a Farjoun (2010) "que para sobrevivir y prosperar, las organizaciones deben reconciliar la estabilidad, la confiabilidad y la explotación con el cambio, la innovación y la exploración" de otro modo "una empresa es innovadora cuando desarrolla productos o servicios, nuevos o mejorados, y logra introducirlos en el mercado, o desarrolla procesos tecnológicamente, nuevos o mejorados, en sus métodos de producción de bienes o de prestación de servicios" (Mohen, 2010) al igual Delgado, Navas, Marin & Cruz (2010) plantea que la innovación caracteriza a la empresa por conseguir, por una parte, la rentabilidad necesaria para sobrevivir y avanzar en la competencia, y por la otra, una rentabilidad social expresada a través de una implicación, motivación y satisfacción del conjunto del capital intelectual y mejorar la calidad de los productos como fuente de innovación. Para Garzón e Ibarra (2013) la innovación se entiende actualmente como un proceso donde el conocimiento científico y tecnológico es un factor importante, pero donde otros factores pueden ser todavía más determinantes, dependiendo de la naturaleza del cambio, del entorno en el que se intenta producir, del objetivo que se persigue y de las propias capacidades de los actores.

García (2012) señala que *la innovación es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización, la cual debe ser continua, y orientados al cliente y a la apertura de nuevos mercados.* Para el Banco Interamericano de Desarrollo (2011) "la innovación significa la posibilidad de transformar ideas y conocimientos en nuevas ventajas económicas, tales como un mayor crecimiento de la productividad, la apertura de nuevos mercados y/o mayores cuotas de mercado. Las empresas desempeñan, por lo tanto, un papel significativo en los sistemas nacionales de innovación: son los agentes encargados de transformar el conocimiento en nuevas soluciones económicas, que redundarán en su propio beneficio y en el de toda la economía". Este interés por la innovación ha sido expresado por otros organismos internacionales de reconocido prestigio como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo

Económico, que no sólo ha puesto de manifiesto "lo necesaria que es la innovación como una forma de proporcionar nuevas soluciones" sino que ha señalado que es "un medio para resolver problemas mundiales y sociales".

En la 3ª. Edición del Manual de Oslo (2006) se define la innovación como "la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores" del mismo modo, para Luna (2013) la innovación es una ventaja competitiva que todos los actores de la productividad deben alentar: las instituciones educativas, las empresas y las instancias gubernamentales. Esto, debe ser a través de un plan estratégico de generación y fomento de la innovación convencidos de que es una ventaja competitiva de carácter urgente, también Romero (2013) establece que "la innovación se debe a que no es un fin en sí misma sino que es el medio a través del cual se puede obtener ventajas competitivas y sostenibles en el tiempo que permitan crecer, en esta situación de elevada competencia y cambio continuo. Sin embargo, tenemos que ser conscientes que no es nueva esta apuesta por la innovación como medio a través del cual lograr el progreso de la economía y la sociedad sino que viene demostrándose a lo largo de la historia" igualmente "la innovación constituye actualmente un elemento fundamental para la adquisición de ventajas competitivas, en un mundo que vive inmerso en la cultura de la continua transformación. La capacidad de innovar es un recurso más de la empresa, al igual que sus capacidades de conocimiento, financieras, comerciales y productivas; y, del mismo modo, debe ser gestionada sistemáticamente" (Iberdrola, 2010). En este mismo orden de ideas para Euskadinnova (2014) la innovación es el camino para conseguir ventaja competitiva.

A consecuencia de esto Trillo & Pedraza (2010) plantea que "la innovación constituye un activo intangible, algo más que mero conocimiento, que influye directamente en el capital intelectual de la empresa y por lo tanto en la creación de valor de la misma para crear ventaja" seguido a esto la innovación se entiende, en un sentido amplio, como todo cambio que genera ventaja debido a la difusión de las ideas planteadas (Programa de Bonos Tecnológicos, 2013) también Porto y

Mosteiro (2014) definen a la innovación como todo cambio que genera valor, por ende la innovación se contempla como aquel cambio que pretende la mejora siendo el mecanismo facilitador para el perfeccionamiento de la calidad de la empresa; en este orden de ideas, la innovación es entendida como un proceso sostenido en el tiempo donde, la oportunidad para innovar facilita el desarrollo organizacional y hay un mayor desarrollo y aprendizaje de los empleados (Ministerio de Educación, 2010). La innovación es el soporte del crecimiento actual y futuro de las organizaciones para la generación de bienes y servicios. (OCDE, 2012).

En contraste a lo anterior, se ha asociado a la innovación con una actividad relacionada con la creatividad, pero este elemento que puede ser importante para que se dé el proceso de la innovación, es tan solo un componente que interviene en dicho proceso. Para Teixido (2013) “el concepto de innovación es amplio, se sitúa como una respuesta creativa ante la dificultad o identificación de una oportunidad detectada como mejora en el diseño, proceso o comercialización de un producto” según Perego & Miguel (2014) establecen que la innovación es aquello que nace de una idea, invención o reconocimiento de necesidad con el fin de que se desarrolle un producto, se tenga la apertura a un nuevo mercado o la implementación de una nueva estructura en el mercado.

La innovación hoy en día es clave para el desarrollo socioeconómico, por lo tanto la innovación se puede abordar desde varios puntos de vista, entre ellos la reorganización de los recursos humanos, la utilizando nuevas tecnologías de la información y la comunicación, actuando sobre el proceso de producción o sobre los bienes o servicios generados por la determinada organización (Cilleruelo, 2010) del mismo modo e involucrando la parte tecnológica en las empresas se establece que la innovación se asocia con tecnología e I+D, ya que el factor tecnológico está presente en gran parte de la actividad innovadora de las empresas; la Confederación de Empresarios de Málaga (2010) afirma que “la innovación se puede manifestar en cambios de productos, cambios de procesos, nuevos enfoques de marketing, nuevas formas de distribución, nuevos alcances, entre otros”. Por otro lado, Fernández, Vega & Gutierrez (2010) definen a la innovación como los avances en el conocimiento científico que pueden ser

transformados y aplicados en las organizaciones. En este sentido Morales, Ortiz & Arias (2010) establecen que la innovación es el resultado de implementar nuevos métodos de producción a las organizaciones. Del mismo modo el Instituto de Empresa para la Dirección General de Política de la PYME. (2014) concluye que a la innovación como la actividad que proporciona el uso de tecnología para tener novedad en los productos, métodos y servicios.

2. La influencia de la innovación en las Pymes: Estrategia para generar ventaja competitiva y posición en el mercado.

Las pequeñas y medianas empresas en el mundo representan un conjunto heterogéneo de agentes económicos que contribuye de manera importante a la generación del empleo y, en menor medida, del producto interno bruto de la región. No obstante, entre las características que han sido puestas en evidencia en varias investigaciones (Dini y Stumpo, 2011) se encuentra el escaso dinamismo de estas firmas y su atraso tecnológico, que se manifiesta en la baja participación en las exportaciones y en la brecha de productividad y competitividad respecto a las grandes empresas. Las pymes de cualquier tipo ya sean comerciales, industriales o de servicios tiene la posibilidad de innovar, pero el modo en que lo hacen está alejado de lo que se consideran actividades de I+D en sentido estricto como por ejemplo la importancia del conocimiento codificado del personal, de I+D con educación terciaria, de las relaciones con instituciones científicas o tecnológicas, de las patentes, entre otros aspectos importantes (Albizu, Olazarán, Otero & Lavia, 2011), de igual forma al tomar la decisión de innovar y generar ventaja competitiva y posicionarse en el mercado, “la innovación en procesos y la innovación en productos son las que mayor impacto positivo generan en la PYME” (Galvez, 2012).

En contraste a lo anterior (Randstad, 2015) afirma que “las pymes tienen enormes ventajas en materia de innovación frente a las grandes empresas gracias a que su tamaño les aporta dinamismo, mayor flexibilidad interna y capacidad de respuesta frente a las circunstancias cambiantes” pero que sin embargo carecen de fuentes de financiamiento y talento humano especializado en todas las áreas de la empresa para realizar estos avances, de igual forma estas “empresas no cuentan con una estrategia de innovación, pero presentan todas las condiciones

para su realización, hay flexibilidad en la producción; la función de investigación no está consolidada pero se reconoce la importancia de su formalización” (Yandar, 2011) lo que obstaculiza este proceso de formalización para la implementación de la innovación, es la falta de tomar la decisión y emprender el camino de la competitividad y el crecimiento, “asimismo si bien se ha detectado en los diferentes estudios que las empresas de tamaño pequeño suelen ser más innovadoras que las de tamaño superior, esto convive con el hecho de que las de mayor tamaño suelen tener más actividad de I+D y de patentes” (Gallardo & Lloveras, 2011), por lo cual las grandes presentan mayor generación de recursos estando en constante desarrollo y crecimiento.

Por otra parte “la capacidad para la investigación y desarrollo de la innovación, es significativo para lograr ventajas competitivas en la creación de nuevos productos y procesos, para que en una etapa posterior logre dar rentabilidad a la empresa” (Velosa, 2011) igualmente un “concepto de ventaja competitiva basada en que las pymes deben asumir el compromiso de hacer presencia en los espacios regionales, en la perspectiva de ejercer como los nuevos protagonistas del desarrollo” y lograr a través del tiempo convertir la innovación en un término clave para determinar una sólida estrategia de competitividad y ventajas, que les permita consolidarse y mantener una posición en el mercado (Castillo & Leal, 2010), pues “la ventaja competitiva también ofrece por primera vez herramientas para la segmentación estratégica de la empresa y la evaluación rigurosa para la diversificación” (Porter, Bueno & Merino, 2010).

Por consiguiente la innovación tiene un papel fundamental para las pymes, ya que se considera como una de las principales fuentes en la evolución hacia la competitividad de estas pequeñas y medianas empresas. Esta importancia e influencia de la innovación en las pymes implica la renovación y ampliación de procesos, productos y servicios, la transformación en la organización y la gestión, así como mejoras en las cualificaciones del talento humano (Corona & Ramírez, 2010), para que estas empresas comiencen un proceso de renovación deben generar ventajas competitiva, nuevas estrategias y oportunidades ante la necesidad de innovar en un mercado globalizado cambiante, donde se presentan muchos obstáculos en busca de una estrategia que incluya innovación y genere competitividad y una de la problemática

para ellas, es no conocer que existen financiamientos del gobierno para dar apoyo a la innovación (Pineda, 2012). De la misma manera (Galvez, 2012) plantea que la gran problemática que viven las pymes se basa en que hacen innovación pero que esta innovación se realiza exclusivamente en el desarrollo de innovación de tipo incremental al no contar con recursos de financiamientos.

Así mismo (Saveedra, 2012) afirma que las pymes deben estar preparadas para enfrentar cualquier cambio o dificultades ya que “debido al entorno de intensa competencia que viven estas empresas se ven obligadas a mantener, incluso aumentar, la participación en el mercado, por medio de una constante innovación de productos y procesos de producción, así como de sistemas de producción flexible, para responder rápidamente a los cambios en el entorno” como se ha dicho y así lo afirma (Munuera, 2010) las pymes deben enfrentar un sin número de problemas para el desarrollo de innovación y lograr generar una estrategia que permita posicionarse en el mercado, ya que la innovación es muy costosa y arriesgada especialmente para estas empresas que deben enfrentarse a numerosos obstáculos inherentes a sus propias características. Además las pequeñas y medianas empresas “enfrenta barreras como: la falta de recursos financieros, deficiencias en la comercialización, deficiencias en el desempeño de los recursos humanos y una deficiente gestión financiera y administrativa” (Pomar, Rangel & Franco, 2014).

Es tanta la influencia e importancia de la innovación que las pymes, y especialmente sus dueños, temen a comenzar el proceso de formalización de la innovación por miedo a fracasar e invertir en un cambio que tal vez según ellos no genere crecimiento, ni posición en el mercado, ni captación de cliente, pero precisamente lo que se busca con conocer el concepto e influencia de la innovación en las pymes es romper el paradigma al generar cambios basados en una estrategia que genere competitividad. Hasta el momento se puede observar que la influencia de la innovación puede ser negativa y lenta para algunos autores pero que para otros es un proceso que genera diferencia y ventaja frente a los competidores, al respecto Gómez (2014) sustenta que “las pymes tienen características que les pueden permitir ser fácilmente innovadoras, como la toma rápida de decisiones, agilidad para realizar cambios, la

cercanía a los clientes y, por lo tanto, la posibilidad de generar mayor atención a las necesidades de los mismos. Sin embargo, todas estas ventajas se desaprovecharían si los empresarios de pymes no cumplen con el requisito principal para innovar, que es el desarrollo de la capacidad de observación y sensibilidad para detectar y/o anticipar necesidades, expectativas o deseos de sus clientes". De este modo "transformar una pyme en una empresa ágil, veloz e innovadora, significa efectuar un abordaje sistémico que permita otorgarle la competitividad suficiente para posicionarse en el mercado con un producto o servicio que se diferencie de sus competidores. Ello debe estar apoyado en la productividad de la Pyme" (Quiroga, 2012).

3. Las Pymes en Colombia

Hoy en día en Colombia al igual que en el resto del mundo, la competitividad es una necesidad imperiosa, que se logra a través del desarrollo y estímulo a la creatividad y la Innovación (Panaigua, 2010). De igual forma este autor plantea que las pequeñas y medianas empresas "son las más representativas con una altísima participación de las mismas alrededor del 99.9% en los establecimientos empresariales del país, dejando solo el 0,1% para las grandes empresas como aportantes de la economía de la nación". Las pymes colombianas son indispensables para la economía nacional. Afortunadamente, son numerosas las formas en que un empresario puede alcanzar mercados nacionales e internacionales, lo cual depende únicamente de la estrategia de la gerencia y la manera en que las empresas accedan a mecanismos de financiación y consolidación de redes sociales (Tabares, 2012) para poder alcanzar este objetivo de ejecutar innovación las pymes deben desarrollar los componentes de asociatividad, globalización, apertura, desarrollo empresarial, tecnologías de información y comunicación, visión internacional, gobernabilidad, infraestructura, característica producto y/o servicio, medio ambiente y sostenibilidad, mercado y logística, riesgo comercial y político riesgo, para poder tener una penetración mundial que permita su sostenibilidad (Herrera, Urueña & Chavarro, 2012). El gran reto de las pymes colombianas es tener que salir de esa falla común que las identifica; por lo tanto Perez y Ramirez (2015) establecen que las pymes están fallando en la poca importancia que le dan a la innovación y al

conocimiento, los cuales deberían ser el centro y el corazón que hacen mover los otros ítem de importancia en las organizaciones.

"Por eso es tan importante que todas y cada una de las empresa (pymes) tengan muy en cuenta los conocimientos adquiridos con el transcurso de los años pero sin dejar de lado los nuevos procesos que se van generando día a día; he aquí la importancia de tener una mentalidad prospectiva visionando el futuro, ya que la actividad empresarial e innovación tecnológica se aprende, pero requiere de compromiso y esfuerzo" (Fonseca 2012). El panorama en Colombia es interesante respecto de las pyme, toda vez que representan un amplio porcentaje de la totalidad de las empresas, siendo la gran mayoría importantes para el desarrollo económico y el equilibrio social en Colombia, por su contribución en empleo, desarrollo económico y bienestar para la comunidad (Avendaño, 2012). Según Correa (2012), Colombia es un claro ejemplo de modernización de las pymes, ya que estas son pioneras en la implementación de muchos proyectos de innovación. Sus resultados son evidentes en la sociedad económica y tanto su rentabilidad como su competencia se dan gracias a las aplicaciones y su apoyo en la innovación tecnológica, contribuyendo así con el progreso del país. Para Fomipyme, "el fondo tiene por objeto la financiación de proyectos y programas para el desarrollo tecnológico de las pymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción" (Quintero 2012); gracias a las aportaciones de las pymes Colombia cumple un papel clave e importante para el fortalecimiento empresarial en Latinoamérica, ya que en el exterior los empresarios y economistas ven al país como una oportunidad de innovación, pues este cuenta con la capacidad de conquistar un nivel alto en los negocios porque posee personas emprendedoras y tiene un campo amplio de acción respecto a la industria y el mercado (Ospina, Puche & Arango, 2014). Finalmente se puede destacar que las pymes son eje primordial del dinamismo de la economía del país, esta ventaja debe aprovecharse e implementar acciones y programas que promuevan el desarrollo de una estrategia competitiva basada en la innovación para lograr la perdurabilidad de estas empresas en el tiempo.

Discusión

Durante la investigación se pudo identificar que la

innovación es uno de los conceptos más influyentes en las pymes, pues es imposible negar el impacto positivo que trae consigo; gracias a la implementación de este proceso las pequeñas y medianas empresas pueden mejorar la rentabilidad, generar empleo cualificado, experimentar un mayor crecimiento pero sobre todo lograr ser más competitivas para perdurar en el tiempo y tener capacidad de respuesta en momentos de crisis. Es así que muchas de las investigaciones analizadas coinciden en que la innovación puede ser considerada como el proceso de transformar ideas en valor para las empresas y los clientes, el cual se genera con la creación de ideas, implementación de nuevos o mejorados productos, bienes o servicios, permitiendo con ello la evolución hacia la competitividad; esta importancia e influencia de la innovación implica la transformación en la organización y la gestión, así como mejoras en las cualificaciones del talento humano (Corona & Ramírez, 2010), de igual forma otros autores coinciden con esta gran importancia afirmando que las pymes tienen enormes ventajas en materia de innovación frente a las grandes empresas, gracias a que su tamaño les aporta dinamismo, mayor flexibilidad interna y capacidad de respuesta frente a las circunstancias cambiantes, pero que sin embargo carecen de fuentes de financiamiento y talento humano especializado (Randstad, 2015) y (Gallardo & Lloveras, 2011) entre otros. En contraste muchos autores resaltan que las pymes no implementan innovación por el temor que sienten a experimentar cambios, al invertir recursos y no obtener mayores ganancias a corto tiempo; la falta de recursos financieros, deficiencias en la comercialización, deficiencias en el desempeño de los recursos humanos y una deficiente gestión financiera y administrativa (Pomar *et al.*, 2014) son características inherentes a su tamaño (Albizu *et al.*, 2011), (Pineda, 2012) (Galvez, 2012) (Saveedra, 2012).

Por otra parte se encontraron resultados en lo que se habla de la innovación como un proceso que requiere emprendimiento por parte de la gerencia al mismo tiempo que necesita realización de cambios para generar ventaja competitiva y posicionarse en el mercado. El concepto de ventaja competitiva se basa en que las pymes deben asumir el compromiso de hacer presencia en los espacios regionales, en la perspectiva de ejercer como los nuevos protagonistas del desarrollo y lograr a través del tiempo convertir la innovación

en un término clave para determinar una sólida estrategia de competitividad y ventajas, que les permita consolidarse y mantener una posición en el mercado (Castillo & Leal, 2010), (Quiroga, 2012). En esto coincide con el concepto de innovación que plantean muchos autores entre ellos Romero (2013) e Iberdrola (2010), quienes de una u otra forma establecen que la innovación genera valor agregado en los procesos, productos y/o servicios que generan las empresas lo cual conduce a tener una ventaja competitiva ante las demás. El éxito o el fracaso de las empresas se manifiestan en los mercados, por ejemplo al ofertar un producto a un precio más bajo que la competencia. Sin embargo, una empresa puede ser más competitiva si innova y presenta nuevos productos o servicios, que reactivan los mercados. También puede serlo si hace mejor publicidad o comercializa mejor o si promueve un cambio organizativo dentro de la empresa que reduce los costes o incrementa la producción. En todo caso, la innovación es un medio para incrementar la productividad y la competitividad de las empresas. (Echeverría & Merino, 2012)

En cuanto al contexto de las pymes en Colombia se encontró que estas son las empresas más representativas con una altísima participación de las mismas alrededor del 99,9 % en los establecimientos empresariales del país, dejando solo el 0,1 % para las grandes empresas como aportantes de la economía de la nación” (Panaigua, 2010) además se ser grandes contribuyentes al desarrollo del país y generadoras de empleo (Avendaño, 2012). El gran problema que viven las pymes en Colombia según Perez y Ramirez (2015) es que no están dándole la importancia que merece a la innovación y para eso debe ser consciente que Colombia es un ejemplo claro de modernización de las pymes, Correa (2012). El gran reto está en acogerse a los financiamientos del estado y emprender los cambios basados en innovación para generar ventaja competitiva complementada con una ardua estrategia para estar a la vanguardia de los cambios del entorno.

Conclusiones

En un contexto en el cual los ciclos de vida de las estrategias son cada vez más cortos, se hace difícil desterrar la cultura de la resignación de las Pymes ya que muchas optan por continuar haciendo lo que les da mínimas ganancias por el temor al

experimentar cambios, en consecuencia se van quedando atrasadas en cuanto al desarrollo de innovación siendo esta uno de los procesos fundamentales para las pequeñas empresas. La mayoría de gerentes son conscientes del proceso de formalización que debe recibir la innovación, pero se detienen para hacerlo por los grandes costos de financiamiento que asumen al invertir, dejando a un lado los beneficios que tiene el emprender la innovación en las pymes y no captan que ser pequeñas no es sinónimo de ser cohibidas, pues su estructura favorece la implementación y desarrollo de la innovación ya que son más flexibles, poseen canales de comunicación más rápidos y efectivos, con capacidad de dar respuestas a las circunstancias cambiantes. La innovación influye significativamente en el desempeño organizacional, lo que refuerza el planteamiento de que las empresas deben mejorar la baja percepción de la importancia de la innovación para conseguir un desempeño organizacional superior.

En consecuencia muchos de las concepciones de aplicar innovación son ciertos, pues esta implica cambio y renovación de procesos, productos y servicios, la transformación en la organización y la gestión, la introducción de un nuevo producto o servicio o un cambio cualitativo en un producto o servicio ya existente, así como mejoras en las cualificaciones del talento humano, la apertura de un nuevo mercado, el desarrollo de nuevas fuentes para el suministro de materias primas o materiales, así como su búsqueda. Lo único que se debe hacer es romper esa cultura por permanecer conforme, y ser consciente de la importancia e influencia que tiene la innovación en las pymes. Si el problema es financiero existen fondos de ayuda por parte del estado que quiere impulsar la competitividad del país. En Colombia como en muchas economías del mundo, las pymes son el centro del desarrollo y tienen enormes ventajas en materia de innovación frente a las grandes empresas; es por esto que la innovación debe ser vista por las pymes como el centro y el corazón que hace mover todas la áreas de la empresa para lograr el perfeccionamiento en sus productos y procesos permitiendo alcanzar una estabilidad en el mercado y garantizar una supervivencia a través del tiempo, lo cual permite generar una ventaja competitiva basada en una ardua estrategia para estar a la vanguardia de los cambios del entorno. Además las pymes para

desarrollar una influyente estrategia innovadora, deben hacer mayor énfasis en la reducción de costos, aumento de la productividad, la búsqueda permanente de nichos de mercado, el diseño de nuevos productos o servicio y el impulso a la mano de obra calificada, todo ello con el afán de insertarse al mercado global.

Literatura citada

- Albizu Eneka et al., (2011) "Innovación en las pymes industriales: una visión desde el modelo interactivo" RIO Revista Internacional de Organizaciones, Disponible en http://revista-rio.org/index.php/revista_rio/article/view/78/pdf
- Avendaño, W. (2011) "Innovación: un proceso necesario para las pequeñas y medianas empresas del municipio de san José de Cúcuta, norte de Santander (Colombia)" Revista Semestre Económico, volumen 15, No. 31, Medellín, Colombia. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v15n31/v15n31a9.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Los Sistemas Regionales de Innovación en América Latina. Disponible en <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/Archivos/Articulo/Los%20sistemas%20regionales%20de%20innovacion%20en%20america%20latina.pdf>
- Banco Internacional de Desarrollo. (2010). Ciencia, Tecnología e Innovación en América Latina y el Caribe. Disponible en <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08300.pdf>
- Castillo, G.P & Leal, F.B (2010) "Innovación En Producto En Las Mipymes Del Fondo Emprender Del Sector De Alimentos De La Ciudad De Manizales" para el grado de maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones, Universidad Autónoma de Manizales, Colombia, Disponible en <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/90/1/Tesis%20Innovacion%20Producto%20Mipymes.pdf>
- Cilleruelo, E (2010). Compendio de definiciones del concepto "innovación" realizadas por autores relevantes: Diseño híbrido actualizado del concepto. Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas. Bilbao. Disponible en <http://www.researchgate.net/publication/282>

- 32905_Compendio_de_definiciones_del_concepto_innovacin_realizadas_por_autores_relevantes_diseño_híbrido_actualizado_del_concepto Confederación de Empresarios de Málaga. (2010). Guía Práctica de Innovación para Pymes. Disponible en <http://www.cem-malaga.es/portalcem/novedades/2010/Gu%C3%ADa%20CEM%20Innovaci%C3%B3n%20PYMES.pdf>
- Corona, J. & Ramírez, I. (2010) "Innovación en las pymes: Desarrollo de un modelo para el estado de Hidalgo", Revista Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Disponible en <http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/producto.php?producto=5165>
- Correa, J. (2012, 31 de marzo) "Modernización de las pymes, un objetivo de Bancoldéx", Portafolio, sección Economía. Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/modernizacion-las-pymes-un-objetivo-bancoldex>
- Delgado et. al., (2010). la influencia de los elementos de capital intelectual en la innovación de producto, Disponible en http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvcongreso_aeca/cd/37c.pdf
- Dini, M & Stumpo G (2011), "Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Cepal, Colección de Documentos, Chile. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3868/S2011008_es.pdf?sequence=1
- Echeverría, J & Merino, L. (2011). Cambio de Paradigma en los Estudios de Innovación: El Giro Social de la Políticas Europeas de Innovación. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura. Disponible en <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1387/1396>
- Euskadinnova. (2014) ¿Qué es innovación tecnológica? Grupo Spri. Disponible en <http://www.euskadinnova.net/es/innovacion-tecnologica/ambitos-actuacion/innovacion-tecnologica/162.aspx>
- Fernández et. al., (2010). Ciencia e Innovación: Una Relación Compleja y Evolutiva. Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento. , INGENIO (CSIC-UPV). Valencia. Disponible en <http://digital.csic.es/bitstream/10261/29393/1/Ciencia%20e%20innovaci%C3%B3n%20una%20relaci%C3%B3n%20compleja%20y%20evolutiva.pdf>
- Fonseca, E. D. (2012) "La prospectiva y el conocimiento de las tics en las pymes del departamento de Boyacá (Colombia)" Revista Pensamiento & Gestión Barranquilla. Colombia. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200009&script=sci_arttext
- Gálvez (2012) "Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la mipyme: un estudio empírico en Colombia", Colombia, Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28n122/v28n122a02.pdf>
- García, F. (2012). Conceptos Sobre Innovación. Colombia. Disponible en http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- Garzón, M. A. e Ibarra, A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. Revista Dimensión Empresarial. Disponible en http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-11-no-1/articulo04.pdf
- Gallardo, R. X & Lloveras, M. J. (2011) "innovación en pymes: metodología de selección de herramientas de inteligencia competitiva" Revista Visio, Barcelona España, Disponible en <http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/15215/Gallardo-Lloberas.pdf?sequence=1>
- Gomez, J. (2014, 11 de Mayo) Estrategias de innovación y competitividad para pymes, Portafolio, Colombia. Disponible en <http://www.portafolio.co/economia/estrategias-innovacion-y-competitividad-pymes>
- Herrera L, et. al., (2012) "Análisis sobre la internacionalización de las Pymes en Colombia" Revista [Especialización en Finanzas y Negocios Internacionales](#), Universidad de La Sabana, Colombia Disponible en <http://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/1857>
- Iberdrola. (2010). Informe de Innovación. Disponible en http://www.iberdrola.es/webibd/gc/prod/es/doc/innovacion_informe.pdf
- Instituto de Empresa para la Dirección General de Política de la PYME. (2014). Evolución de la innovación en el emprendimiento español. Disponible en http://antigua.gemspain.com/Mis%20archivos/Informes%20Especiales/Evolucion%20de%20la%20innovacion%20en%20el%20emprendimiento%20espanol_fin

- al_2.pdf
- Luna, J. (2013). Influencia del Capital Humano para la Competitividad de las Pymes en el Sector Manufacturero de Celaya, Guanajuato. [Versión Electrónica]. México: eumed.net. Disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/innovacion.html>
- Manual de Oslo (2006). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDOSloManual05_spa.pdf
- Ministerio de Educación. (2010). Educación e Innovación. Disponible en http://www.vvob.org.ec/sitio/sites/default/files/20101202-03_educacion_e_innovacion.pdf
- Moheno, G.A. (2010). El Impacto de la Gestión del Conocimiento y las tecnologías de Información de la Innovación: Un estudio de la Pymes del Sector Agroalimentario de Cataluña (Tesis Doctorales de Ciencias Sociales). Barcelona. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/gam/Innovacion.htm>
- Morales, et. al., (2010). La innovación tecnológica desde una perspectiva evolutiva: teoría e historia económica. En P. Bejarano, A. Zerda y C. Cortés (Eds). Innovación desafío para el desarrollo en el siglo XXI. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n72/n72a10.pdf>
- Munuera, A.L. (2011) "La innovación en las pymes españolas: un estudio de caso exploratorio", ICE, España. Disponible en http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_860_99-114__EA8CC7D0DBF354CE86F9F25507E10E13.pdf
- OCDE. (2012). Innovación en las Empresas–Foro Consultivo, Científico y tecnológico. Disponible en http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/innovacion_empresas.pdf
- Ospina M, et. al., (2014) "Gestión de la Innovación en Pequeñas y Medianas Empresas. Generando ventajas competitivas y posicionamiento en el Mercado" Revista GPT Gestión de las Personas y Tecnología, Medellín, Colombia. Disponible en <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwiQ4NSpoebIAhWHXR4KHdWfCqU&url=http%3A%2F%2Fdia1net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4760745.pdf&usq=AFQjCNFmFTm6Uo0MYnXhfN7iu6qfqOLsGg&sig2=HaHLE92iIxnYjbWDX7lctg&bvm=bv.106130839,d.dmo>
- Ostos, J. (2010). Efecto mediador de la innovación organizacional en la relación entre el entorno y el desempeño organizacional en empresas de servicios. (Tesis de Maestría). Colombia. Disponible en [http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/37920/OSTOS_Tesis%20Doctoral_05%20set%2010.pdf?sequence=1\(viejas\)](http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/37920/OSTOS_Tesis%20Doctoral_05%20set%2010.pdf?sequence=1(viejas))
- Panaigua, A. (2010) "Las MiPymes colombianas, escenario estratégico para la creatividad e innovación del talento humano", Escenarios Vol. 8, No. 2, Paris. Disponible en http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/escenarios/volumen-8-no-2/art-04.pdf
- Perego, et. al., (2014). Innovación e Inteligencia Estratégica. Eumed.net [Enciclopedia Virtual]. Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1405/innovacion.htm>
- Perez I. & Ramirez P, (2015, 19 de Febrero) "Por qué fracasan las pymes en Colombia" Revista Dinero, Colombia. Disponible en <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>
- Pineda, G.Y. (2012), Diseñar un sistema estratégico de innovación tecnológica para las pymes manufactureras, Tesis para obtener el grado de maestría, Instituto Politécnico Nacional, Mexico, Disponible en <http://148.204.210.201/tesis/1345764687281TESISDELAMAE.pdf>
- Pomar et. al., (2014) "La influencia de las barreras a la innovación que limitan la competitividad y el crecimiento de las pymes manufactureras", Revista Administración y organizaciones, México. Disponible en http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/9-695-10071pbc.pdf
- Porter, Michael et. al., (2010) "Ventaja Competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior. Madrid: Pirámide, España. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=510620>
- Porto, A.M. & Mosteiro, M.J. (2014). Innovación y calidad en la formación del profesorado universitario. Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 17 (3), 141-156. Disponible en <http://dx.doi.org/10.6018/reifop.17.3.204101>
- Programa Bonos Tecnológicos. (2013). Innovación y Competitividad Empresarial. Disponible en <http://bonos.itccanarias.org/descargas/ficheros/Modulo%20Informativo%20Innovacion.pdf>
- Quintero, J. (2013) "Características de la innovación en pymes de Colombia que han utilizado recursos públicos", Revista Mutis de la

- Universidad Jorge Tadeo Lozano Bogotá, Colombia. Disponible en <http://revistas.utadeo.edu.co/index.php/mutis/article/view/839>
- Quiroga, O. (2012) "La importancia de la innovación en las PyMEs", Grande Pymes, Universidad de Buenos Aire, Argentina. Disponible en <http://www.grandespymes.com.ar/2012/07/05/la-importancia-de-la-innovacion-en-las-pymes/>
- Randstad (2015) "La innovación en las pymes" España, Disponible en <http://www.randstad.es/tendencias360/la-innovacion-en-las-pymes>
- Romero, M.J. (2013). El Impacto Económico de la innovación: 10 razones por las que innovar. Madrid. Disponible en <http://www.clarkemodet.com/es/blog/2014/09/el-impacto-economico-de-la-innovacion-10-razones-por-la-que-innovar.html#.VjPRuLcrK70>
- Saavedra, G.M. (2012) "una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme Latinoamérica", Revista Pensamiento & Gestión, Barranquilla Colombia. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005
- Tabares, A. (2012) "Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES", Revista Pensamiento & Gestión, Barranquilla Colombia. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200004&script=sci_arttext&tlng=pt
- Teixido, M. C. (2013). Innovación y Territorio para el Desarrollo: Estudio de caso de una firma industrial mediana ubicada en Campana-Buenos Aires Argentina (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina. Disponible en http://www.ungs.edu.ar/ms_ungs/wp-content/uploads/2013/12/Tesis_Teixido.pdf
- Trillo, M.A. & Pedraza, J.A. (2010). La Influencia de la Innovación en el Capital Intelectual de la Empresa. Propuesta de un modelo. Revista Electrónica Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Camino al Futuro. Disponible en <http://revistas.um.es/reifop/article/view/204101>
- Velosa, J. D. (2011) "Aproximación de modelo metodológico sobre capacidad tecnológica para las pymes del sector metalmecánico colombiano" tesis de investigación presentada como requisito parcial para optar al título de: Magister en Ingeniería - Materiales y Procesos de Manufactura, Universidad Nacional, Colombia, Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/3899/>
- Yandar, S. E. (2011) "Dinámica del proceso de innovación en pymes. El caso de dos empresas del sector agroindustrial" para el grado de magister, Universidad Nacional, Colombia, Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/4139/>

Análisis del impacto del Programa Jóvenes en Acción de la Universidad de la Amazonia período 2014-2015

Carlos Alberto Gómez Cano^{1*}

Verenice Sánchez Castillo^{2*}

Luis Eduardo Torres García³

Recibido 04 de abril de 2016

Aceptado 10 de mayo de 2016

¹Especialista en Gestión Pública, Escuela Superior de Administración Pública ESAP, Est. Maestría en Ciencias de la Educación. Grupo de Estudios de Futuro en el Mundo Amazónico (GEMA).

²Ingeniera Agroecóloga, MSc. en Ambiente y Desarrollo, Est. de Doctorado en Antropología. Docente Programa Ingeniería Agroecológica de la Universidad de la Amazonia. Grupo de Investigación en Agroecología y Desarrollo Rural (GLADER).

³Licenciado en Matemáticas y Física, Esp. en Matemática Avanzada, Mg. en Matemática Aplicada. Docente del programa de Matemáticas y Física de la Universidad de la Amazonia. Director del Grupo CIEM – UA.

Resumen

Introducción. El Programa Jóvenes en Acción-PJeA del gobierno nacional, tiene como objetivo mejorar las condiciones de inserción en la educación y en la formación para el trabajo y brindar un apoyo económico a los estudiantes universitarios para que estos eliminen la presión de trabajar; si bien durante el periodo 2014-2015 el programa benefició a 2223 Jóvenes en la Universidad de la Amazonia, a la fecha se desconocen los resultados e impactos reales del mismo, a partir de cuya reflexión se permita reevaluar y mejorar el desarrollo del mismo. Metodología. La investigación se desarrolló en la ciudad de Florencia Caquetá, Universidad de la Amazonia, el tipo de investigación fue cuantitativa, se emplearon técnicas e instrumentos de investigación como encuestas, arqueo de archivo y diálogos semi-estructurados. Las variables para determinar el impacto fueron: situación laboral del estudiante, tiempo que dedica al estudio, continuidad y rendimiento académico. Resultados y Discusión. Los mayores logros del programa se relacionan con la continuidad y el rendimiento académico; sin embargo, no es un aliciente para que el estudiante abandone su permanente busca de empleo y generación de ingresos. Conclusiones. El tiempo disponible para el estudio es mayor gracias al programa, este se ha convertido en pieza clave para disminuir la deserción estudiantil, pues las ayudas económicas del mismo son un complemento para los diversos gastos universitarios.

Palabras clave: transferencias, impacto, programa jóvenes en acción.

Abstract

Introduction. The Youth in Action national government Program (PJeA) aims to improve the inclusion conditions in education and training to work and to provide financial support to university students in order to abolish the pressure of working. Although during the period of 2014 to 2015 the program benefited 2223 youth people at the Amazonia University, results and real impact to date of it are unknown this is important data that allow re-evaluate and improve the development of PJeA. Methodology. This quantitative research was developed in Florencia city (Caquetá), at the Amazonia University with the use of technical and research tools, such as, surveys, tonnage file semi-structured dialogues. The variables to determine the impact were: student employment status, time devoted to studying continuity and academic performance. Results and Discussion. The greatest achievements of the program are related to the continuity and academic performance; however, it is not an inducement in order or the student to leave their permanent search of employment and revenue-generation. Conclusions. The time available for study is enhanced by the program, which has become a key element to reduce student desertion, since the financial support is a complement for various college expenses.

Key words: transfers, impact, PJeA, Youth in Action Program

Introducción

Una aproximación al concepto de impacto de los programas sociales

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española – RAE (2014), define “impacto”, como el efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, entre otros. Este concepto, deja entrever que, al referirse a impacto, se hará alusión entonces a la percepción que tiene una

colectividad respecto al desarrollo de un proceso y cuáles son sus consideraciones sobre el particular.

Por otro lado, al abordar el concepto de programa social, existen muchas definiciones disponibles, especialmente si se generan desde un motor de búsqueda en la web, todas con un enfoque y una interpretación de la realidad, lo cual obedece a los diferentes contextos políticos, económicos y sociales donde se han generado. Sin embargo, hay un punto común en los conceptos, y es que los programas sociales son iniciativas para mejorar las

*Autor para Correspondencia: ve.sanchez@udla.edu.co

condiciones de la sociedad, buscando disminuir el número de necesidades insatisfechas.

Estas iniciativas, por lo general, son producto de la gestión pública, pues es el Estado el principal responsable del bienestar integral de la sociedad, sin desconocer el creciente número de organizaciones privadas que contribuyen a la mejoría de los contextos sociales. Para el caso de los programas sociales del Estado, según Gómez (2015), son una clara muestra del quehacer de la gestión pública y de los constantes esfuerzos que realizan los gerentes públicos por cumplir con el cometido estatal, especialmente en los temas relacionados con los derechos fundamentales consagrados en la Constitución Política.

En el mismo sentido, Vera (2002), propone que las políticas sociales serán entonces acciones públicas cuya finalidad primaria es contribuir a generar mejores indicadores de bienestar social en la población y eliminar las brechas sociales. Dichas iniciativas serán expresadas en leyes, planes, metas, normas, disposiciones y estrategias que reivindican el papel del Estado y sus obligaciones sobre la población. En resumidas cuentas, los programas sociales son acciones del ejecutivo nacional que propenden por el cumplimiento de las obligaciones constitucionales, buscando la generación de bienestar en la sociedad.

Ahora bien, para poder referirse al impacto de un programa social, no es suficiente conocer los objetivos o la finalidad de este, pues, como se mencionó con anterioridad, la determinación del impacto estará dada por el resultado del proceso, es decir, fruto de la ejecución del programa. Es por ello que, para poder referirse al impacto de un programa social se debe generar una evaluación del mismo, siendo los resultados de esta la forma más tangible de determinar su impacto (Ñopo & Robles, 2002).

En palabras Aedo (2005), la valoración del impacto tiene como objetivo determinar si un programa produjo los efectos deseados en la población beneficiaria, a la par de obtener una estimación cuantitativa de dichos beneficios, evaluando si estos son o no atribuibles a la intervención del programa. Para Di Virgilio & Solano (2012), la evaluación de los programas sociales no es un proceso aislado, muy por el contrario, es un insumo para orientar la acción y fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar de las iniciativas gubernamentales. En otras palabras, conciben la evaluación como una herramienta para la toma de decisiones.

Finalmente, Libera (2007), propone que la estimación del impacto de los programas sociales es la valoración de los resultados de la aplicación de una acción a un grupo, que indaga todo tipo de efectos, tanto los buscados, como aquellos que no han sido planificados y resultan producto de la ejecución.

Generalidades del programa Jóvenes en Acción

El programa Jóvenes en Acción – PJeA, tiene como filosofía mejorar las condiciones de inserción en la educación y en la formación para el trabajo, de los jóvenes entre 18 y 25 años, pertenecientes a los niveles 1 y 2 del SISBEN, a través de un modelo de transferencias monetarias condicionadas. Esta iniciativa fue creada durante el primer periodo presidencial de Juan Manuel Santos Calderón, considerado como una rama del programa Familias en Acción, para atender inicialmente a las ciudades con mayor índices de desempleo, tal fue el caso de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Manizales y Cartagena (DPS, 2013; Roth, 2009), sin embargo, dado el éxito en cobertura del PJeA, el beneficio pronto fue extendido a gran parte del territorio nacional (Banco Agrario, 2015).

Las últimas estadísticas del programa dan cuenta de más de 160.000 colombianos beneficiarios, entre los niveles técnicos, tecnológicos del SENA y los profesionales en las diferentes Instituciones de Educación Superior – IES. Los incentivos económicos superan los 290 millones de pesos (El espectador, 2015).

La ejecución del programa está a cargo del Departamento para la Prosperidad Social – DPS, específicamente a cargo de la Dirección del Ingreso Social – DIS, quien debe liderar la ejecución de los planes, programas y proyectos de transferencias monetarias dirigidas a reducir las necesidades básicas insatisfechas de la población vulnerable. Igualmente, es la encargada de la elaboración de las estrategias para la verificación del cumplimiento de los compromisos de los beneficiarios de dichas transferencias, conforme a los lineamientos de las políticas del ejecutivo nacional (DPS, 2013).

El principal objetivo del programa es facilitar el acceso a los jóvenes en condición de vulnerabilidad a la formación profesional, contribuyendo de esta manera al desarrollo de competencias y capacidades para el trabajo, reduciendo las tasas de desempleo, generando movilidad social, a la par de brindar asesoría y

acompañamiento en el desarrollo de su plan de mejoramiento de capacidades para la vida y promover la articulación de oferta institucional pública y privada en función de su demanda en la educación (DPS, 2013).

El PJeA tiene dentro de su derrotero las siguientes actividades: focalización, registro, inscripción, priorización de la población objetivo, taller de participantes, proceso de registro inscripción y matrícula en la institución educativa, enrolamiento financiero, depuración de información, suspensión preventiva de giros, verificación de compromisos de los jóvenes, casos especiales de suspensión del giro, liquidación, entrega de incentivos, dispersión de incentivos, reintegros, pago de comisiones, novedades y gestión de quejas y reclamos (DPS, 2013).

Las transferencias monetarias condicionadas

Los programas que condicionan las transferencias monetarias a la inversión en capital humano, se deben entender como una estrategia para la protección social, la reducción de la pobreza y la inclusión, especialmente de los niños, niñas y jóvenes que inician su proceso escolar, y que luego harán parte de la fuerza laboral del país (Villatoro, 2005; Organización Mundial del Trabajo, 2008; Banco Mundial, 2009; Stampini & Tornarolli 2013). En el caso específico del programa JeA, las transferencias monetarias condicionadas - TMC, son un apoyo económico del gobierno nacional para la sostenibilidad en el sistema educativo superior, es decir, para que los jóvenes que han culminado sus estudios de bachillerato y estén en condiciones de vulnerabilidad, tengan un apoyo en su proceso educativo.

Según el DPS (2014), el programa Jóvenes en Acción entrega tres incentivos en dos desembolsos en cada período académico, so pena del cumplimiento de las exigencias técnicas y académicas del convenio. El procedimiento de las TMC se realiza de la siguiente manera:

1. Incentivo de matrícula por valor de \$400.000, una vez se verifique que el joven se ha matriculado en un programa de formación.
2. Incentivo de permanencia de \$400.000, una vez se verifique que el joven ha culminación del período académico matriculado.
3. Incentivo de desempeño de \$200.000, aplica para los jóvenes que logren un promedio del período académico igual o superior a tres cinco (3,5).

El PJeA en la Universidad de la Amazonia

El ciclo de operación del PJeA en la Universidad de la Amazonia inició en enero de 2014, tras dos años de negociaciones y ajustes del convenio con el DPS. La Oficina Asesora de Relaciones Interinstitucionales - OARI de la Universidad fue designada para realizar la etapa de promoción y divulgación al interior del claustro educativo, los ingresos de las solicitudes inicialmente fueron responsabilidad compartida entre la OARI y el enlace del DPS, luego, este proceso paso a ser responsabilidad de los estudiantes beneficiarios.

En cuanto a la selección de los beneficiarios, esta es potestad exclusiva del DPS, a través de su aplicativo Sistema Integrado para Jóvenes en Acción - SIJA, el cual realiza un cruce de información entre el Departamento Nacional de Planeación - DNP y otras bases de datos, con el propósito de evitar duplicidad en los beneficiarios. Respecto al ingreso de los JeA, se hace indispensable la entrega de toda la documentación básica y la verificación de matrícula con mínimo el 78% de la totalidad de los créditos académicos del programa respectivo; una vez sea aceptado el estudiante, se exige como requisito de continuidad un promedio académico mínimo de tres punto cero (3.0), para continuar recibiendo las Transferencias Monetarias Condicionadas - TMC, además para aquellos beneficiarios que acumulen promedio por encima de tres punto cinco (3.5) se harán acreedores a un incentivo por rendimiento académico, el cual consiste en el pago de \$200.000 adicional a la TMC dada en el primer pago de cada período académico (Gómez *et al*, 2016).

Las proyecciones de cobertura de la Universidad de la Amazonia giraban en torno a 800 estudiantes, sin embargo, la difusión y aceptación fue tan alta que con corte al I semestre de 2014, se reportaron 1391 beneficiarios, quienes significaban el 18,63% de la población estudiantil de la Universidad. La demanda social del programa continuo creciendo, tanto fue el nivel de aceptación que para el siguiente semestre, se reportaron 2163 beneficiarios, quienes pasaron a ser más de un cuarto de la población estudiantes, representado el 28,96% de los estudiantes activos. La dinámica en el 2015 siguió siendo favorable, atendiendo a consolidado de 2223 estudiantes, no obstante, por la dinámica de extensión de cobertura planeada por la alta dirección, la representación porcentual paso a ser el 27,74%. (Gómez *et al*, 2016).

Finalmente, el PJeA se consolidó como una oportunidad integral para la permanencia y culminación de los procesos de formación profesional en los jóvenes beneficiarios, pues además de las TMC, los jóvenes reciben constantes procesos de capacitación complementarios a su quehacer académico. El PJeA se ha convertido en un aliado estratégico para la generación de mejores condiciones y oportunidades para los educandos (Palomares, 2013). Sin embargo, hay un generalizado malestar por la no ampliación de cobertura, pues los estudiantes que llegaron después del I semestre del 2015, no han tenido la posibilidad de acceder, sumado a algunas quejas de los beneficiarios respecto a los procesos de organización y desarrollo del programa.

En este sentido y con el fin de brindar una aproximación integral de la situación de los jóvenes beneficiarios del programa, surge la necesidad de evaluar cuál ha sido el impacto del PJeA en los estudiantes beneficiarios durante los dos años de ejecución que este ha tenido al interior de la Universidad de la Amazonia, teniendo en cuenta los objetivos y el alcance del Programa mismo.

Teniendo en cuenta lo anterior, es preciso mencionar que los resultados que se describen en el presente manuscrito, hacen parte de un macroproyecto de investigación que acerca del Programa Jóvenes en Acción viene realizando en alianza el Grupo de Investigación en Estudios del Futuro del Mundo Amazónico-GEMA, el Grupo de Investigación en Agroecología y Desarrollo Rural-GIADER y del Colectivo de Investigadores en Educación Matemática - CIEM UA, donde en una primera aproximación se caracterizaron las percepciones sociales de los actores tanto beneficiarios como los ejecutores del programa, alrededor de lo que ha sido la ejecución del PJeA en la Uniamazonia, un estudio de corte cualitativo, que implicó un trabajo etnográfico de seguimiento y dialogo con los actores. De esta manera como segundo paso en el proceso, se consideró estimar de manera cuantitativa el impacto, desde las bases numéricas de los resultados, un posterior análisis referirá una evaluación pero en términos de la eficiencia operativa del programa, se espera que con estos productos concretos de investigación se pueda contribuir a la realimentación y al mejoramiento del programa mismo por el beneficio del alma mater en la cual colaboran los investigadores.

Materiales y métodos

El enfoque metodológico

La presente pesquisa siguió el enfoque de investigación empírico analítico, en razón a que la evaluación del impacto del programa, se hizo a través de la determinación de variables causa-efecto, las cuales fueron cuantitativamente comprobables y repetibles. Siendo preciso mencionar que el interés en este tipo de investigación es buscar regularidades y desagregar la realidad en variables de estudio (Gutiérrez, 2014).

Para el levantamiento de la información se emplearon técnicas e instrumentos de investigación propias de la investigación cuantitativa, que buscan la medición y estimación de las variables de control sobre una muestra estadísticamente representativa de la población.

Atendiendo el objeto del PJeA, las variables del estudio definidas para poder evaluar el impacto del PJeA en la Uniamazonia fueron: 1. La situación laboral del JeA. 2. El tiempo que el estudiante beneficiario destina a su proceso de formación. 3. El rendimiento académico del estudiante. 4. La continuidad académica. Estas variables fueron analizadas tomando como referente la situación antes de ser beneficiario del PJeA y en la actualidad.

Población y muestra

La población a la cual se dirigió el presente estudio fueron los estudiantes activos de la Universidad de la Amazonia que habían sido y en la actualidad eran beneficiarios del PJeA durante el período 2014-2015.

Para definir la muestra entonces, se partió de identificar un universo de beneficiarios de 2223 individuos, distribuidos en poblaciones diferenciadas en 13 Programas Académicos. En aras de lograr una distribución equitativa de la muestra, esta se determinó por cada programa, teniendo en cuenta un nivel de confianza del 35% y un error muestral del 3%. Siguiendo el modelo de cálculo de muestra para poblaciones finitas, se procedió a calcular la muestra y así también definir el número de encuestas por programa académico (Tabla 1).

Error	3,00%
Tamaño población	2.223
Nivel de confianza	95%
TAMAÑO DE LA MUESTRA =	721

El método

Caracterización de los beneficiarios del PJeA en la Uniamazonia

Empleando la técnica de investigación de arqueo de archivo, se revisaron todas y cada una de las bases de datos del Programa Jóvenes en Acción -PJeA, disponibles en la Universidad de la Amazonia, tanto en la oficina del enlace del Programa como en el link institucional. Así mismo se revisó la documentación interna del PJeA como informes, funcionamiento, avance y logros del mismo; esta se fue consolidando en plantillas de doble entrada donde se registraba el título del documento, el autor y se describía a manera de síntesis el hallazgo; los hallazgos se fueron categorizando en relación a lugares de procedencia de los beneficiarios y programas académicos al cual corresponden.

Levantamiento de la información en campo

Esta fase, se realizó a partir de la aplicación de 721 encuestas a los estudiantes beneficiarios del programa. Para elegir los estudiantes a los cuales se les aplicaría la encuesta, se tuvo en cuenta además del número de estudiantes de cada Programa, el semestre al cual correspondían, pues el número de encuestados deberían guardar estrecha relación con el número de beneficiarios por semestre. Una vez definidos el número de encuestados por semestre, se visitó el salón de

clase, se enumeró la población beneficiaria del semestre y se hizo un sorteo para elegir finalmente los estudiantes que serían encuestados. Como paso seguido con el permiso del docente a cargo se aplicó la encuesta.

Procesamiento de los datos y determinación de los hallazgos

Las encuestas fueron diligenciadas en papel, luego puestas en una base de datos en Acces y luego se organizaron atendiendo las variables de control. Posteriormente se realizó una descripción detallada de la situación encontrada en cada variable, el análisis y la triangulación y la identificación de retos y desafíos del programa para mejorar su impacto; concluyendo así la redacción de los resultados.

Resultados y discusión

Caracterización de los beneficiarios del PJeA en la Uniamazonia

Lugar de Procedencia de los beneficiarios del PJeA

La Universidad de la Amazonia es una institución de educación superior transformada mediante Ley 60 de 1982, destinada a suplir las necesidades de educación superior de los departamentos del Amazonas, Guania, Guaviare, Vaupés, Putumayo y Caquetá; designación que le da un papel protagónico en cerca del 35% del territorio

Tabla 1. Distribución de la muestra

FACULTADES	DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA		
	Beneficiarios	Representación %	
		Por Facultad	En la Univeridad
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas	164	100%	22,7%
Programa de Contaduría Pública	94	57,3%	13,0%
Programa de Administración de Empresas	70	42,7%	9,7%
Facultad de Ingenierías	154	100%	21,4%
Programa de Ingeniería Agroecológica	79	51,3%	11,0%
Programa de Ingeniería de Sistemas	51	33,1%	7,1%
Programa de Ingeniería de Alimentos	24	15,6%	3,3%
Facultad de Ciencias Básica	69	100%	9,6%
Programa de Química	22	31,9%	3,1%
Programa de Biología	47	68,1%	6,5%
Facultad de Derecho y Ciencias Políticas	88	100%	12,2%
Programa de Derecho	88	100,0%	12,2%
Facultad de Ciencias Agropecuarias	89	100%	12,3%
Programa de Medicina Veterinaria y Zootecnia	89	100%	12,3%
Facultad de Ciencias de la Educación	157	100%	21,8%
Licenciatura en Matemáticas y Física	33	21,0%	4,6%
Licenciatura en Inglés	71	45,2%	9,8%
Licenciatura en Lengua Castellana	24	15,3%	3,3%
Licenciatura en Ciencias Sociales	29	18,5%	4,0%
TOTAL BENEFICIARIOS	721	N/A	100%

nacional. Sin embargo, por situaciones presupuestales y administrativas, en la actualidad solo hace presencia en Caquetá, sede de sus campus principales; Amazonas, con algunos programas de pregrado y posgrado en extensión; y Putumayo, con el programa en modalidad distancia.

Lo anterior, genera una dinámica de movilidad forzosa, especialmente para aquellos estudiantes jóvenes procedentes departamentos diferentes al Caquetá, pues sea que elijan o no la Universidad de la Amazonia como casa de estudios, se ven obligados a radicarse en una ciudad diferente a su lugar de origen. Al indagar a los beneficiarios, se encontró que el 71% de estos son oriundos del departamento del Caquetá; el departamento del Huila aporta el 14% de los beneficiarios; un 4% procede del departamento de Putumayo; 2% del Cauca; Tolima, Meta y Cundinamarca representan un 1% c/u; Cauca, Nariño, Antioquia y Risaralda representa conjuntamente un 1%. El restante 5% no respondió a la pregunta.

Llama la atención el papel protagónico del departamento del Huila, así como la ausencia de estudiantes de los demás departamentos del área de influencia de la Universidad, situaciones que se pueden atribuir a la falta de interés por la oferta académica o las complejas condiciones de movilidad, pues el transporte terrestre en la región amazónica es insipiente, siendo más fácil la interacción con las ciudades principales (Miesel *et al*, 2013).

Programas académicos a los cuales pertenecen los beneficiarios del PJeA

Como se mencionó con anterioridad, el PJeA cerró con un total de 2223 beneficiarios para el I semestre

del 2015, los cuales, según la OARI (2015), están distribuidos en 13 programas académicos presenciales de nivel profesional, pues los programas en modalidad distancia no quedaron cobijados dentro del convenio con el DPS, excluyendo así 6 programas de formación, 2 de nivel profesional y 4 de nivel tecnológico. En tal sentido, los beneficiarios del programa quedaron consolidados según la tabla 2.

La distribución de los beneficiarios guarda estrecha relación con el número de estudiantes por programa y la demanda académica de los mismos. Por ejemplo, los programas con mayor demanda según los reportes dados por la vicerrectoría académica de la institución son Medicina Veterinaria, Ingeniería Agroecología, Derecho e Inglés. En cuanto a los programas de Contaduría Pública y Administración de Empresas, pese a que su demanda es inferior a la de los programas mencionados, estos se ofertan en jornada diurna y nocturna, lo que cautiva un significativo número de estudiante semestre a semestre. En cuanto a los demás programas académicos, su oferta es menor y son de única jornada, por lo que cobijan a una menor población.

La situación laboral de los JeA

Amezcuza *et al* (1996), plantean que los programas sociales nacen como respuesta a problemas encontrados en la sociedad, y que su propósito es disminuir los impactos negativos, mejorando así la calidad de vida. En el caso específico del PJeA, según Cardona *et al* (2008), esta iniciativa surge como una respuesta para mitigar los niveles de pobreza y mejorar las condiciones de empleabilidad de los jóvenes, en su momento fue considerado como una estrategia de recuperación

Tabla 2. consolidado de los beneficiarios del programa PJeA.

DISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS		
Programa Académico	Número de beneficiarios	% En la Universidad
Contaduría Pública	313	14,1%
Ingeniería Agroecológica	277	12,5%
Derecho	270	12,1%
Medicina Veterinaria y Zootecnia	245	11,0%
Administración de Empresas	221	9,9%
Licenciatura en Inglés	220	9,9%
Ingeniería de Sistemas	146	6,6%
Biología	128	5,8%
Licenciatura en Matemáticas y Física	113	5,1%
Licenciatura en Ciencias Sociales	88	4,0%
Ingeniería de Alimentos	73	3,3%
Química	65	2,9%
Lengua Castellana	64	2,9%
TOTAL BENEFICIARIOS	2223	100%

Fuente: OARI - 2015. Elaboración: Los autores.

económica y social.

El programa ha sufrido grandes transformaciones y reingenierías con el pasar de los periodos presidenciales, es así como en la actualidad, según el (DPS, 2014, p 12), el PJeA tiene como objetivo principal “*incentivar el mejoramiento de las capacidades, competencias, habilidades y destrezas para el trabajo de la población joven en condiciones de pobreza y vulnerabilidad, a través de una transferencia monetaria condicionada, que incentiva la formación de capital humano y el incremento de la empleabilidad.*” Es decir, que el programa busca generar condiciones para que los educandos puedan concentrar sus esfuerzos en sus quehaceres académicos, desligando otro tipo de responsabilidad, como la de trabajar para poder financiar su formación. En tal sentido, se indagó sobre la condición laboral de los beneficiarios al ingresar al programa, encontrándose que:

-El 75% de los encuestados afirmó no tener vínculo laboral al momento de ingresar al programa. Al incursionar en su procedencia, se encontró que el 73% son del departamento del Caquetá; 15% provenientes del Huila; 4% del Putumayo; Valle del Cauca, Cauca y Tolima, aportaron un 1% c/u; y finalmente, el 5% restante no respondió acerca de su procedencia.

-El 20% respondió de manera positiva, es decir, que al momento del ingreso al PJeA tenían algún tipo de vinculación laboral. Se evidenció que el 70% de estos jóvenes son oriundos del departamento del Caquetá; 12% del Huila; 4% de Cundinamarca; 3% de Putumayo; el 2% del Valle del Cauca; Boyacá, Meta, Tolima, Risaralda y Caldas representan un 1% c/u; finalmente, 4% de los no respondieron a su lugar de procedencia.

-El 5% restante no respondió, situación que puede aducirse a temor por la pérdida del beneficio o desvinculación del programa (Sánchez *et al*, 2016).

Los resultados obtenidos guardan estrecha relación con el *lugar de procedencia* de los JeA, pues el departamento del Caquetá y Huila tienen un rol protagónico. Sin embargo, es importante hacer énfasis en que el 20% de los JeA cuenta con vínculo laboral, situación que según Planas & Enciso (2014), puede obedecer a la búsqueda de mejores condiciones y la generación de experiencia laboral, y que parece ser una tendencia mundial, pues según los datos Universia y Trabajando.com, cerca del 75% de los jóvenes

consigue su primer empleo antes de los 20 años (Periódico El Universal, 2012).

Lo anterior, permite evidenciar, siguiendo a Gómez *et al* (2016), que las TMC pueden llegar a ser percibidas como un complemento, especialmente para aquellos jóvenes que sin necesidad de trabajar pueden continuar con sus estudios, y para quienes cuentan con un vínculo laboral. Bajo el anterior panorama, las TMC se convierten un ingreso para cualificar las condiciones, sin embargo, no son indispensables para la continuidad de los jóvenes en el sistema educativo.

La Ocupación de los JeA- El tiempo que el estudiante beneficiario destina a su proceso de formación

Como se mencionó con anterioridad, el 20% de los JeA, quienes representan un total de 144 estudiantes, tienen vinculación laboral. Sobre el particular, se obtuvo que el 76% de estos están vinculados con una organización, de manera directa o a través de redes de mercadeo; 18% realizan actividades comerciales independientes; finalmente, el 6% restante no suministró información sobre su ocupación, pese a manifestar poseerla.

Ahora bien, al indagar sobre la actividad que desempeñaban, se encontraron múltiples ocupaciones, que se pueden clasificar en grandes categorías como auxiliar/asistentes administrativos y contables, actividades del sector agropecuario, auxiliares de servicio, comercialización de bienes y servicios, producción de alimentos, actividades de belleza, docencia, sector textil y oficios varios. Estos escenarios, según Planas & Enciso (2014), pueden generar mejores competencias profesionales para los estudiantes, especialmente en el desarrollo de un ritmo laboral, sin embargo, existe un marcado riesgo de llevar los procesos de formación a un segundo plano, desmejorando la calidad académica de los educandos (Carrillo & Ríos, 2013).

Desde una posición un poco más neutral, se afirma que los estudiantes con vínculo laboral “*sacrifican su tiempo libre*” para poder asumir otros roles, entre ellos los de trabajador, complementando de esta manera sus ingresos y generando posibilidades laborales a futuro (Instituto Nacional de Juventud, 2013). Lo anterior, concibe a los vínculos laborales y el tiempo que estos demandan, como una forma de organizar el tiempo, que si bien demanda mayores esfuerzos y disciplina por parte de los

estudiantes, no necesariamente tenga afectaciones negativas sobre el trasegar académico.

Al indagar sobre sus remuneraciones, se encontró que el promedio de ingresos de los JeA con vínculo laboral es de \$403.194 para un 90% de los encuestados, el faltante 10% afirma no tener ingresos estables o prefiere no responder. El anterior panorama deja en evidencia que, si bien existe un vínculo laboral no es algo plenamente formalizado, pues el promedio de ingresos está por debajo del SMMLV, lo que evidencia informalidad de las vinculaciones y dedicaciones parciales en sus actividades laborales. Los ingresos por actividades se resumen de la siguiente manera:

Cabe agregar que, al examinar las actividades desarrolladas por los JeA y su disciplina de formación, se encontró que los estudiantes del programa de Contaduría Pública y Administración de Empresas son quienes gozan de un mayor acercamiento, pues en algunos casos trabajan en actividades comerciales, empresariales y mercadeo. Los demás JeA acción desarrollan actividades generales, las cuales no están relacionadas con su formación profesional. Sobre el particular, los JeA aducen que, aunque sus ocupaciones no tienen relación con su proceso de formación, toda vez que al adquirirlos no habían ingresado o estaban comenzando su vida universitaria, lo que se traduce en poca experiencia para empleos más específicos, para González (2009), está en una constante en los jóvenes que buscan emplearse, pues la edad y la falta de capacitación cierran puertas para empleos bien pagos.

Finalmente, se preguntó sobre las razones para dejar de trabajar, encontrándose que el 54% de los JeA con vínculo laboral afirma que la principal razón sería por dedicar más tiempo a sus estudios; 17% no tiene considerada esta opción, pues sus responsabilidades financieras exceden los ingresos provenientes del PJeA; 8% considera que lo haría por falta de tiempo para cumplir ambas obligaciones; 7% ve en el PJeA una posibilidad para su manutención; 6% sólo lo haría por terminación del negocio o actividad comercial que desarrollan; el restante 8% se divide en 3% razones familiares, 3% por razones personales y un 2% por promoción laboral o una mejor oferta.

Así las cosas, es evidente que para el grueso de los JeA que cuenta con vinculación laboral, no posee un intención de desvincularse de sus actividades, como también se ratifica el hecho de que los

ingresos del programa no son suficientes para la manutención de los JeA, sin embargo, como se afirmó con anterioridad, son un complemento significativo para su permanencia en la Universidad.

Impacto del PJeA en la continuidad académica

En este capítulo, se inspeccionó acerca del impacto del programa en respecto al contexto académico de los JeA. En tal sentido, se sondeó respecto a si el programa había permitido mayor tiempo para dedicar a sus compromisos académicos. Al respecto 469 encuestados, que representan el 65% de la muestra, respondiendo positivamente, asegurando que con los recursos del programa pueden acceder con mayor facilidad a material educativo, transporte interno, compra de elementos requeridos por los docentes y mejores condiciones de alimentación, lo que permite generar mayores tiempos para dedicar a sus procesos académicos.

Anudado a lo anterior, un 18% de los encuestados, manifestaron que los ingresos del programa no han generado un mayor tiempo para sus procesos de formación, pues consideran que los beneficios han sido netamente económicos. Finalmente, el 17% no respondieron a esta pregunta.

Igualmente, se indagó acerca de si un beneficiario del PJeA puede dejar de trabajar y dedicarse solo a la formación académica, resultando opiniones muy divididas pues el 46% afirmó que no, es decir, que los recursos económicos entregados a través de las TMC no son suficientes; un 40% afirma que sí, siempre y cuando sean puntuales y constantes; finalmente, un 14% alega no saber o no responder. Es claro que existe un temor por parte de los estudiantes respecto a los ingresos, lo que según León & Sugimaru (2013), se justifica en los crecientes costos que implica el desarrollo de procesos de formación a nivel superior.

Del mismo modo se indago sobre la posibilidad de continuar en la Universidad en el eventual caso de cierre del programa, encontrándose que el 62% respondieron que si podían continuar sin las TMC, 31% opinaron de forma negativa, y el 7% restante no sabe - no responde. Ahora bien, como se ha mencionado con anterioridad, para aquellos JeA que aducen que el programa no es indispensable para continuar, pues ellos podrían seguir en sus procesos de formación sin las TMC, no es ajena la sensación de comodidad y calidad de vida que adquieren a través del PJeA, es decir, ellos podrían continuar pero con múltiples limitaciones, las

cuales se ven aliviadas por los beneficios percibidos.

Impacto del PJeA en el Rendimiento Académico

Erazo (2012), propone una definición de rendimiento académico en torno a medición de logros y la construcción de conocimiento en los estudiantes, en el mismo sentido, Figueroa (2004), añade que es un producto de la asimilación de los contenidos del programa, que bajo una mirada convencional se expresan en calificaciones. La discusión en el sector educación en torno a la forma de valorar los aprendizajes y el proceso académico en general es amplia, sin embargo, para el PJeA, el rendimiento académico será expresado de una forma cuantitativa, es decir, se medirá por los resultados obtenidos por cada uno de los estudiantes beneficiarios en sus diferentes espacios académicos.

Así las cosas, se considera un impacto positivo en el rendimiento académico, cuando JeA aumente su promedio aritmético semestre a semestre. En tal sentido, se consultó a los beneficiarios acerca de su promedio académico después de ingresar al programa, que el 74%, es decir, 435 JeA, manifiestan que sus calificaciones han mejorado desde el ingreso al programa, un 18% respondieron que el programa no ha incidido en su rendimiento académico; finalmente, un 8% aduce que no sabe/no responde.

Por considerar que es una información representativa para determinar el impacto del programa en dirección a los procesos académicos, se realizó un consolidado por programas académicos, encontrándose que los mayores impactos, en términos porcentuales, son reportados por los JeA en los programas de Ingeniería de Alimentos, Lengua Castellana, Ingeniería Agroecológica, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Contaduría Pública y Administración de Empresas, quienes reportaron niveles iguales o superiores al 80%. La distribución se detalla a continuación:

Retos y desafíos del programa para mejorar su impacto

Según el Ministerio de Educación Nacional - MEN (2006), la evaluación es un instrumento para obtener información válida y confiable sobre las consecuencias de acciones específicas, para así optimizar los esfuerzos. Igualmente, en el 2008, sostuvo que el principal propósito de la evaluación es mejorar los estándares, no tan solo medirlos.

En un campo más específico sobre los programas sociales, Vega & Gómez (2012), sostienen que la evaluación de los programas sociales es considerada como una estrategia para procesos de reingeniería al interior de los mismos. En tal sentido, se preguntó a los jóvenes sobre las situaciones con las que no están de acuerdo respecto al funcionamiento del programa, las fallas que ellos han detectado, las oportunidades de mejorar que como usuarios del PJeA identifican, y como la evaluación no es solo para detectar las posibles falencias, sino también para consolidar las fortalezas, se auscultó sobre las ventajas más relevantes que encuentran en el programa, así las cosas, se encontró lo siguiente:

- Existe una queja generalizada respecto al cumplimiento de los pagos, falta de información sobre datos de interés para los jóvenes, la obligatoriedad de los talleres y actividades complementarias del PJeA, la ausencia de constantes campañas de bancarización. Igualmente, existe prevención en torno a la actualización de datos constante, pues el sistema presenta fallas de manera habitual.

- Respecto a las suspensiones de las TCM, los JeA consideran que existen algunos casos injustificados, además, que no se han acumulado los giros, situación que genera pérdidas económicas e inestabilidad, pues no llegan la totalidad de los recursos presupuestados. Sin embargo, los JeA acentúan que estos casos son esporádicos.

- Como ventajas de pertenecer al PJeA, los encuestados hacen hincapié a que la ayuda económica es muy útil para sobrellevar los gastos universitarios; que las TMC incentivan la continuidad en el sistema educativo; finalmente, aunque critican la obligatoriedad de las capacitaciones, también reconocen que en la mayoría de los casos estas permiten forjar competencias humanas y académicas de gran importancia.

- Finalmente, respecto a las oportunidades de mejora, los JeA consideran que se debe actuar en torno a tener un calendario de operación anual, que detalle el derrotero administrativo del programa; constantes procesos de actualización de datos y bancarización liderados por los operadores del programa; mayor agilidad para la atención de las suspensiones preventivas, evitando de esta manera que los JeA que caigan en

tal condición tengan traspies en los giros; por último, consideran que el programa debe flexibilizar un poco más los tramites inherentes a la recuperación de las TCM que han sido suspendidos, retenidas o no cobradas.

Conclusiones

Si bien es cierto que un número considerable de jóvenes considera que sin los recursos del programa pueden continuar en sus procesos de formación, es indudable la calidad de vida que imprime el programa JeA en la permeancia académica de sus beneficiarios, pues permite la generación de mejores condiciones para el desarrollo de los procesos académicos. Lo anterior, es ratificado por el 65% de los JeA, quienes afirman que el programa ha generado mayor tiempo para dedicar a sus actividades académicas.

En lo referente al impacto en el mejoramiento académico de los JeA, se evidenció que el 74% de los beneficiarios considera que su incorporación al programa ha permitido generar mejores resultados académicos, lo que conlleva a pensar que el programa está cumpliendo parte de su objetivo misional, pues los JeA tienen mejores desempeños al interior de la Universidad.

Finalmente, como cualquier iniciativa pública, existen procesos que se deben mejorar, cualificar y en algunos casos corregir, pues la optimización en la prestación del servicio y el mejoramiento continuo son acciones de constante aplicación y difícilmente tendrán un punto máximo, sin embargo, es importante resaltar que las quejas existes pueden ser subsanadas a través de la masificación de la información, lo que se podría solucionar a través de boletines de gestión, puntos de información o campañas más agresivas de información.

Literatura citada

Aedo, C. (2005). Evaluación del Impacto. División de Desarrollo Económico, Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. Programa de Naciones Unidas. Santiago de Chile (Chile).

Amezcu V, C., Jiménez L, A., Bermejo A, R., García A, R., Ramalle G, E. (1996). *Evaluación de programas sociales*. Ediciones Díaz de Santos S.A. Juan Bravo, Madrid, España.

Banco Agrario. (2015). *Jóvenes en Acción: ¿Dónde*

está Jóvenes en Acción? Disponible en: <http://www.bancoagrario.gov.co/SAC/Paginas/JovenesAccion.aspx> , consultado el 20.02.2016.

Banco Mundial. (2009). *Transferencias monetarias condicionadas: Reducción de la pobreza actual y futura*, primera edición. Editorial: Mayol Ediciones S.A. Bogotá (Colombia).

Cardona A, M., Macías P, JF., Suescún Á. PA., (2008). *La educación para el trabajo de jóvenes en Colombia: ¿mecanismo de inserción laboral y equidad?* En: Avances de Investigación número 23. Universidad EAFIT, Centro de Estudios para América Latina y la Cooperación Internacional (CeALCI) y Fundación Carolina.

Carrillo R, S., Ríos A., JG. (2013). Trabajo y rendimiento escolar de los estudiantes universitarios. El caso de la Universidad de Guadalajara, México. En: Revista de la Educación Superior, Volumen XLII (2), numero 166. México D.F (México).

Departamento para la prosperidad social - DPS (2013). *Manual Operativo del Programa Jóvenes en Acción*, primera versión. Dirección del Ingreso Social. Bogotá (Colombia).

Departamento para la prosperidad social - DPS (2014). *Manual Operativo del Programa Jóvenes en Acción*, segunda versión. Dirección del Ingreso Social. Bogotá (Colombia).

Di Virgilio, M., Solano, R. (2012). *Monitoreo y evaluación de políticas, programas y proyectos sociales*, primera edición. Editorial Fundación CIPPEC y UNICEF. Buenos Aires (Argentina).

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española - RAE. (2014). *Concepto de impacto*. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=L1TjrM9>, consultado el 22.03.2016. Edición número 23.

El Espectador. 2015. *Jóvenes en acción han transformado la vida de 50 mil colombianos*. Recuperado en 21 de febrero de 2016, de <http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/jovenes-accion-ha-transformado-vida-de-50-mil-colombian-articulo-559156>

Erazo, OA. (2012). *El rendimiento académico, un fenómeno de múltiples relaciones y complejidades*. En: Revista Vanguardia Psicológica, volumen 2, numero 2. Universidad Manuela Beltrán, Bogotá (Colombia).

Figueroa, C. (2004). *Sistemas de Evaluación Académica*, primera edición. Editorial Universitaria. El Salvador.

Gómez C, CA. (2015). *Estrategias para el Fomento a la Educación Superior en Colombia: El Caso del*

- Programa Jóvenes en Acción en la Universidad de la Amazonia*. Tesis de Especialización en Gestión Pública, Facultad de Posgrados, Escuela Superior de Administración Pública – ESAP.
- Gómez C, CA. Sánchez C, V. Rivera C, YH. (2016). *Programa Jóvenes en acción en la Universidad de la Amazonia: una lectura desde los actores en cuestión*. En: Revista Cooperativismo y Desarrollo, volumen 24, número 108. Universidad Cooperativa de Colombia, Medellín, Antioquia (Colombia).
- González, L. (2009). *El dilema de un Bachiller*. En: Periódico Altablero, número 48. Ministerio de Educación Nacional. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/articloe-183908.html>, consultado el 30.03.2016
- Gutiérrez B, ML. (2014). *Los enfoques filosóficos de generación del conocimiento y las apuestas metodológicas que exigen*. Universidad Javeriana. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/blogs/mlgutierrez/files/Enfoques-y-estrategias-de-investigacion4.pdf>, consultado el 01.04.2016
- Instituto Nacional de Juventud. (2013). *Jóvenes que estudian y trabajan ¿Qué los motiva?* Disponible en: http://www.injuv.gob.cl/portal/wp-content/files_mf/rtn%C2%BA5marzobaja.pdf, consultado el 29.03.2016.
- León, J., Sugimaru, C. (2013). *Entre el estudio y el trabajo: Las decisiones de los jóvenes peruanos después de concluir la educación básica regular*. Grupo de Análisis para el Desarrollo – GRADE. Lima (Perú).
- Libera B, BE. (2007). *Impacto, impacto social y evaluación del impacto*. En: Revista ACIMED, volumen 15, número 3. Ciudad de la Habana (Cuba).
- Miesel R, A., Bonilla M, L., Sánchez J, A. (2013). *Geografía económica de la Amazonia colombiana*. En: Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional, número 193 Banco de la Republica, sucursal Cartagena de Indias, Bolívar (Colombia).
- Ministerio de Educación Nacional – MEN (2006). *Evaluar y promover el mejoramiento en el aula*. En: Periódico Altablero, número 38, disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/articloe-107321.html>, consultado el 31.03.2016
- Ministerio de Educación Nacional – MEN (2008). *Usar la evaluación en el aula para mejorar* En: Periódico Altablero, número 44, disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/articloe-162385.html>, consultado el 31.03.2016
- Ñopo, H., Robles, M. (2002). *Evaluación de Programas Sociales: Importancia y Metodologías. Estimación Econométrica para el Caso de PROJoven*. Consorcio de Investigación Económica y Social Proyectos Medianos, Lima (Perú)
- Oficina de Relaciones Interinstitucionales –OARI. (2015). *Informes de Gestión I-2015*. Universidad de la Amazonia, Florencia, Caquetá (Colombia).
- Organización Internacional del Trabajo – OIT. (2008). *Programas de transferencia monetaria condicionada: un paso adelante en la lucha contra la pobreza*. Disponible en: http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_091725/lang-es/index.htm, consultado el 23.03.2016.
- Palomares R, AF. (2013). *Análisis de la experiencia del programa Jóvenes en Acción en Bogotá, como alternativa para romper el círculo de la pobreza a través de la alianza Empresa-Estado-Universidad durante el periodo 2003 a 2007*. Tesis de Pregrado. Facultad de Ciencia Política y Gobierno, Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario, Bogotá (Colombia).
- Periódico El Universal. (2012). *Ahora los universitarios estudian y trabajan, según datos de encuesta*. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/educacion/ahora-los-universitarios-estudian-y-trabajan-segun-datos-de-encuesta-85173>, consultado el 28.03.2016
- Planas C, J., Enciso A, IM. (2014). *Los estudiantes que trabajan: ¿tiene valor profesional el trabajo durante los estudios?* En: Revista Iberoamericana de Educación Superior- RIES, número 12, volumen 5to. Madrid (España).
- Roth, A. (2009). *La evaluación de políticas públicas en Colombia: una mirada crítica a partir de las prácticas evaluativas oficiales de los programas de la "Red de Apoyo Social"*. En: Revista del CLAD Reforma y Democracia, n° 45, Octubre. Bogotá (Colombia)
- Sánchez C, V., Gómez C, CA., Forero M, A. (2016). *Descripción de los perfiles ocupacionales de la población vulnerable: Caso Villa Gloria y la Bocana*. En: Revista UNIMAR, volumen 34, número 1. Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Nariño (Colombia).
- Stampini, M., Tornarolli, L. (2013). *Programas de transferencias monetarias condicionadas: ¿han ido demasiado lejos?* En: Banco Interamericano de Desarrollo – BID.
- Vega C, R., Gómez P., CA. (2012) *Importancia de la evaluación de programas sociales. Una revisión documental de algunas perspectivas*. En: Revista

- Contribuciones a las Ciencias Sociales, número 16, abril-junio. Universidad de Málaga (España).
- Vera, A. (2002). *Aproximación al concepto de Programa social*. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/aprosoc/aprosoc.shtml>, consultado el 22.03.2016.
- Villatoro, P. (2005). Programas de transferencias monetarias condicionadas: experiencias en América Latina. En: Revista de la CEPAL, número 86 (pp 87-101). Programa de las Naciones Unidas.

Los beneficios tributarios como instrumentos económicos para la gestión ambiental de las PyMes del sector alimentos en Florencia, Caquetá

John Jairo Restrepo Lizcano¹
Maritza Muñoz Toledo^{2*}
Nini Johanna López Lozano³
Olga Lucia Gutiérrez Perilla⁴

Recibido 23 de marzo de 2016

Aceptado 26 de mayo de 2016

¹Magister en Derecho con énfasis en tributación de la universidad externado de Colombia y docente Investigador de la Universidad de la Amazonia.

^{2,3,4}Estudiantes del décimo semestre de Contaduría Pública, integrante del semillero de investigación SIGA adscrito al grupo de investigación SINAPSIS, Universidad de la Amazonia.

Resumen

La Carta Política Colombiana contempla el derecho a gozar de un ambiente sano y la obligación del Estado de garantizar la efectividad de este derecho. En la presente investigación se analiza cuáles contribuciones fiscales y parafiscales, y los contentivos de beneficios tributarios se han hecho efectivos por parte de los empresarios del sector de alimentos en el municipio de Florencia. Este análisis se realiza con el fin de identificar si dichos instrumentos económicos conducen a adquirir cultura ambiental, al exigir el cumplimiento del principio "quien contamina, paga" entre los agentes contaminadores, y forja a tomar concienciación sobre el uso y explotación adecuada de los elementos de la naturaleza.

Palabras clave: Gestión ambiental, instrumentos económicos, beneficios tributarios, Pymes, extrafiscalidad del tributo.

Abstract

The Colombian Political Charter provides the right to enjoy a healthy environment and the State's obligation to ensure the realization of this right. This research analyzes which fiscal and quasi-fiscal contributions, as well as the containing tax benefits, have become effective by entrepreneurs in Florencia's food sector. This analysis was performed in order to identify if such economic instruments lead to acquire environmental culture by the compliance of "polluter pays" and bring out awareness of the use and appropriate exploitation of the elements of nature.

Key words: right to a healthy environment, fiscal and tax contributions, tax benefits

Introducción

Colombia, comprometida con fuentes normativas tendientes a disminuir el impacto negativo al medio ambiente, ha producido legislación ambiental sofisticada para hacer frente a estos retos. Esas normas tienden a establecer beneficios tributarios con incidencia relacionados con "Donaciones a entidades sin ánimo de lucro dedicadas al cuidado ambiental" (Art. 125 E.T), "Inversiones en desarrollo científico y tecnológico" (Art. 158-1 E.T), "Inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente" (Art. 158-2 E.T), inversiones en nuevas plantaciones de reforestación (Art. 157 E.T), "nuevos cultivos forestales" (Art. 253 E.T), "Importar equipos destinados al mejoramiento del medio ambiente" (Art. 428 E.T), o también se puede evidenciar con estímulos de carácter fiscal a empresas por certificaciones "verdes". Principalmente lo que el

gobierno busca es que estos instrumentos económicos o estímulos fiscales incentiven desde las pymes hasta las grandes multinacionales en conductas con enfoque del desarrollo sustentable. Nuestra investigación permitió analizar los beneficios tributarios que permiten diagnosticar los procesos de gestión ambiental en las PYMES, para eso tomamos un grupo representativo de 30 empresa que se son productores de alimentos o restaurantes, teniendo en cuenta que el departamento del Caquetá tiene un mercado muy amplio, y durante el proceso de investigación se determinó que a pesar de los esfuerzos del gobierno por incentivar estos comerciantes, ha sido en vano pues en altos índices se demostró que no se acceden a estos servicios, muchas veces por desinformación, capacitación, y de recursos económicos.

*Autor para Correspondencia: maritz.munoz@udla.edu.co

Metodología

Se aplicó en ésta investigación una metodología descriptiva, la cual nos permitirá evaluar el impacto que tienen las normas tributarias en la gestión ambiental de las Pymes del sector de la producción alimenticia en Florencia, e igualmente identificar otros tipos de instrumentos económicos medioambientales que debe cumplir estas empresas en su gestión ambiental; donde se aplicaron encuestas e inspecciones visuales para caracterizar los establecimientos industriales y comerciales que suministran a sus compradores productos alimenticios.

La revisión y análisis del desarrollo legal de la reglamentación tributaria ambiental en Colombia, de la implementación de las normas relacionadas con la protección de los Recursos Naturales y de la importancia del sector de la microempresa, conforman el insumo básico para desarrollar el presente artículo, para aplicarlos, en provecho de la comunidad y su fin es describir la manera como los beneficios tributarios ambientales se constituyen en mecanismos que de una u otra manera son importantes al momento de planificar la gestión ambiental.

Las actividades se desarrollaron en la ciudad de Florencia, con base en fuentes primarias y secundarias, especialmente a través de información obtenida de las experiencias de empresarios y profesionales tributarios y de la información secundaria, como mecanismo idóneo para evaluar la gestión ambiental microempresarial y el uso de instrumentos económicos.

La gestión ambiental de las pymes en Colombia

La Gestión Ambiental entendida como el marco o el método de trabajo que sigue una organización empresarial, de forma voluntaria, con el objeto de conseguir un determinado comportamiento medioambiental de acuerdo con las metas que se haya fijado y como respuesta a unas normas, unos riesgos medioambientales y unas presiones tanto sociales como financieras, económicas y competitivas en permanente cambio. El sistema de gestión medioambiental (SGM) es definido como un marco o método de trabajo que debe seguir una empresa, con el objeto de obtener un

comportamiento de acuerdo con las metas fijadas y como respuesta a normas y riesgos medioambientales y a las presiones sociales, financieras, económicas, competitivas y de cambio permanente, (Rubio, 2002, p. 7).

Estos sistemas se basan en el establecimiento de un mecanismo de control, por parte de las empresas, de los aspectos que afectan al medio ambiente, permitiendo, así, el establecimiento de un proceso de mejora continua desde el punto de vista medioambiental.

El sistema de gestión medioambiental permite a la empresa tomar conciencia de los aspectos medioambientales más importantes de su negocio, permitiéndole identificar aquellos procesos que necesita mejorar para implantar las medidas medioambientales más eficaces y rentables. El SGM debe insertarse, plenamente, en la organización empresarial, y este punto es crucial ya que deben participar de esta filosofía y procedimientos, tanto la dirección como el resto de trabajadores.

Es indudable que la gestión ambiental empresarial en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) se puede convertir en una de las armas para enfrentar la apertura de los mercados, siempre y cuando los diferentes actores del sector empresarial y ambiental logren orientarse hacia nichos potenciales (Rodríguez Becerra y Van Hoof, 2005). Cabe aquí, señalar que las "Tecnologías Limpias" se han ido posicionando en la producción y están constituidas por los equipos y procesos que buscan controlar los contaminantes en la misma fuente. En la mayor parte de los casos estas tecnologías exhiben niveles de rendimiento superiores a las tecnologías antiguas, por ejemplo, menores consumos de agua y de energía, mayor nivel de reciclamiento de desechos, mayor valor agregado de los productos, etc.

Como se planteaba en párrafos anteriores Azqueta (2007), sostiene que "la economía ambiental es la rama del análisis económico que aplica los instrumentos del mismo a la problemática del medio ambiente," relacionando tres elementos fundamentales, "la degradación del medio ambiente como resultado de la actividad económica de los distintos actores de esta, los costos, también de carácter económico, con implicaciones para la sociedad por la afectación de los recursos naturales y ambientales y en tercer lugar las medidas que podrían adoptarse, por parte de los distintos agentes de la economía para revertir el proceso de degradación ambiental". Estos

dos últimos elementos, constituyen el eje sobre el cual gira el presente trabajo y que conducirán a que los sectores productivos de la pequeña y mediana empresa lleven a cabo una buena gestión de sus recursos naturales, lo que se facilitará, si cuenta con muy buenos instrumentos de valoración económica.

Bart van Hoof (2005) [...] Las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia, como en otros países latinoamericanos, son consideradas como un sector prioritario en cuanto al manejo de la contaminación ambiental. Esto se explica no solo por el nivel de contaminación generado, sino también por su bajo nivel tecnológico, su incipiente capacidad de mejoramiento, su informalidad y su ubicación principalmente en áreas residenciales.

Considerando el sector pyme en Colombia se pueden identificar como prioritarios, tomando en cuenta su relevancia a la contribución de la económica nacional y su impacto al medio ambiente, los sectores agropecuarios, industrial (cuero, madera, sustancias químicas, alimentos, imprentas, textil, metalúrgico, otros productos minerales no metálicos) y transporte terrestre. (Subrayado nuestro)

Como necesidades de estos sectores pyme, producto de la problemática ambiental relacionados con el manejo de agua, energía, residuos, emisiones y ruido, se identifican las actividades de caracterización, desarrollo y acompañamiento en la implementación de tecnologías y certificaciones de desempeño ambiental. Sin embargo, se evidencia una baja demanda de este tipo de servicio por parte de las pymes explicada por la baja prioridad que ellas asignan a su gestión ambiental. En una investigación para identificar y diagnosticar las necesidades de bienes y servicios ambientales de las Pyme en Colombia, realizada por la CEPAL, (Bart Van Hoof 2003), encontró que [...] *de las cerca de 25.000 pymes identificadas, aproximadamente un 10% han implementado algún tipo de iniciativa de mejora de su desempeño ambiental.*

Beneficios tributarios con incidencia ambiental

Desde comienzos de los noventa, el gobierno ha visto la necesidad de introducir nuevas y frecuentes reformas tributarias; éstas pretendían

principalmente incrementar el flujo de ingresos de la nación pero a su vez incentivar con exenciones, no sujeciones, descuentos y deducciones especiales el uso de alternativas que redundaran en generación de empleo y estabilidad económica, sin embargo, se tiene pleno convencimiento de que se han convertido en estímulo tributario para ciertos sectores de la economía colombiana.

Las exenciones y los beneficios tributarios tienen indudablemente una clara finalidad, generar una situación ventajosa o preferencial con el fin de promocionar o estimular determinadas conductas o actividades. Se debe partir de la idea que las normas que establecen este tipo de tratamientos en general no son excepciones a reglas generales de tributación, sino que se constituyen reglas especiales que se fundamentan en sus propios principios o fines de promoción.

Del conocimiento y buen uso de éstas normas por parte de los ciudadanos de la región se podría incrementar la productividad de los sectores industrial, comercial y de servicios, dadas las enormes ventajas que trae éstos incentivos a sus beneficiarios y a la comunidad en general, entre otras, la reactivación la preservación del medio ambiente.

La producción limpia es una estrategia de mejoramiento continuo de los servicios y procesos productivos para reducir el impacto ambiental, mejorar las empresas en términos competitivos y avanzar hacia el desarrollo sustentable.

Jean-Philippe Barde, 2004. [...] Los incentivos fiscales y los instrumentos que ofrecen facilidades financieras a inversiones y actividades con externalidades ambientales positivas son la contraparte de los cargos e impuestos que se aplican a las externalidades negativas. Estos instrumentos generalmente se utilizan para incentivar y promover inversiones en tecnologías de producción más limpia, infraestructura ambiental, y actividades de conservación y recuperación ambiental como en el caso de la reforestación. Este tipo de instrumentos encuentra importantes aplicaciones cuando se dirige a promover inversiones ambientales en los sectores de pequeña y mediana empresa que por sus características y estructuras de costos responda mejor a estos incentivos que a la imposición de

cargos.

Los incentivos tributarios para estimular al sector privado a hacer inversiones en control ambiental son conocidos a nivel mundial y aunque en nuestro país este tipo de medidas son incipientes, actualmente se cuenta con estímulos tributarios importantes en el impuesto a las ventas.

Percepción de los empresarios del Caquetá sobre los beneficios tributarios y su aplicación directa en el sector de alimentos

Los resultados contenidos en éste artículo, tienen fundamento en una encuesta se realizó en el departamento del Caquetá, con el objetivo de identificar la percepción que tienen los directivos, contadores, administrativos y personal operativo de las pymes del sector productor de alimentos, sobre la gestión ambiental y las obligaciones tributarias.

El estudio se dirigió a una población de 30 empresas del sector productor de alimentos dentro de las que se encuentran panaderías, lácteos, queseras, restaurantes, bebidas gaseosas, y cárnicos. Estas empresas distribuidas en el departamento del Caquetá están registradas en la Cámara de Comercio, y están conformadas en un 57% como persona natural y el restante como persona jurídica.

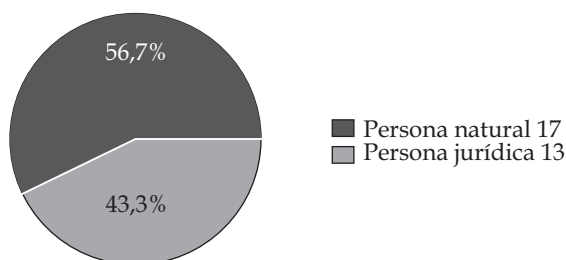


Figura 1. Conformación empresarial, Fuente: Trabajo de investigación, 2015

La mayoría de las empresas encuestadas (27) son responsables del impuesto sobre la renta y complementarios, y todos (30) están inscritas en la secretaria de hacienda municipal, responsable del impuesto de Industria y Comercio. Así mismo, se considera que siempre tienen relación con el impuesto predial (29), Impuesto de Vehículos Automotores (25), Impuesto sobre las ventas (22) y finalmente y con menor participación, el impuesto al consumo nacional (15).

Posterior al estudio de la normatividad fiscal del orden nacional, departamental y municipal en

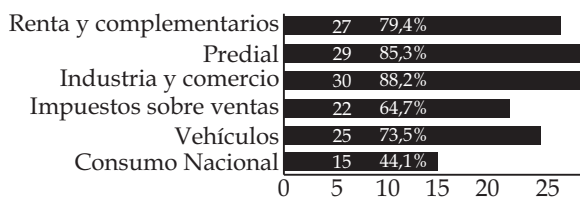


Figura 2 . De los siguientes impuestos cuales pagan. Fuente: Autores, 2015

busca de los diferentes beneficios ambientales que se pudieran aplicar a los empresarios del sector de alimentos, y referidas principalmente a los Artículos 125, 125-1, 125-2, 125-3, 125-4, 157, 158-1, 158-2, 253, y 207-2 del Estatuto tributario, se observa -Conforme los resultados de la encuesta efectuada a los directivos y al contador público de la empresa- que el 79,4% son declarantes de renta y complementarios y el 64,7% son responsables del impuesto sobre las ventas, constituyéndose en potenciales favorecidos de los beneficios fiscales que propenden por la gestión ambiental de éste sector.

La misma, se realizó a ciudadanos que trabajan en dichas empresas, clasificándolos en empleados operarios, un directivo y el contador público de la empresa. En ese sentido, 54 fueron trabajadores de producción o administrativos, 11 fueron contadores públicos y 21 directivos.

Entre ellos se identificó que de los 86 encuestados, el 58% son mujeres, mientras que el 42% son hombres.

En nuestro país, existen beneficios tributarios que estimulan la inversión ambiental en renglones tales como la adopción de tecnologías limpias, la conservación de ecosistemas estratégicos y para actividades de reforestación. Estos beneficios se encuentran dispersos en varias leyes, compilados en el Estatuto Tributario. Como resultado de la investigación, observamos que dichos estímulos no han sido utilizados por los contribuyentes del sector objeto de estudio.

¿Frente a la pregunta (...) Cuáles inversiones que dan derecho a beneficios tributarios se han hecho efectivas en su organización?, ninguno de los empresarios disminuyó el impuesto sobre la renta con el cumplimiento de requisitos por inversiones al cuidado del medio ambiente. A continuación, se analizará cuales inversiones que dan derecho a beneficios tributarios se han acogido las empresas encuestadas del sector de alimentos, así:

Donaciones a entidades sin ánimo de lucro dedicadas al cuidado ambiental

Conforme a lo previsto en el artículo 125 del E.T. los contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios tienen derecho a deducir de la renta el 100% del valor de las donaciones efectuadas a las corporaciones, fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro cuyo objeto social y actividad correspondan al desarrollo de la salud, la educación, la cultura, la religión, el deporte, la investigación científica y tecnológica, la ecología y protección ambiental, entre otros.



Figura 3. Donaciones a entidades sin ánimo de lucro dedicadas al cuidado ambiental. Fuente: Trabajo de investigación, 2015.

Tratándose de entidades sin ánimo de lucro, para efectos de la deducibilidad no basta con que se trate de una asociación, corporación o fundación sin ánimo de lucro, además es necesario que tenga por objeto social una de las finalidades especiales que determina la ley (Concepto No. 080803. Sobre impuesto de Renta y Complementarios, 2003).

Los beneficios tributarios concedidos al contribuyente han sido un medio para incentivar determinados sectores económicos y privilegiar sectores sociales, y más cuando se trata de contribuir con el medio ambiente, pero éste sector parece importar poco el uso de la deducción del 100% de la donación a entidades sin ánimo de lucro pues ninguno de nuestra población encuestada accede a estos beneficios.

Para el donante - es importante por cuanto se puede beneficiar de las acciones que ejecutará la entidad sin ánimo de lucro en virtud de su fin especial, esto es, en la protección ambiental.

Inversiones en desarrollo científico y tecnológico

Vivimos en un mundo globalizado y más cuando la tecnología viene a pasos agigantados imponiendo el desarrollo científico y tecnológico, es por eso que cuando realizamos este tipo de inversión no solo reducimos tiempo, calidad e innovación si no también unos beneficios

tributarios pero al igual que la donación anterior, los encuestados no lo están aprovechando.



Figura 4. Inversiones en desarrollo científico y tecnológico. Fuente: Trabajo de investigación, 2015

Éste beneficio procede sólo para las personas jurídicas que realicen directamente o a través de universidades públicas o privadas, inversiones en investigaciones de carácter científico o tecnológico, ya que pueden deducir anualmente de su renta el valor de dichas inversiones que hayan realizado en el respectivo año gravable. Dichas investigaciones pueden ser i) trabajos experimentales o teóricos; ii) en trabajos originales realizados para adquirir nuevos conocimientos; iii) trabajos sistemáticos de la investigación y/o la experiencia práctica, y está dirigido a la producción de nuevos materiales, productos o dispositivos; iv) aplicación de resultados de investigación para la fabricación de nuevos materiales, productos, para el diseño de nuevos procesos, sistemas de producción o prestación de servicios, así como la mejora tecnológica sustancial de materiales; v) la introducción de un bien o servicio que es nuevo o significativamente mejorado con respecto a sus características o aplicaciones previas; vi) la implementación de un método de producción o de entrega, nuevo o significativamente mejorado (Colciencias, 2014).

Un requisito que deben cumplir para hacer uso de la deducción, es que tengan calificación del proyecto por parte del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología o del Ministro de Educación Nacional, para que constituya una prueba idónea, para ser presentada en el momento en que la Administración de Impuestos la exija. Es importante reiterar que la Ley limita la deducción respecto del año gravable en que se realiza la inversión.

Ésta es una buena alternativa para que los empresarios del sector alimenticio que deseen mejorar o innovar en nuevos productos, servicios o procesos, lo pueden hacer invirtiendo en investigación, obteniendo disminución en la renta líquida del impuesto sobre la renta y de parte de la universidad o centro de investigación, los

resultados de la investigación, que en otras latitudes, tendría que invertir en su propia división de investigación, desarrollo o innovación siendo más oneroso para el empresario.

Inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente

Controlar o mejorar es muy fácil, sólo deben aplicar mejores prácticas de control que suelen ser muy fáciles a la hora de querer contribuir con el medio ambiente, ya sea invirtiendo en equipos nuevos o elementos que minimicen el impacto ambiental negativo, que se pueda causar a través de las operaciones diarias de las industrias productoras de alimentos o de los prestadores de servicios como los restaurantes, entre esas operaciones tenemos la disposición final de grasas o aceites en los sifones o lavaplatos, aire contaminado de las chimeneas, utilización de carbón de leña para hornos y calentadores, detergentes, desinfectantes y disolventes químicos utilizados en el aseo, las bolsas plásticas que utilizan para recoger los desperdicios orgánicos, los desechables utilizados en las comidas, etc, sin embargo ninguno atiende el llamado a la aplicación de éstas mejoras en el control ambiental de sus negocios. (Figura 5).



Figura 5. Las inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente. Fuente: Trabajo de investigación, 2015.

El artículo 158-2 del Estatuto Tributario, establece como beneficio tributario, para las personas jurídicas que realicen directamente inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente, el derecho a deducir anualmente de su renta el valor de dichas inversiones que hayan realizado en el respectivo año gravable. Para lo cual deberán cumplir con la acreditación previa que efectúe la autoridad ambiental respectiva respecto a los beneficios ambientales directos asociados a dichas inversiones.

El valor a deducir por este concepto en ningún

caso podrá ser superior al veinte por ciento (20%) de la renta líquida del contribuyente, determinada antes de restar el valor de la inversión.

No podrán deducirse el valor de las inversiones realizadas por mandato de una autoridad ambiental para mitigar el impacto ambiental producido por la obra o actividad objeto de una licencia ambiental.

Reforestación

A pesar que el objeto de estudio de la presente investigación no incluye al sector maderero, no significa que los beneficios tributarios ofrecidos en la legislación colombiana éste limitado para cualquier persona, solo basta con recordar las siguientes opciones.

Primera opción: *Disminuir la Renta Líquida Gravable* del impuesto sobre la renta y complementarios, realizando inversiones en nuevas plantaciones de reforestación, de coco, de palmas productoras de aceites, de caucho, de olivo, de cacao, de árboles frutales, de obras de riego y avenamiento, de pozos profundos y silos para tratamiento y beneficio primario de los productos agrícolas siguiendo los lineamientos del art. 157 del E.T. y sus reglamentarios.

Segunda Opción: llevar como *Renta Exenta* las generadas por el Aprovechamiento de nuevas plantaciones forestales, incluida la guadua, según la calificación que para el efecto expida la corporación autónoma regional o la entidad competente, o los contribuyentes que posean y renueven las plantaciones de árboles maderables debidamente registrados ante la autoridad competente.

Tercera opción: los contribuyentes del impuesto sobre la renta que establezcan nuevos cultivos forestales, podrán *descontar del monto del impuesto* sobre la renta hasta el treinta por ciento (30%) de la inversión certificada por las autoridades competentes, fijando como límite del descuento el veinte por ciento (20%) del impuesto básico de renta determinada por el respectivo año o período gravable.

Debe entenderse que el descuento Tributario previsto en el artículo 253 del E.T. solo es viable para los contribuyentes que establezcan los cultivos forestales en forma directa, sin intermediación alguna, al contrario de la deducción prevista en el artículo 157 del Estatuto Tributario, en el que la misma ley permite hacer la inversión en empresas especializadas.

Muchos hablan de los beneficios por plantar un árbol como un deber para ayudar al planeta, contribuir con la generación de oxígeno y disminuir el efecto invernadero, pero entre los encuestados, ninguno utiliza las tres opciones que tiene la legislación tributaria para beneficio en reducción de sus tributos. (Figura 5).

Importar equipos destinados al mejoramiento del medio ambiente

En éste caso el beneficio tributario es frente al impuesto sobre las ventas, ya que tendrá un tratamiento de excluido del IVA si se adquieren maquinarias y equipos importados destinados a reciclar y procesar basuras o desperdicios y los destinados a la depuración o tratamiento de aguas residuales, emisiones atmosféricas o residuos sólidos, para recuperación de los ríos o el saneamiento básico para lograr el mejoramiento del medio ambiente.

Frente al artículo 428 del E.T. y según Diana Ruiz Benavides (2005) *“es importante llamar la atención sobre el hecho de que la intención del legislador fue la de impulsar el cumplimiento cabal de las obligaciones ambientales”*, con un beneficio en la disminución del costo de la maquinaria o equipo adquirido para disminuir el impacto negativo que su negocio genera.

Será responsabilidad de la persona natural o jurídica obtener las solicitudes de calificación del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, con miras a obtener la exclusión del impuesto sobre las ventas correspondiente. Dicha solicitud podrá presentarse a) Por la persona natural o jurídica que adquiera el bien o que lo importe; b) Conjuntamente por la persona natural o jurídica que realice la importación y/o efectúe su venta, y la persona natural o jurídica que destine directamente los equipos, elementos o maquinaria; o, c) Por la persona natural o jurídica que ejecute directamente la construcción, instalación, montaje y operación de sistemas de control o monitoreo ambiental para la persona que destine los equipos, elementos o maquinaria al fin previsto en los citados artículos.

Uno de los principales problemas que enfrenta la humanidad es el deterioro y degradación del medio ambiente, provocado por el uso irracional y desmedido de los recursos naturales. Problema que apenas hace unas décadas ha recibido la atención necesaria, no solo para evitar que se

continúe con el deterioro, sino que además se reparen los daños que ya se han provocado, pero a pesar de esto en nuestro municipio según la encuesta nos refleja que no se ha invertido en estas tecnologías, indicador muy bajo o bien por desconocimiento de la norma o porque no le interesa los beneficios, o simplemente porque no le importa el planeta. (Ver Figura 06)

Uso del beneficio al disminuir efectivamente la carga tributaria en los encuestados

Los beneficios tributarios con finalidad ambiental, deben estar en capacidad de contribuir con la restauración del medio mediante deteriorado, evitar la degradación medioambiental o por lo menos ejercer control para prevenir el aumento o aparición de nuevos focos de contaminación, y esto es factible si los beneficios tributarios tratados en éste trabajo de investigación en Colombia logra rectificar aquellas conductas y actividades que causan afectación al medio ambiente.

Con los resultados de la encuesta ante la posibilidad de que los empresarios se hubieren acogido efectivamente a dichos beneficios tributarios bajo las distintas modalidades de disminución del impuesto sobre la renta y complementario o con exclusiones del impuesto sobre las ventas, sorprende que ninguno de los 34 empresarios, gerentes o contadores públicos hayan manifestado que sí. (Figura 5).

Lo anterior significa que se deja de percibir unos beneficios tributarios, que redundan en beneficios económicos al presentarse ahorro en el pago de sus impuestos y también en la disminución del impacto negativo al medio ambiente, ya sea porque reforestó, o porque compro equipos de riego, o adquirió maquinaria importada para tratamiento de aguas residuales, o en control y mejoramiento del medio ambiente colocando un filtro a las chimeneas o cualquier otro sistema control o monitoréo a las emisiones de gases con efecto invernadero.

Sin embargo en un caso hipotético, simularemos el efecto que tiene una inversión o donación efectuada el año 2015 por una persona natural bajo el régimen ordinario de renta que tiene un restaurante, o es productor de alimentos, quien para la fecha de la encuesta está constituida como pequeña empresa, dadas las estadísticas de este tipo de negocio aquí en Florencia, con una renta líquida antes de donación o inversión de \$40 millones.

Tabla 1. Cálculo del impuesto sobre la renta PN con donación art. 125 del E.T con renta líquida de \$40 millones

Renta líquida antes de donación	Donación	Límite	Renta líquida con la donación	Valor impuesto	Afectación utilidades por la donación	Ahorro en la donación	Ahorro por cada millón
40.000.000	-		40.000.000	1.743.419		-	
40.000.000	1.000.000	12.000.000	39.000.000	1.553.419	810.000	190.000	190.000
40.000.000	2.000.000	12.000.000	38.000.000	1.363.419	1.620.000	380.000	190.000
40.000.000	4.000.000	12.000.000	36.000.000	983.419	3.240.000	760.000	190.000
40.000.000	6.000.000	12.000.000	34.000.000	603.419	4.860.000	1.140.000	190.000
40.000.000	7.000.000	12.000.000	33.000.000	413.419	5.670.000	1.330.000	190.000
40.000.000	8.000.000	12.000.000	32.000.000	223.419	6.480.000	1.520.000	190.000
40.000.000	9.000.000	12.000.000	31.000.000	33.419	7.290.000	1.710.000	190.000
40.000.000	10.000.000	12.000.000	30.000.000		8.256.581	1.743.419	174.342
40.000.000	15.000.000	12.000.000	28.000.000		13.256.581	1.743.419	116.228
40.000.000	20.000.000	12.000.000	28.000.000		18.256.581	1.743.419	87.171
40.000.000	25.000.000	12.000.000	28.000.000		23.446.581	1.553.419	77.671

Fuente: Trabajo de investigación, 2015

Así pues, si el empresario se quiere acoger al artículo 125 del E.T, una donación de \$1 millón de pesos, puede deducir la misma cantidad y pagará un impuesto de \$1.553.000 que, comparado con el impuesto sin donación, la disminución del impuesto es solo de \$190.000. En general, la afectación de las utilidades por la donación, esto es, el desembolso del millón de pesos le restamos los \$190 mil pesos de disminución del impuesto y nos arroja una afectación de \$810 mil pesos.

Ahora bien, si el mismo empresario duplica la donación a \$2 millones de pesos, puede deducir la misma cantidad y pagará un impuesto de \$1.363.000 que, comparado con el impuesto sin donación, la disminución del impuesto es solo de \$380.000. En general, la afectación de las utilidades por la donación, esto es, el desembolso de los \$2 millones de pesos le restamos los \$380 mil pesos de disminución del impuesto y nos arroja una afectación de \$1.620.000.

La donación de \$12 millones será el punto donde la limitante hará sus efectos a favor del contribuyente, ya que a partir de ese valor sólo se reconocerán los mismos \$12 millones, por aquello del límite del 30% de la renta líquida antes de restar la donación. En ese punto ya no es atractivo para el contribuyente puesto que a mayor valor donado siempre podrá deducir \$12 millones.

Para una mejor ilustración, vamos a subir a \$80 millones la renta líquida antes de donaciones del contribuyente, y dejamos las mismas donaciones, es decir, si hay una donación de \$1 millón de pesos, puede deducir la misma cantidad y pagará un impuesto de \$11.940.000 que, comparado con el impuesto sin donación, la disminución del impuesto es solo de \$280.000. En general, la afectación de las utilidades por la donación, esto es, el desembolso del millón de pesos le restamos los \$280 mil pesos de disminución del impuesto y

nos arroja una afectación de \$720 mil pesos.

Ahora bien, si se duplica la donación a \$2 millones de pesos, puede deducir la misma cantidad y pagará un impuesto de \$11.660.000 que, comparado con el impuesto sin donación, la disminución del impuesto es solo de \$560.000. En general, la afectación de las utilidades por la donación, esto es, el desembolso de los \$2 millones de pesos le restamos los \$560 mil pesos de disminución del impuesto y nos arroja una afectación de \$1.440.000.

Donar \$1 millón de pesos le significa un ahorro de \$190 mil pesos mientras el contribuyente tenga una utilidad de \$40 millones. El ahorro aumenta a \$280 mil pesos si el contribuyente tiene una utilidad de \$80 millones.

En cualquiera de las dos situaciones, tiene más beneficios al contribuyente si la donación se hace con fines retributivos, esto es, que la acción a ejecutar por parte de la fundación a favor del medio ambiente, conserve beneficios directos al donante, de lo contrario y tal y como se pudo analizar de los resultados de las encuestas, no es representativo para los contribuyentes acogerse a los beneficios de los artículos 125, 158-1, y 158-2 del E.T. Tabla 2.

Conclusiones

Una vez identificado que los beneficios tributarios con incidencia ambiental del sector alimenticio provienen de los impuestos sobre la renta y complementarios y del IVA, se observa que el 80% de los empresarios encuestados declaran el impuesto de renta y el 65% son responsables del Impuesto sobre las ventas en el régimen común, constituyéndose en potenciales favorecidos de los beneficios fiscales que propenden por la gestión ambiental de éste sector

Tabla 2. Cálculo del impuesto sobre la renta PN con donación art. 125 del E.T con renta líquida de \$80 millones

Renta líquida antes de donación	Donación	Límite	Renta líquida con la donación	Valor impuesto	Afectación utilidades por la donación	Ahorro en la donación	Ahorro por cada millón
80.000.000	-		80.000.000	12.219.560		-	
80.000.000	1.000.000	24.000.000	79.000.000	11.939.560	720.000	280.000	280.000
80.000.000	2.000.000	24.000.000	78.000.000	11.659.560	1.440.000	560.000	280.000
80.000.000	4.000.000	24.000.000	76.000.000	11.099.560	2.880.000	1.120.000	280.000
80.000.000	6.000.000	24.000.000	74.000.000	10.539.560	4.320.000	1.680.000	280.000
80.000.000	7.000.000	24.000.000	73.000.000	10.259.560	5.040.000	1.960.000	280.000
80.000.000	8.000.000	24.000.000	72.000.000	9.979.560	5.760.000	2.240.000	280.000
80.000.000	9.000.000	24.000.000	71.000.000	9.699.560	6.480.000	2.520.000	280.000
80.000.000	10.000.000	24.000.000	70.000.000	9.419.560	7.200.000	2.800.000	280.000
80.000.000	15.000.000	24.000.000	65.000.000	8.019.560	10.800.000	4.200.000	280.000
80.000.000	20.000.000	24.000.000	60.000.000	6.619.560	14.400.000	5.600.000	280.000
80.000.000	25.000.000	24.000.000	56.000.000	5.499.560	18.280.000	6.720.000	268.800
80.000.000	30.000.000	24.000.000	56.000.000	5.499.560	23.560.000	6.440.000	257.600

Fuente: Trabajo de investigación, 2015

Los beneficios tributarios con incidencia ambiental están reglamentados en los artículos 125, 125-1, 125-2, 125-3, 125-4, 157, 158-1, 158-2, 253, y 207-2 del Estatuto Tributario y conforme los resultados de la encuesta, los empresarios de éstas actividades económicas no aprovechan este tipo de beneficios tributarios a través de deducciones y descuentos.

El desconocimiento de la normatividad, el poco interés de realizar inversiones con otorgamiento de beneficios tributarios, o los límites a la deducción de los beneficios tributarios pueden ser las causas por las cuales los empresarios no hayan sido efectivos al disminuir de los impuestos sobre la renta y complementarios por donaciones establecidas en el artículo 125 del E.T. para entidades sin ánimo de lucro dedicadas a la ecología y protección ambiental; a la deducción por inversiones en investigación y desarrollo establecida en el artículo 158-1 del E.T.; a la deducción por inversiones en control y mejoramiento ambiental del artículo 158-2 E.T.; y a las deducciones y rentas exentas por reforestación establecidas en los artículos 157 y 207-2 del E.T.

Es poco atractivo para el contribuyente que hace una donación por el artículo 125 del E.T, cuando limita la deducción al 30% de la renta líquida del contribuyente determinado antes de restar la donación, ya que una donación de \$10 millones de pesos efectuada por un restaurante a una fundación que se dedica a la ecología, se condicionará su deducción al límite de \$9 millones, si la renta líquida del contribuyente después de restar la donación es de \$31 millones. Lo anterior significa, que siendo el sector operado por Mypymes con una mínima cuota de contribución que no supera los \$5 millones en imporenta, sólo se beneficiará en \$190 mil pesos por cada millón donado.

Cabe resaltar que, en Colombia se estableció la exención de pagos del impuesto de valor agregado (IVA), para equipos y elementos nacionales e importados dirigidos a mejorar la gestión ambiental en los sectores productivos y de servicios, previa aprobación del Ministerio de Ambiente, que fue eliminada en la reforma tributaria del año 2000, con el fin de reducir el déficit fiscal. Estas decisiones afectan la inversión ambiental y la credibilidad de los empresarios en una política tributaria ambiental.

La Reforma Tributaria plasmada en la Ley 1607 de 2012, estableció en el artículo 184, los denominados Impuestos Verdes y dispuso que el Gobierno Nacional debería elaborar un estudio sobre la efectividad de impuestos, tasas, contribuciones y demás gravámenes existentes para la preservación y protección del ambiente; así como la identificación y viabilidad de nuevos tributos por la emisión de efluentes líquidos y de gases contaminantes y de efecto invernadero identificando los sujetos, las actividades y bases gravables, hechos generadores, y demás elementos del tributo. Por su parte ordeno dicha Ley que el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias) y los Ministerios de Hacienda y Crédito Público, y Ambiente y Desarrollo Sostenible, son los responsables de la preparación y sustentación del informe ante el Congreso de la República, para que este determine, de acuerdo con sus competencias y los procedimientos constitucionales de formación de la ley si se establecen dichos gravámenes.

Literatura citada

Acquatella, J. (2001). *Aplicación de instrumentos económicos en la gestión ambiental en América Latina y el Caribe: desafíos y factores condicionantes*. Santiago de Chile: CEPAL, PNUD, ONU.

- Agencia Europea de Medio Ambiente. (19 de diciembre de 2008). *EEA*. Recuperado el 16 de octubre de 2015, de <http://www.eea.europa.eu/es/publications/92-9167-000-6-sum/page001.html>
- Azqueta, D. (1997). *Valoración económica de la calidad ambiental*. Madrid: McGraw Hill.
- Barde, J. (10 de septiembre de 2005). *INE*. Recuperado el 22 de junio de 2015, de <http://www.ine.gob.mx/ueajei/publicaciones/libros/373/historia.html>
- Bifani, P. (1999). *Medio ambiente y desarrollo sostenible* (4 ed.). Madrid: IAM Ediciones.
- Bohm, P., & Roussell, C. (1985). Comparative analysis of alterantive policy instruments. *Handbook of Natural Resource and Energy Economics*, 1(4), 347-371.
- Colciencias. (8 de junio de 2014). *sivirtual*. Recuperado el 10 de diciembre de 2015, de <https://www.sivirtual.gov.co/memofichatramite/-/tramite/T1564>
- Concepto No. 080803. Sobre impuesto de Renta y Complementarios, No. de consulta 95978 (DIAN 19 de diciembre de 2003).
- Constitución Política de Colombia, Gaceta Constitucional No. 116 (Asamblea Nacional Constituyente 20 de julio de 1991).
- DANE. (2015). *Boletín Técnico*. Bogotó: Entidad.
- Declaración de Estocolmo sobre el Medio Ambiente Humano, resolución 2581 (XXIV) (Asamblea General de las Naciones Unidas 16 de junio de 1972).
- Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo, Resolución 55/199 (Asamblea General de las Naciones Unidas 3 al 14 de junio de 1992).
- Ecológicos Org. (23 de junio de 2013). *atraer.net*. Recuperado el 12 de noviembre de 2015, de <https://atraer.net/566-sanitarios-ahorradores-los-beneficios-de-ahorrar-agua.html>
- Gago, A., & Labandeira, X. (1999). *Refosrma fiscal verde*. Madrid: Espasa.
- Hahn, R. (1989). Economic perscriptions of environmental problems: how the patient followed the doctor's orders. *Journal of Economic Perspective*(3), 95-114.
- Hernández, S., & Fernández, C. &. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Huerta, d. S. (2010). La teoría de la eficiencia dinámica. *Revista de Economía y Administración*, 7(2), 1-42.
- ICONTEC. (2004). *Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 14001 Sistemas de gestión ambiental*. Bogotá: Entidad.
- IDEAM. (2010). El fenómeno del niño. *Publicaciones institucionales*, 1-3.
- Linares, L., & Romero, L. (7 de junio de 2010). *Universidad Politécnica de Madrid*. Recuperado el 12 de octubre de 2015, de <http://www.iit.upcomillas.es/pedrol/documents/becker08.pdf>
- López, G. (2007). Financiación Autónoma e incidencia fiscal de los tributos ecológicos. Una reflexión en torno al principio de "quien contamina, paga". *Repositorio Institucional Universidad de Córdoba*(78), 401-407.
- Lozano, B. (2007). *Evaluación de tasas retributivas por vertimientos hídricos en la cuenca del Río Bogotá*. Bogotá: ESAP.
- Martínez, J. (7 de enero de 2010). *uv.es*. Recuperado el 28 de noviembre de 2015, de <http://www.uv.es/dmoreno/ISO14000.pdf>
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y desarrollo Territorial. (2002). *Propuesta Organizacional Sistemas de Gestión Ambiental Municipal*. Bogotá: Minambiente.
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y desarrollo Territorial. (2014). *Política Nacional para la Gestión Integral del Recurso Hídrico*. Bogotá: Entidad.
- Muñoz, V. (2013). Fiscalidad y medio ambiente: estado de la cuestión. *Anuario Jurídico y Económico Escurialenses*(56), 63-80.
- OCDE. (1994). *Impuestos ambientales*. México: Entidad.
- Pearce, D., & Turner, R. (1995). *Economía de los recursos naturales y del medio ambiente*. Madrid: Colegio de Economistas de Madrid y Celeste Ediciones.
- Presidencia de Colombia. (2009). *Informe al Congreso 2009. Presidente Álvaro Uribe Vélez*. Bogotá: Imprenta Nacional.
- Rodríguez, A. (2008). *Fundamentos para el uso de instrumentos fiscales en la política ambiental: Una aproximación al caso colombiano*. Bogotá: DIAN.
- Rodríguez, B., & Hoof, B. (2003). El desempeño ambiental del sector palmicultor colombiano: una década de avances y futuro compromiso. *Revista Palmas*, 24(3), 69-86.
- Rubio, C. (2014). La gestión ambiental en la pequeña y mediana empresa. *Revista Virtual Pro*, 7.
- Sainz, d. B. (1993). *Lecciones de Derecho Financiero*. Madrid: UCM.
- Sánchez, L. (2011). *Evaluación del impacto ambiental*.

- Conceptos y métodos*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá. (2 de junio de 2010). *ambiente Bogotá*. Recuperado el 25 de noviembre de 2015, de <http://ambientebogota.gov.co/aguas-subterranas>
- van Hoof, B. (2003). *Necesidades de bienes y servicios ambientales de las Pyme en Colombia: identificación y diagnóstico*. Santiago de Chile: CEPAL, ONU.
- van Hoof, B. (2005). *Políticas e instrumentos para mejorar la gestión ambiental de las Pymes en Colombia y promover su oferta en materia de bienes y servicios ambientales*. Santiago de Chile: CEPAL, ONU.
- Decreto 2532/01. Por el cual se reglamenta el numeral 4 del artículo 424-5 y el literal f) del artículo 428 del Estatuto Tributario, Diario Oficial 44.632 (Presidencia de Colombia 27 de noviembre de 2001).
- Decreto 2755/05. Por el cual se modifican los artículos 13 y 14 del Decreto 2755 de 2003 y se reglamenta parcialmente el artículo 191 del Estatuto Tributario, Diario Oficial 45.997 (Presidencia de Colombia 10 de agosto de 2005).
- Decreto 3930/10. Por el cual se reglamenta parcialmente el Título I de la Ley 9ª de 1979, así como el Capítulo II del Título VI -Parte III- Libro II del Decreto-ley 2811 de 1974 en cuanto a usos del agua y residuos líquidos, Diario Oficial 47.837 (Presidencia de Colombia 25 de octubre de 2010).
- Decreto 624/89. Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuesto Nacionales, Diario Oficial 38.756 (Presidencia de Colombia 30 de marzo de 1989).
- Decreto 948/95. Por el cual se reglamentan, parcialmente la Ley 23 de 1973, los artículos 33, 73, 74, 75 y 75 del Decreto-Ley 2811 de 1974; los artículos 41, 42, 43, 44, 45, 48 y 49 de la Ley 9 de 1979; y la Ley 99 de 1993, Diario Oficial 41.876 (Presidencia de Colombia 5 de junio de 1995).
- Ley 1450/11. Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014, Diario Oficial 48.102 (Congreso de Colombia 16 de junio de 2011).
- Ley 1607/12. Por la cual se expiden normas en materia tributaria y se dictan otras disposiciones, Diario Oficial 48.655 (Congreso de Colombia 26 de diciembre de 2012).
- Ley 373/97. Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua, Diario Oficial 43.058 (Congreso de Colombia 6 de junio de 1997).
- Ley 590/00. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa, Diario Oficial 44.078 (Congreso de Colombia 10 de julio de 2000).
- Ley 788/02. Por la cual se expiden normas en materia tributaria y penal del orden nacional y territorial; y se dictan otras disposiciones, Diario Oficial 45.046 (Congreso de Colombia 27 de diciembre de 2002).
- Ley 812/02. Por la cual se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006, hacia un Estado comunitario, Diario Oficial 45.231 (Congreso de Colombia 26 de junio de 2003).
- Ley 905/04. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones, Diario Oficial 45.628 (Congreso de Colombia 2 de agosto de 2004).
- Ley 99/93. Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, Diario Oficial 41.146 (Congreso de Colombia 22 de diciembre de 1993).
- Resolución 0935/11. Por la cual se establecen los métodos para la evaluación de emisiones contaminantes por fuentes fijas y se determina el número de pruebas o corridas para la medición de contaminantes en fuentes fijas, Diario Oficial 48.085 (Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales IDEAM 20 de abril de 2011).
- Resolución 978/07. Por la cual se establece la forma y requisitos para presentar ante el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial las solicitudes de acreditación para obtener la certificación de que tratan los artículos 424-5, Diario Oficial 46.665 (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial 4 de julio de 2007).
- Sentencia 05001/11. C.P. María Claudia Rojas Lasso, Radicado 05001-23-31-000-2001-90101-01 (Consejo de Estado 4 de mayo de 2011).
- Sentencia 15988/06. C.P. Héctor Romero Díaz, Radicado 15988 (Consejo de Estado 31 de agosto de 2006).

Comercialización de ganado bovino en pie entorno a la compañía de ferias y mataderos del Caquetá (COFEMA) Florencia-Caquetá

Yolanda Cuellar Medina^{1*}

Oscar López Cardozo²

Fabián Eduardo Santos³

Recibido 16 de abril de 2016

Aceptado 30 de mayo de 2016

¹Docente Universidad de la Amazonia, Magíster Desarrollo Rural.

^{2,3}Estudiante de Contaduría Pública, Universidad de la Amazonia

Resumen

Con el ánimo de construir una aproximación general al funcionamiento de la comercialización de ganado bovino en pie, entorno a la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá, COFEMA S.A., este estudio indagó por el papel que juegan los diferentes actores encargados de determinar los precios en la compra y venta de dichos bovinos. Los resultados encontrados apuntan a la creación de políticas públicas que disminuyan la brecha económica entre el primer y segundo eslabón de esta cadena importante para la economía de la región.

Palabras clave: Centro de acopio, mercadeo de bovino, comercializadores, fijación de precios.

Abstract

With the intention of constructing an overall approach of how the marketing of live cattle works around the Company of Fairs and Slaughterhouses of Caquetá (COFEMA S.A.). This study inquired about the roles of those stakeholder responsible for prices in the purchase and sale of such cattle. The results obtained aim to the creation of public policies that reduce the economic gap between the first and second link in this important chain for the economy of the region..

Key words: Storage center, cattle marketing, traders, price setting.

Introducción

Según el censo bovino realizado por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) en el 2015, la "Población Bovina en el país está distribuida en 495.609 predios y constituida aproximadamente por 22.527.783 animales, ubicados principalmente en los departamentos de Antioquia (11,25%), Córdoba (8,45%), Casanare (8,43%), Meta (7,38%), Cesar (6,30%), Santander (6,29%), Caquetá (5,79%), Magdalena (5,50%) y Cundinamarca (4,74%) que agrupan el 64,13% de la población total nacional" (ICA, 2015). En el caso del departamento del Caquetá, dicho informe señala que existe un inventario de bovinos de 1.304.403 reses, ubicadas en 12.726 predios, lo que convierte esta actividad agropecuaria en una de las mayores generadoras de empleo en los últimos años

Bajo este contexto, se puede decir que la producción de ganado bovino en Colombia es una actividad en crecimiento, con una importancia socio-económica por los empleos directos e indirectos que esta genera, sin embargo presenta serios inconvenientes en lo que respecta a su comercialización, debido a la falta de adopción de políticas que permitan una estabilización en los

precios de producción y comercialización en busca de unas mejores condiciones para este mercado, al respecto estudios encontraron que:

"el país carece de una infraestructura básica que permita la movilización rápida, adecuada y económica, lo cual sumado a los bajos niveles de productividad hace que se pierda competitividad, adicionalmente la baja transformación de los productos ganaderos no permite el desarrollo de esquemas modernos de comercialización" (Mahecha, Gallego y Peláez, 2002, p.213).

En lo que tiene que ver con la comercialización, se dice que *"la comercialización es la distribución de un producto entre la producción y el consumo, por lo que el uno debe considerar al otro"* (Caldentey y De Haro, 2004). En el caso del municipio de Florencia, existen dos establecimientos en los cuales se realiza la comercialización de ganado en pie, una se denomina Corralejas y la otra es la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá "COFEMA", lugar donde se desarrolló esta investigación. En este sitio se realiza la comercialización de bovinos en pie, mediante la participación activa de productores, comisionistas o intermediarios, engordadores y finalizadores que aportan bovinos en pie para abastecer el mercado principalmente

*Autor para Correspondencia: yo.cuellar@udla.edu.co

del Valle del Cauca y la región de la costa atlántica, donde los precios son fijados bajo criterios especulativos, en el que la oferta y la demanda juegan un papel protagónico, generalmente esta comercialización es realizada principalmente en el centro de acopio, que concentra un sin número de comisionistas que reciben ganado en pie directamente de las fincas o mediante ferias, a fin de realizar su comercialización a cambio de una comisión que en el caso del municipio de Florencia, según las encuestas realizadas oscila entre el 3% y el 5% sobre el precio de venta del animal. Las personas que se dedican a este tipo de negocio no necesitan capital, en razón a que los dueños del ganado con quienes realizan las transacciones de compra, les otorgan plazos similares a los que ellos le conceden a sus clientes para la cancelación de las reses vendidas. En dicho centro de acopio han establecido relaciones comerciales con productores y colocadores desde hace muchos años, en este mercado entran y salen frecuentemente los comisionistas debido a la falta de organización, es de resaltar que la compañía COFEMA S.A no tiene ningún vínculo contractual con los comercializadores de ganado en pie, su única función es el alquiler de corrales y el servicio de pesa de los semovientes, el cual se cobra por kilo y su valor lo asume el productor primario o ganadero.

Esta labor de comercialización en su gran mayoría no puede estar a cargo del productor primario, debido a diferentes problemas como la infraestructura, recursos limitados, falta de organización, entre otros, motivo por el cual se debe acudir a los intermediarios, quienes se encargan de realizar la compra al productor, e iniciar una cadena que termina cuando la carne llega al consumidor final.

El propósito de esta investigación fue el de analizar cómo funciona la comercialización de ganado bovino en pie entorno a la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá (COFEMA) Florencia-Caquetá, como principal centro de acopio, destacando que el mercadeo, es realizado por unos intermediarios que no están establecidos legalmente pero que utilizan las instalaciones de esa organización, para efectuar el proceso de compra y venta con fin de comprender el funcionamiento de este mercado, los determinantes de los precios de compra y venta del ganado en pie, así como los costos identificados en el primero y segundo eslabón de esta cadena.

Cabe señalar que este tipo de trabajos son importantes para generar fundamentos que permitan de alguna manera mejorar la información de los diferentes actores involucrados en la cadena productiva, en razón a que los resultados de estas investigaciones van a permitir la generación de estrategias que permitan la intervención del Estado, el fortalecimiento de los productores primarios y los comercializadores que se necesitan para forjar y mantener los empleos tanto directos como indirectos que se derivan de este renglón de la economía como es el sector de la ganadería, que en el departamento del Caquetá ocupa el primer lugar.

Esta investigación se basó en un estudio descriptivo y fueron aplicadas encuestas a los comercializadores y productores de ganado, a directivos de COFEMA y al Gerente del Comité de Ganaderos del Caquetá, para conocer el papel que desempeñan estas organizaciones en los procesos de comercialización de bovinos en pie y su percepción sobre la actividad de mercadeo de bovinos en el municipio de Florencia.

Comercialización de Ganado en Colombia

Según el estudio realizado por la superintendencia de Industria y Comercio, durante los años 2009-2011, resalta que en Colombia la ganadería es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional, tanto a nivel de producción como de generador de empleo, contribuyendo al 20% del PIB agropecuario, al 1,7% del PIB nacional y generando 950.000 empleos directos que a nivel porcentual equivale el 20% del empleo en el sector agropecuario y el 7% del total nacional. De igual manera dicho documento manifiesta que *“La industria de carne bovina en Colombia está constituida por cinco grandes eslabones que consisten en: la producción de ganado en fincas, la comercialización de ganado en pie, la industrialización por parte de las plantas de sacrificio y procesadoras de alimentos, los canales de distribución de carne fresca y sus derivados, y la transformación de los productos cárnicos. De estos procesos se obtienen algunos subproductos comestibles y no comestibles como el cuero, grasas y sebos para uso industrial, sangre, vísceras, entre otros”* (Estudio sectorial carne bovina en Colombia (2009-2011).

Cabe resaltar que uno de los principales problemas identificados en la producción primaria, hace referencia la cría de ganado, con fines comerciales *“tiene tres etapas bien diferenciadas, que en la mayoría de los casos se separan físicamente y están a cargo de personas diferentes. La primera etapa,*

la crianza, es el negocio de producir terneros y venderlos al destete. El levante es la etapa intermedia durante la cual el ganado adquiere la mayoría de su peso. Y la etapa final, engorde o cebado, corresponde a los últimos 3 o 4 meses de alimentación antes del sacrificio. Un primer problema es que estos tres eslabones de la cadena están muy pobremente integrados. El ganado cambia de manos frecuentemente y, como las tres etapas suceden en sitios diferentes, hay muchas ineficiencias que, de entrada, aumentan los costos” (Guarín, 2008, p.108).

En el informe DANE 2012, se encontró que “primera fase productiva directamente relacionada con la carne bovina (producción primaria) en Colombia, en el hato ganadero se encuentran animales para tres propósitos: cría y ceba, doble actividad y lechería especializada. Los sistemas de producción más comunes en el país son el mixto y el confinamiento semiestabulado”.

De igual manera, en el informe del DANE 2012, FEDEGAN identifica la cadena productiva de la carne bovina en Colombia, (Figura 1).

Para el caso de esta investigación, el eslabón de la cadena que fue objeto de estudio, es el tercero, el cual está relacionado con la comercialización de ganado en pie a través de comisionistas o colocadores, donde la oferta y la demanda determinan el precio al productor y donde la modalidad utilizada es la feria de ganados.

Con respecto al ingreso de ganado en pie reportado por la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá S.A, para el año 2015, por concepto de servicio de pesaje fue de 59.692 bovinos, lo que quiere decir que en promedio ingresaron 4.925 cabezas de ganado mensual, sin embargo, de estos fueron embarcados para otros departamentos un

promedio 2.698 bovinos en pie al mes (figura 2), en este sentido se puede afirmar que esta es una actividad económica importante para la región, teniendo en cuenta que la comercialización de ganado en pie es una actividad de que a la par es desarrollada en otros municipios del departamento.

Metodología

La propuesta metodológica es de corte cualitativo y se basó en un estudio descriptivo. De acuerdo con lo anterior, este tipo de estudios le permiten al investigador conocer y entender las condiciones, prácticas y cualidades de las diferentes actividades que deben desarrollar los comercializadores a la hora de ejecutar sus funciones y el rol que juegan en este proceso de compra y venta de ganado bovino en pie, para posteriormente realizar unos análisis que le ayuden a dar explicaciones significativas y aporten al conocimiento, a fin de dilucidar las generalizaciones.

Frente los estudios descriptivos de dice que: “son realizadas para describir algo, describir comportamientos de la gente frente a su realidad social, la mayor parte de los estudios sobre mercado, política electoral, estudios socioeconómicos, son investigaciones de este tipo. Para obtener una descripción completa y exacta de una situación se hace necesario un diseño formal, de modo tal que se cubran todas las fases deseadas” (Ángel, 2011 p.57).

El tamaño de la muestra es no probabilístico, lo cual le permitió al investigador elegir al sujeto de estudio, en razón a que los comercializadores no están organizados legalmente, dificultando tener

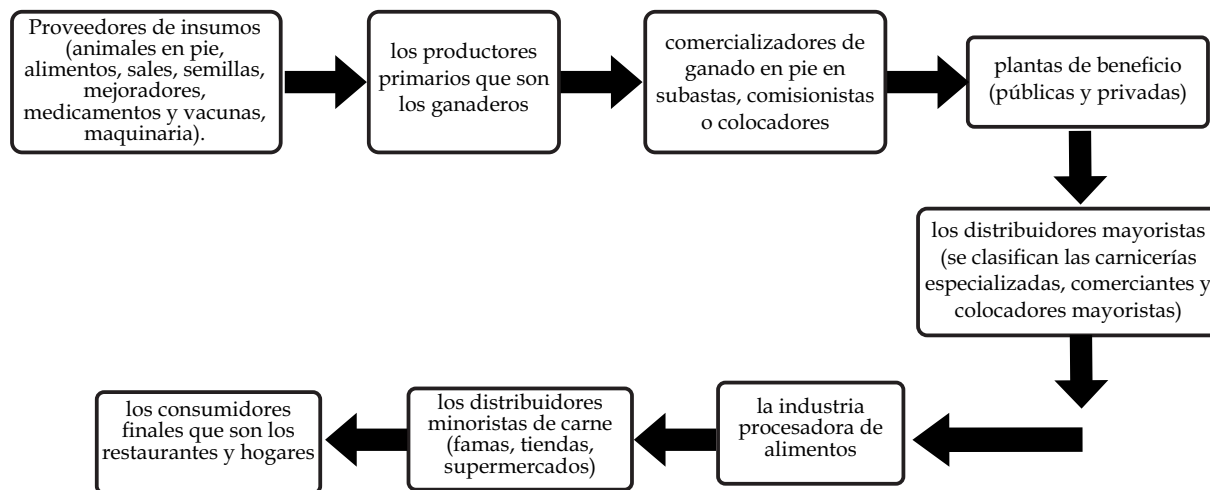


Figura 1. Cadena Productiva de la Carne Bovina. Fuente: Elaboración propia con información de la Federación Colombiana de Ganaderos, 2009.

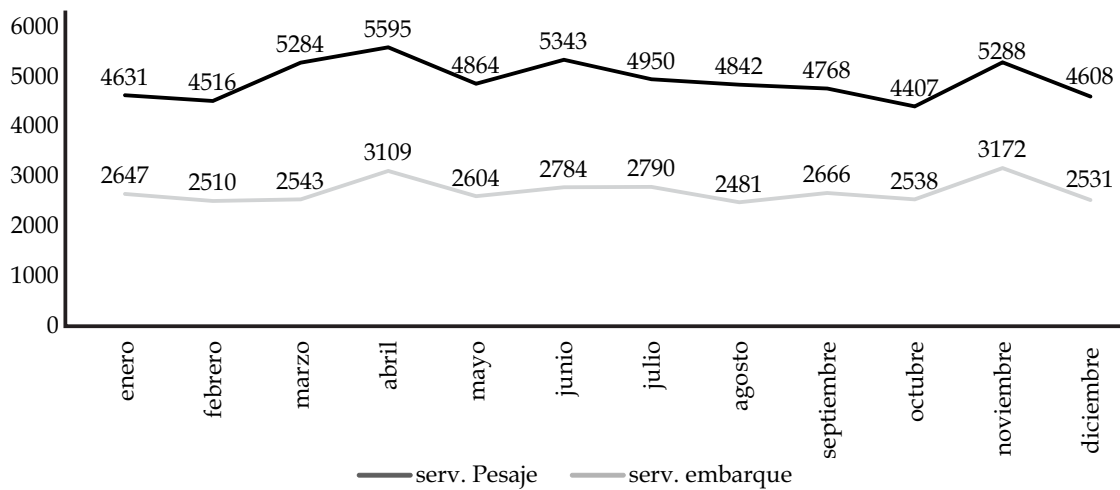


Figura 2. Servicio de Pesaje y Embarque prestado por COFEMA 2015. Fuente: Elaboración propia con información suministrada por COFEMA S.A.

un dato exacto de esta población objeto. Frente a esta situación fueron utilizados otros instrumentos manejados por los investigadores, tales como la observación, la clasificación de información documental, informes, artículos, publicaciones y otras investigaciones relacionadas con el tema. De igual manera se estableció al azar varios productores que traen su ganado para ser mercadeado con el apoyo de los comercializadores que se ubican en torno a las instalaciones de COFEMA. La recogida de la información se llevó a cabo a través de cuestionarios dirigidos a la población de comercializadores, 28 en total y a un segmento de productores de ganado a quienes fueron realizadas en total 10 encuestas; también es de manifestar que fueron ejecutadas 3 entrevistas a profundidad a un representante de COFEMA S.A, al gerente del Comité de Ganaderos del Caquetá y al gerente de la Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá.

El trabajo de campo de esta investigación está basado en tres cuestionarios: uno dirigido a los comercializadores de ganado en pie, a fin de conocer cómo están organizados, tiempo en el cual llevan realizado esta labor, identificación de su desempeño en este tipo mercado, su rentabilidad y las pautas que ellos dan para que mejore este ejercicio laboral. En el caso de los productores la encuesta busco conocer su opinión respecto al mercadeo de ganado en pie, cual es la utilidad que ellos identifican en ese proceso de producción y cuáles son las debilidades reconocidas por ellos en

lo que concierne el tema de la comercialización de ganado en pie y desde su percepción cuales serían las recomendaciones para mejorar esta actividad.

Para el caso de las entrevistas a profundidad, se buscó conocer cuál es la función que cumple COFEMA S.A, quien fija los precios de compra y venta de ganado en pie, como están organizados esos comercializadores y que incidencia tiene el Comité de Ganaderos del Caquetá y la Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá a la hora de establecer los precios de mercadeo.

Resultados y discusión

La actividad ganadera en el departamento del Caquetá es de gran importancia para la economía de la región, en razón a la generación de empleos directos e indirectos, teniendo en cuenta la cadena productiva, es así como la actividad de comercialización entorno a la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá (COFEMA S.A.), ubicada en el municipio de Florencia, se pueden mercadear entre 4.000 y 2600 cabezas de ganado mensual, que para el año 2015 se negociaban a razón de \$3.700 y \$3.200 kilo, dependiendo de la calidad que ha ojo establece el comercializador.

Esto significa entonces que mensualmente si tomamos el mínimo de 2.600 unidades de bovinos que pesen en promedio 400 kilos, a un precio de venta de \$3.700 el kilo, se estarían moviendo en promedio \$3.848 millones de pesos al mes, solo en lo relacionado con la actividad que desarrollan los

comercializadores de ganado bovino en pie. Con referencia a lo anterior, en el departamento del Caquetá, cabe resaltar que la producción ganadera ha tenido una leve disminución, si tenemos en cuenta el comportamiento entre los años 2010 y 2014, para el año 2011 presenta el mayor número de cabezas de ganado bovino con una producción de 1.341.012 disminuyendo en 46.294 unidades de bovinos para el año 2014.

En relación al número de cabezas de ganado bovino reportado para el año 2015, se tiene que en el departamento del Caquetá, esta cifra creció en 9.685 unidades, en comparación al dato obtenido en el año 2014. Bajo este escenario se puede evidenciar que la ganadería es una actividad económica importante en el departamento del Caquetá y la actividad comercial que hace parte de la cadena, es importante para el abastecimiento del mercado tanto interno como para otras ciudades del país.

La comercialización de ganado bovino en pie para la ejecución de esta investigación se da a través de la Feria de Ganados: *“Bajo esta modalidad, es la oferta y la demanda de ganados, la que determina el precio al productor. Opera bajo un mecanismo de comisionistas, quienes compran al ganadero y venden para el engorde, al carnicero o efectúa la venta al detal”* (Superintendencia de Industria y Comercio, 2011).

Para los productores primarios, que en este caso son los ganaderos, los comercializadores son profesionales que desarrollan una labor determinante en el encadenamiento de la producción de carne bovina, en razón a que son ellos los encargados de la compra y venta, el traslado y distribución de los bovinos en pie que se concentran en torno a la planta de sacrificio de COFEMA, sin embargo se encontró que estos no están organizados, pese a su valor representativo en este mercado. Los comercializadores que fueron encuestados y que realizan esta labor, son exclusivamente hombres, los cuales se encuentran en un rango de edad que oscila entre los 23 y los 54 años de edad, cabe agregar que el 39% de los comercializadores llevan ejerciendo esta profesión desde hace más de quince años, tal como se puede evidenciar en el figura 3.

Por otra parte, es de manifestar que al cruzar la información de funcionarios de COFEMA, comerciantes de ganado y productores primarios, se puede establecer que no hay una regulación que dirija o marque las pautas para el desarrollo de esta profesión de comercialización de ganado bovino en pie, los precios que determinan la

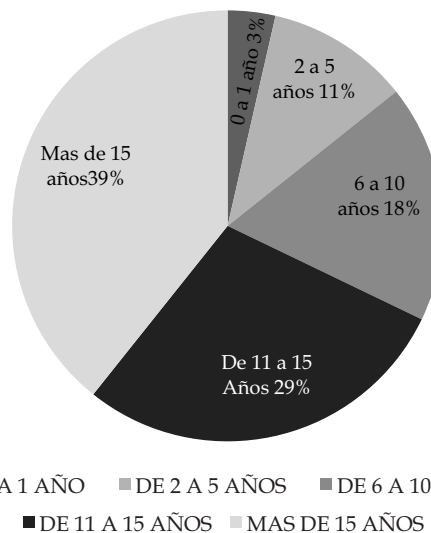


Figura 3. Tiempo de Dedicación a la Comercialización de ganado Bovino en Pie. Fuente: esta investigación.

comercialización del ganado en pie son establecidos de acuerdo a la oferta y la demanda, sin embargo algunos comerciantes dicen que los precios son fijados, de acuerdo a la información suministrada por el municipio de Cali, quien es el principal receptor del ganado en pie que sale fuera del departamento del Caquetá, no existe una regulación de los precios en la compra y venta de estos semovientes; además la comercialización y los precios que se estipulan en una venta muchas veces son puestos por un mutuo acuerdo del comprador y vendedor y otro funciona a ojo donde según el comprador, la calidad se da por las condiciones que tiene el bovino a la hora de la negociación; frente a esto se encontró que el precio lo establece el comercializador y en ello no se tiene en cuenta los costos de producción, al respecto las encuestas demostraron que en ocasiones los productores no tienen claridad respecto a quien es el que determina el precio final del kilo de carne de ganado en pie, figura 4.

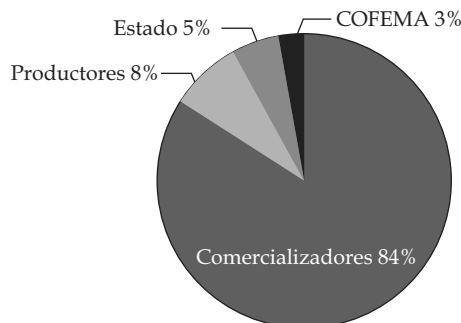


Figura 4. Establecimiento del precio por kilo de ganado en pie. Fuente: esta investigación

Frente al establecimiento de los precios ofertados por los comercializadores, los productores primarios encuestados, manifestaron que ellos prefieren llevar al comprador de ganado a su finca, en lugar de comercializarlo directamente en torno a las instalaciones de COFEMA, en razón a que el mercado que se regula allí es de acuerdo a la oferta y la demanda que haya en ese momento. Todo esto obedece según los productores, a que no les son reconocidos todos los costos que ellos deben asumir, en especial el de mano de obra que es el más oneroso. De igual manera estos identifican varias dificultades para la realización de su actividad ganadera, la cual está relacionada especialmente con el clima variante de la región, los altos costos de producción y en ocasiones el transporte de los animales, aunado a esto también se cuenta con la falta de una regulación de precios de mercado, lo que genera pérdidas para el sector primario. Así mismo los productores primarios, consideran necesario mejorar los servicios que presta el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), en lo relacionado con el transporte, donde se debe realizar la solicitud de guía sanitaria de movilización interna y la demás tramitología que requieren a la hora de vender los semovientes.

Cabe agregar que el 30% de los comercializadores entrevistados, reveló que a la hora de movilizar o trasladar los bovinos, se presentan problemas con los trámites ante las autoridades sanitarias, considerando que esto se debe en parte a la tramitología, otro dificultad que identificaron es la relacionado con los costos de transporte, donde no se tiene conocimiento como se establecen los precios por kilómetro y consideran que son elevados debido a la topografía que presenta el departamento y las vías en mal estado que deben recorrer para entregar la carga en el departamento del Valle del Cauca. Anudado a esto, también se tiene otro agravante y es el tener que transportar este ganado en vías poco transitadas lo cual presenta en algunas oportunidades problemas de hurto, acarreamo pérdidas directas al comercializador.

En cuanto a razas, no hay el manejo de razas puras en razón a los altos costos de producción y a la poca demanda que se tiene, ya que los comercializadores exigen ganado económico y no se cuenta con la infraestructura que esto requiere, es así como los comercializadores identificaron que las razas más solicitadas son las cruzadas y las mestizas, el promedio de peso de los bovinos adquiridos oscila entre los 380 y 450 kilos.

Con respecto a la fijación de precio por kilo de bovino en pie, el presidente de Comité de Ganaderos de Caquetá, (organización que agremia a los productores primarios) manifestó que este no se encuentra regulado, en razón a que los precios establecidos por los comercializadores se negocian ligados a la libre oferta y demanda, lo cual hace que esté presente volatilidad. Esta situación hace que muchos de los productores primarios no recuperen la inversión y mucho menos permitan un margen de utilidad, en algunos casos se cubre el punto de equilibrio, en razón a que el precio de comercialización no ha evolucionado al ritmo que evolucionan los costos de producción.

En esta actividad los comercializadores fijan algunos elementos o reglas de juego para efectuar su función, por un lado establecen la cuarentena, para asegurarse que el rumen del bovino este lo suficientemente vacío (en promedio esto puede pesar 40 kilos) y el comprador debe asegurarse que compra más carne que desecho. Si por algún motivo esto no se da, el comercializador descuenta aproximadamente el 5% del valor total del peso del animal. Una vez se determina el peso del animal se pautan los plazos de pago o en algunas ocasiones se gira cheque posfechado. Esta actividad de pesaje es importante para los comercializadores, por lo cual el 90% de los entrevistados manifestó que si estos bovinos no son pesados o no se cumpla con lo pactado con sus clientes en cuanto a calidad y rendimiento del animal de acuerdo a los parámetros establecidos mediante una planilla, estos descuentan los porcentajes de no rendimiento del animal, disminuyendo estos valores del pago adeudado. Es por esto que si se equivocan, estos valores son descontados automáticamente de su pago; lo cual se constituye para ellos en una pérdida directa, en razón a que estos clientes en su gran mayoría son comercializadores de carne que abastecen grandes mercados.

Para no tener que asumir estas pérdidas, El 90% de la compra-venta del ganado es realizado mediante la pesa en báscula, en el centro de acopio, que para este caso se paga este servicio a COFEMA y el coto lo asume el vendedor, el 10 de comercializadores manifestó que por las características del animal, el peso se realiza a ojo mediante un cálculo aproximado.

La comercialización del ganado bovino en pie, utiliza diferentes métodos que determinan el precio por cabeza de animal, de una manera que

no está regulada y que nada tiene que ver con los costos que debe incurrir un productor, de igual manera se evidencio que en su gran mayoría los comerciantes utilizan un servicio que ofrece COFEMA llamado bascula, por ser una herramienta exacta para determinar peso y precio al bovino, sin embargo otra forma comúnmente utilizada es el método conocido como al ojo, es decir con conocimiento empírico del negocio de la compra y venta del ganado, *“si bien en las negociaciones se tienen en cuenta algunos parámetros y características propias del ganado, como es el peso y la procedencia de los animales, la definición de precios de venta y compra también se efectúa por criterios subjetivos o mejor conocido transacciones al ojo (“ojímetro”). Una modalidad corriente de comercialización es mediante la definición previa entre mayoristas y/o ganaderos-comerciantes con los colocadores sobre los parámetros y condiciones de entrega del ganado. En el caso que estos requisitos no se ajustan, los últimos establecen castigos en el precio, que debe ser aceptado por el proveedor con el ánimo de conservar los nexos comerciales”* (Buitrago y Castillo, 2007, p. 49).

Frente a esa forma de establecer la calidad del animal, el Gerente del Comité de Ganaderos, mostró su desacuerdo con esta práctica porque la considera subjetiva, en razón a que la calidad no se da por el color del pelo, su tamaño sino por la calidad de su carne y esto se cualifica en canal, por lo que considera que afecta la productividad del sector primario, haciendo que por esta vía la comercialización es injusta. Esta es una práctica que se realiza constantemente *“La subjetividad en los procesos de compra de ganado cebado se manifiesta en los criterios que utilizan los compradores: raza, color, edad, peso y conformación de la estructura ósea, a la cual se corresponden cualidades como sabor, ternura y el rendimiento. Los intermediarios califican como ganado de primera aquel ganado Cebú entre 2,5 y tres años con un color blanco aperlado además de otras características. Aunque las propuestas de clasificación de canales no establecen asociación alguna con el color de la res”*. (Vargas & otros, 1999, p. 142)

Por su parte los comercializadores, manifestaron que en el desarrollo de su labor, ellos deben asumir varios riesgos, una vez adquieren el bovino en pie, entre estos ellos identificaron los siguientes: los hurtos de ganado, pérdida ganado y muerte, riesgos laborales, transporte y animales enfermos, golpe de algún animal y manejo de los altos índices de cartera, consideran que esta actividad comercial se puede mejorar, teniendo en cuenta lo relacionado con el pago, cabe decir que por ser a

crédito muchos de ellos han tenido que asumir pérdidas de su propio pecunio. Frente a todas estas situaciones identificadas, estos creen que para mejorar su trabajo y de los productores primarios, se debe fortalecer el sector ganadero a través del mejoramiento y adecuación de las vías terciarias, generar políticas públicas para la estabilidad de precios en los insumos y los precios de transporte, de igual manera se requiere de la obtención de seguros contra todo riesgo y el mejoramiento de las razas bovinas.

En referencia al tema de los costos, los comercializadores de ganado bovino en pie, manifestaron que los costos de pesaje, transporte desde la finca a las instalaciones de COFEMA y la guía sanitaria de movilización interna (GSMI) expedida por el ICA, son asumidos por los productores primarios, ya cuando el ganado es recibido por ellos, los costos de transporte a otros departamentos, son reconocidos por el receptor con quien se negocia el ganado, sin embargo frente a esto los comercializadores revelaron que si bien no asumen costos directos, si deben apropiarse de las pérdidas totales, en caso de que el ganado embarcado se pierda o presente inconvenientes antes de ser recibido, así mismo como es un negocio a ojo, en lo que se refiere a calidad, si no se cumplen las expectativas exigidas por el cliente en lo concerniente al rendimiento de la res, las pérdidas generadas son descontadas directamente del pago, debido en gran parte a que este se realiza en un lapso de 20 o 30 días posterior a su recibido. Esto quiere decir que ellos como comercializadores compran a crédito pero también venden a crédito, frente a esto es de resaltar que los clientes en su gran mayoría son abastecedores de carnicerías, hipermercados y almacenes de cadena y el principal receptor en este caso es el departamento del Valle del Cauca.

Por otra parte estos comercializadores enfatizaron que al no ser un comercio organizado, no se exigen garantías, en muchas de estas ventas, lo cual en ocasiones ha generado pérdidas porque el comprador giro un cheque sin fondos, o por que este se declaro en quiebra etc, frente a este panorama no se cuenta con ningún respaldo haciendo que esta labor sea una labor de alto riesgo. En el estudio realizado por Roman, 2012, se dice que *“La comercialización de la carne es un negocio de alto riesgo, por la falta de instrumentos legales y el pago posterior a la facturación del producto, situación que legalmente imposibilita al vendedor para poder hacer una acción legal al respecto”* frente a esto,

es claro que la red de distribución de carne sujeta a unos precios no regulados, hace que los recursos de intermediación entre productor primario y consumidor final, se quede en manos de terceras personas.

Para los comercializadores que llevan ejerciendo esta actividad, consideran que el ingreso por kilogramo alcanzado es importante por el volumen de bovinos que operan y el periodo de tiempo, según ellos, concretar un negocio pueden tomar entre 4, 8 o 24 horas, para realizar sus operaciones, igualmente ellos manifiestan que si bien comercializan por kilo, estos precios distan mucho de los montos por libra de carne que llega a manos del consumidor final, ante esta situación afirmaron que desconocen los procesos y costos que involucran los grandes hipermercados, los almacenes de cadena y los expendedores de carne para establecer los precios de venta, en razón a que es un mercado poco conocido.

Conclusiones

Es claro que para la comercialización del ganado bovino en pie, se utilizan diferentes métodos que determinan el precio por cabeza de animal, de una manera que no está regulada y que nada tienen que ver con los costos que debe incurrir un productor, de igual manera se evidencio que en su gran mayoría los comerciantes utilizan un servicio que ofrece COFEMA llamado bascula, por ser una herramienta exacta para determinar peso y precio al bovino, sin embargo otra forma comúnmente utilizada es el método conocido como al ojo, es decir con conocimiento empírico del negocio de la compra y venta del ganado en pie.

Se hace necesario que el gobierno nacional motive la construcción de políticas públicas, que permitan incrementos en la comercialización de bovinos en pie y también regule los precios de comercialización que interfieren para llegar al consumidor final, en razón a que otros sectores que no hacen parte de la fase de producción generan las mayores utilidades, establecen un precio alto y fijan sus expectativas a corto plazo, mientras el productor primario presenta un significativo margen de rezago por el tiempo y los recursos que debe invertir para sacar un bovino al mercado, donde la mayoría de las veces no se reconoce el costo de la inversión.

Es preciso conocer la estructura establecida por los grandes hipermercados, los almacenes de cadena y expendedores de carne, para el establecimiento

de precios al consumidor final, ya que estos varían dependiendo el sitio de venta, es perentorio entender cómo funciona este otro comercio que está generando limitaciones, para que un grueso de la población no pueda acceder a su consumo de un producto de importancia para el ser humano.

Tanto productores primarios, como comercializadores y el Gerente del Comité de Ganaderos del Caquetá, coincidieron que es preciso fomentar una mejor productividad y competitividad del sector ganadero, que apunte al mejoramiento de razas de ganado bovino, de igual manera se requiere también de una buena infraestructura vial para el departamento, ya que los costos de transporte tanto de insumos como de ganado en pie son onerosos, haciendo que estos se vean reflejados en los precios del producto final.

Frente al tema de la calidad, es necesario establecer otros sistemas de comercialización que no sean los de ganado en pie, si no en canal, frente a esto se requiere de una mejor infraestructura de la empresa dedicada al sacrificio, en razón a que varios productores primarios manifestaban que cuando se hacia esta labor por parte de COFEMA, esta empresa si les pagaba de acuerdo al rendimiento y calidad de la carne del animal, teniendo en cuenta unos parámetros y esto les garantizaba un buen pago.

En los comercializadores que se ubican en torno a COFEMA, se pudieron identificar dos tipos de intermediarios, unos locales (en menor cantidad) y otros no locales. Los primeros se enfocan en la compra de animales como vacas de menor calidad para suplir las necesidades del mercado de las famas de Florencia y los segundos son colocadores por encargo de unos mayoristas a los cuales les deben cumplir con unas características específicas de calidad, donde el peso y edad son determinantes para abastecer las exigencias de mercados nacionales especializados.

Literatura citada

- Ángel, J. 2011 Modelo Práctico para la investigación social. Una metodología para el estudio de fenómenos políticos, jurídicos y culturales. Universidad Libre. Bogotá D.C.
- Buitrago, W. y Castillo, J. 2007. Comercializadora de ganado bovino en pie proveniente de San José del Guaviare y Monterrey Casanare hacia el centro del país con distribución en canal a almacenes de cadena ubicados en Bogotá. Tesis de grado, Facultad de Administración de

- Empresas Universidad de la Salle. Bogotá D.C.
- Caldentey, A., De Haro, T. (2004). Comercialización de Productos Agrarios. Quinta Edición. Editorial Agrícola Española. España. 347 p.
- COFEMA, (2014). Página Web. Recuperado en: <http://www.cofemacaqueta.com.co/v2/index.php?op=sec&view=12&sid=90caeebeada53b29c927a0adb811a9b9>
- Guarín, A. 2008. Carne de cuarta para consumidores de cuarta. Revista de Estudios Sociales No. 29. Disponible en: www.die-gdi.de/uploads/media/Guarin_Carne_de_cuarta.pdf.
- Informe FONAVI 2014, disponible en http://www.fenavi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2160&Itemid=556
- Mahecha, L., Gallego, L., Peláez F., 2002 (Junio). Situación actual de la ganadería de carne en Colombia y alternativas para impulsar su competitividad y sostenibilidad. Revista colombiana de ciencias pecuarias. Recuperado en : <http://rccp.udea.edu.co/index.php/ojs/article/viewFile/89/88>
- Orantes, M., Vilaboa, J. Ortega, E. y Córdova, V. 2010. Comportamiento de los comercializadores de ganado bovino en la región Centro del estado de Chiapas. Revista Quehacer Científico en Chiapas. Pág. 51-56. México.
- Román, H. Aguilera, R. Patraca, A. 2012. Producción y Comercialización de Ganado y Carne de Bovino en el Estado de Veracruz. Comité Nacional del Sistema Producto Bovinos Carne. México.
- Superintendencia de Industria y Comercio. Estudio sectorial carne bovina en Colombia 2009 - 2011. Disponible en : <http://www.sic.gov.co/drupal/masive/datos/estudios%20economicos/Documentos%20%20elaborados%20por%20la%20Delegatura%20de%20Protecci%C3%B3n%20de%20la%20Competencia/2011/Carne2012.pdf>. Fecha de consulta, marzo de 2015.
- Vargas, J., Restrepo, E., y Leal, A. 1999. "La Estructura de Comercialización y Sacrificio del Ganado Gordo en Colombia". CEGA-FEDEGAN.

Percepción de lectura del Programa de Administración de Empresas en la UNIGUAJIRA

Soledad Marina Zabaleta Montero^{1*}

Recibido 31 de marzo de 2016

Aceptado 11 de mayo de 2016

¹Administradora de empresas, docente Universidad de la Guajira

Resumen

Este artículo corresponde a una investigación básica y trata de identificar las diferencias existentes entre docente y estudiante acerca del uso de la lectura para el aprendizaje significativo de las asignaturas disciplinar del programa académico de administración de empresas de la Universidad de La Guajira, sede Villanueva; empleándose el diseño descriptivo transversal, con una población vinculada a la sede central de Riohacha con un número de 188 estudiantes en la actualidad y un número de docentes catedráticos de 27, de planta tiempo completo 2 con maestría y cursando doctorado, 6 ocasionales de tiempo completo de los cuales 1 tiene maestría y cursando doctorado y los demás cursando maestría. En el contexto y las condiciones concretas en las que se ha efectuado la investigación, se sostiene que existe diferencias en la valoración que hace docente y estudiante sobre el uso que se le da a las lecturas en las clases de las asignaturas del área disciplinar de administración de empresas.

Palabras clave: Percepción, lectura, administración de empresa.

Abstract

This paper corresponds to a basic research developed at the Universidad de La Guajira, Villanueva headquarters. It seeks to identify the differences between teachers and students about the use of reading to learn in a meaningful way the subject areas included in the Business Management Program. A cross-descriptive design was employed, with a population of 188 students at present time, 27 adjunct professors, one full-time teacher currently taking a Master, one full-time teacher currently taking a PhD, one full-time adjunct professor with a Master degree and taking a PhD, and four full-time adjunct professors currently taking a Master. In the context and the specific conditions under which this research was conducted, it is argued that there is a difference in the assessment made by teachers and students about the use that is given to the readings on the subject areas included in the Business Management Program.

Key words: Perception, reading, business management.

Introducción

Al desconocer la percepción del estudiante y docente sobre el uso de la lectura como estrategia pedagógica en el área disciplinar del programa académico de administración de empresas, tácitamente incide en la calidad académica por cuanto los ambientes educativos requiere estar centrados en la misión de formar profesionales altamente competitivos en un mercado donde la capacidad propositiva y creativa se fortalece con un buen desempeño de sus competencias comunicativas.

Es bien reconocido a nivel local y nacional, que gran parte de las deficiencias en los resultados de las pruebas SABER PRO de los estudiantes universitarios de la costa caribe y en especial del departamento de la Guajira está muy relacionado al déficit de la comprensión lectora que sigue teniendo la misma incidencia que en los inicios de la formación, especialmente en los niveles de comprensión inferencial y crítica; presumiéndose que esta deficiencia está relacionado con el bajo

rendimiento académico, o el aprendizaje de deficiente calidad por la que se caracteriza.

En este trabajo de investigación que lleva por título *Percepción de lectura del Programa de Administración de Empresas en la uniguajira* sede Villanueva, se busca establecer qué diferencias existen entre las percepciones del docente y estudiante con relación al uso que se les da a las lecturas como estrategia pedagógica para el aprendizaje significativo; considerándose que por lo menos uno de los principales factores que se relaciona con la deficiente calidad del aprendizaje de los estudiantes del ámbito de estudio es el bajo nivel de la comprensión en especial de la comprensión inferencial y crítica.

Desde el punto de vista formal este trabajo de investigación presenta las siguientes partes:

Para comenzar se hace referencia al Planteamiento del estudio, y en consecuencia trata sobre la descripción del problema, fundamentación y delimitación del problema, objetivos, justificación, limitaciones y clasificación de variables.

Luego, se trata sobre la metodología de la

*Autor para Correspondencia: soledadzab@hotmail.com

investigación, en la que se presenta la tipificación de la investigación, diseño de investigación, operacionalización de las variables, población y muestra, instrumentos de recolección de datos, las técnicas de recolección de datos y las técnicas de procesamiento de la información.

Finalmente, se presenta el trabajo de campo efectuado y el análisis de resultados con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

Metodología

Es un estudio que se centró a nivel descriptivos dentro del paradigma cuantitativo no experimental, transversal porque la autora sólo midió o evaluó la percepción ya existente en docentes y estudiantes sobre el uso de la lectura como estrategia pedagógica para el aprendizaje significativo en las asignaturas del área profesional en la universidad de la Guajira sede de Villanueva; es de corte transversal y analítico

Diseño que recolecta datos de un solo momento y en un tiempo único. El propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Tienen como objetivo evaluar valores de manera cuantitativa y prevista desde la racionalidad del investigador en una o más variables al obtener la apreciación de sus actores en un momento dado fruto de experiencia sobre el uso de la lectura como estrategia pedagógica para el aprendizaje significativo.

Población

59 Estudiantes y 4 docentes del área profesional activos en el programa académico de administración de empresas de la Universidad de la Guajira sede Villanueva.

Unidad de análisis

Docentes y estudiantes activos en el programa de administración de la universidad de la Guajira sede Villanueva

Muestra

Se cubrió al 100% de todos los 59 estudiantes que estaban cursando asignaturas del área profesional en el segundo semestre académico del año 2014 y todos los 4 docentes del área profesional que estaban desarrollando las asignaturas del área profesional del programa académico de administración de empresas de la universidad de la Guajira sede Villanueva en el segundo semestre calendario del 2014.

No se utiliza muestreo por cuanto se aplicará el instrumento a todos los estudiantes que estuvieron cursando asignaturas del área profesional, se seleccionaron porque están fácilmente disponibles, por estar la población cautiva como es el salón de clase; por tanto, la investigadora busca es concluir Naresh K. Malhotra (2004) de manera descriptiva las diversas variables presentes en el problema y selecciona como muestra a todos los estudiantes activos en el área profesional, considerando ser la más representativa, como criterio subjetivo y en función de la investigación ante la homogeneidad de los atributos, número de variables muy precisas y fácil de medir en los instrumentos como es una encuesta, por tanto se puede generalizar para esa población de referencia para el estudio y que al estar cautiva, no genera gastos de transporte a gran escala; determinando no ingresar los que no reunían los criterios de inclusión; por tanto su tamaño basado en criterios para conformar la muestra con el número máximo de cada grupo de estudiantes por grupo. Cook, T., Reichardt. (2005).

Variables

Conceptualización de las variables del estudio

a. El uso de la lectura para el aprendizaje significativo:

El aprendizaje significativo a obtener desde la lectura crítica es una disposición, una inclinación de la persona a tratar de llegar al sentido profundo del texto, a las ideas subyacentes, a los fundamentos y razonamientos y a la ideología implícita, para considerar explicaciones alternativas y a no dar nada por sentado cuando podría ser razonable ponerlo en duda Cassany (2009), y guiado por el docente como mediadora del proceso de aprendizaje del estudiante.

Es el valor que ambos actores del acto educativo desarrollan, comparten, evidencian y se contextualiza del tema participando en la clase y respondiendo al debate en el aula de clase.

La lectura y la escritura deben ser consideradas macrohabilidades lingüístico-cognitivas que no involucran únicamente la decodificación de grafías y su adecuada pronunciación o reproducción. Actividades que exigen al ser humano la necesidad de comprender lo que se lee o, en otras palabras, de tener la capacidad de reconstruir el significado general del texto y de organizar sus ideas para plasmarlas de manera escrita dando el sentido; lleva al lector a tener en

cuenta las normas convencionales de la lengua, a entender que el texto escrito tiene, además, intención de comunicar las ideas, los pensamientos y sentimientos de quien escribe. Esta variable, se abordó desde las habilidades cognitivas que se desarrollan y a la vez, con los criterios que se asumen para ser valoradas.

b. Características de las Competencias Lectoras: Habilidades que se desarrollan con la lectura cotidiana desde la comprensión literal, habilidad de reorganizar información del tema, comprensión inferencial, reflexión sobre el contenido frente a otras fuentes, evaluar afirmaciones y reconocer la calidad de los efectos psicológicos y estéticos que genera la lectura. Son habilidades que se potencia desde el preescolar y van asumiendo niveles de formación en sus competencias lectoras, de tal manera que se convierta en la capacidad de emitir su pensamiento basado en un proceso de razonamiento lógico y heurístico.

c. Fines del uso de la lectura: A nivel de educación superior, el adulto joven o adolescente, debe desarrollar su capacidad de lectura crítica y reflexiva, el cual requiere que la pedagogía en este nivel de formación sea una herramienta básica para generar pensamiento divergente. La Lectura Crítica hace referencia a una lectura cuidadosa, activa, reflexiva y analítica. Arizaga, *et al.*, (2009). El pensamiento crítico implica reflexionar sobre la validez de lo que se ha leído a la luz del conocimiento y la comprensión del mundo que previamente se tienen Kurland Daniel (2003).

d. Praxis lectora: Serrano de Moreno, S. y Madrid de Forero, A. (2007) afirma que la lectura es la forma más importante de adquisición de saberes. Implica

un proceso interactivo que depende de varios factores: los datos proporcionados por el propio texto, los conocimientos previos del lector y del entrenamiento de las habilidades lectoras mediado por el educador (Arredondo, 2000).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizará una encuesta que tiene preguntas en orden secuencial a los objetivos específicos; y organizado con preguntas de opción múltiple tipo Likert y otras que son de respuestas de opción dicotómicas.

La escala tipo Likert o método de evaluaciones sumarias, requiere que sus preguntas sean inductoras de respuestas puntuales entre opciones de valoración determinadas por el investigador dado en: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo, No aplicable.

Las preguntas con opción de respuesta dicotómica, son SI, NO; en este sentido, el cuestionario retoma este tipo de opciones para el último objetivo específico.

Se aplicó el mismo instrumento a docentes y estudiantes con el fin de analizar la intencionalidad de uso de lecturas en los procesos de formación a nivel del Programa de Administración de empresas de la universidad de la guajira sede Villanueva.

Rigor científico

La veracidad, para tener la validez interna y externa Se tuvo en cuenta la consideración dada por el Doctor ¿a quién?

Para obtener la validez externa Palella, S. y Martins, F. (2012) se hizo prueba piloto para considerar la claridad del instrumento en estudiantes del mismo programa en la sede de Riohacha y en la Universidad Popular del Cesar

Tabla 1. Objetivos específicos y tipo de pregunta, aplicado a docentes y estudiantes del Programa de Administración de empresas de la universidad de la guajira sede Villanueva.

Objetivo específico	Tipo de pregunta con respuesta	
	Tipo Likert	Dicotómica
Determinar la percepción del estudiante y docentes sobre el uso de la lectura para el aprendizaje significativo	x	
Analizar el reconocimiento del docente y estudiante sobre las características de las competencias lectoras	x	
Identificar las experiencias académicas relacionado con la lectura en sus procesos formativos	x	
Determinar la percepción de los docentes y estudiantes sobre los mecanismos que se utiliza para desarrollar la praxis lectora		x

Fuente: elaboración propia.

para valorar universalidad de las preguntas; y en ambas partes se hizo dos aplicaciones en tiempos diferentes pero consecutivos. (Técnica Test. Retest) Chávez, Nidia (1994); y obtener la consistencia para obtener confiabilidad; para la neutralidad en función de obtener la objetividad, neutralidad e imparcialidad, se determinó con la aplicación del mismo con encuestador que no fuera conocido por los informantes pero también que no registraran su nombre y sugiriéndoles la mejor sinceridad y responsabilidad para seleccionar la respuesta correcta sin ser tendencioso en sus respuestas, ni inducido por el encuestador, ni presionando por el tiempo. García (2011).

Organización y procesamiento de datos

El análisis propuesto para este estudio se realizó la descripción mediante la frecuencia absoluta y relativa en porcentajes.

El proceso de razonamiento lógico deductivo, se procesó de la siguiente manera:

- a. Se Interpretó por separado la opinión global del estudiante y del docente del área profesional del programa académico de administración de la Universidad de la Guajira, sede Villanueva por cada subcategoría.
- b. Se analizó las interpretaciones de cada subvariable de manera complementaria en docente y estudiante.
- c. Se concluyó comparando el análisis de todas las subvariables que conforman cada variable.
- d. Se retomaron todas las conclusiones y se generaliza para hacer las respectivas recomendaciones.

Resultados y discusión

Los indicadores que evalúan la subvariable señalan factores que afectan la comprensión lectora según los estudiantes. Esto está mayormente afectado por la falta de motivación o interés, por el vocabulario limitado y por Problemas de decodificación (leen sin fluidez, es decir sin velocidad adecuada y sin precisión).

Los docentes reconocen que a los estudiantes cuando no logran la comprensión lectora necesaria es porque su vocabulario es limitado; llama la atención que la mitad de los docentes reconocen que los problemas de decodificación también están presentes en los estudiantes.

Más del 60% de los estudiantes, reconocen que los

factores externos que afectan en el rendimiento de una lectura en el examen está dado por la fatiga que les genera el periodo de espera entre la hora de conformación de la mesa de examen y la hora en que le toca rendirlo; al igual que por las características inapropiadas del lugar de examen o evaluación (bulliciosas, ruidosas, con luz inapropiada, con lugar inadecuado).

El 50% de los docentes reconoce que los factores que afectan el rendimiento de los alumnos son por las características inapropiadas del lugar de examen o evaluación como lo dicen los estudiantes. No existen dificultades relacionadas a la calidad del texto con relación a la organización de la información.

El 49% y 51% de los estudiantes informantes reconocen que el docente utiliza cuestionarios con preguntas literales que requieren respuestas sobre información presente en el texto y también con preguntas inferencial que requieren de respuestas que no están en el texto de la evaluación.

Los docentes afirman homogéneamente que el estilo de pregunta que hacen en las evaluaciones escritas son de tipo inferencial y literal de manera indistinta.

Los docentes afirman que el tipo de cuestionario que mayormente hacen para las evaluaciones es totalmente abiertos más que de opción múltiple o de ambas maneras.

Los estudiantes reconocen que el tipo de cuestionario que realizan los docentes para sus evaluaciones es mayormente abierto y de opción múltiple.

El 45,8% de los estudiantes dicen que observan dificultades en ambos tipos de preguntas (literal e inferencial); que a las de opción múltiple

Los docentes afirman que al estudiante se le dificulta en las respuestas a preguntas literales o también en ambos tipos de cuestionario literal o inferencial.

Menos de la mitad de los estudiantes, reconocieron que la producción de escritos es baja, como por ejemplo la elaboración de informes, la elaboración de resúmenes, la elaboración de síntesis, la elaboración de monografías, la elaboración de un trabajo del tipo de los que se presentan en congresos o eventos afines y la elaboración de trabajos del tipo de los que se envían para su publicación a revistas especializadas; aquí descansa la razón por la que el desarrollo de habilidades cognitivas en los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad de la Guajira sede

Villanueva es tan pobre; porque al no ejercitar el pensamiento, el razonamiento lógico, la coherencia del texto, pues no tiene el estudiante razón alguna para leer, ampliar fronteras del conocimiento, limitándose por tanto al hacer.

Menos del 50% de los estudiantes reconocen que alcanzan mejores desempeños en el discurso escrito que el oral que es aún menos reconocido como habilidad alcanzada; en tanto que más del 50% de los estudiantes dicen no tener problemas en las habilidades lectoescrituras y un quintal dicen que si tienen problemas en las competencias lecto escritura.

El 75% de los docentes reconocen que los estudiantes tienen mejor desempeño oral como escrito y que al igual también se presentan problemas en ambos tipos de desempeño comunicativo.

Tan sólo un 38% como máximo de los estudiantes informantes en el estudio y pertenecientes al área profesional del plan de estudios del programa académico de administración de empresas, reconocen que su habilidades lecto-escrituras alcanzadas son en el desempeño escrito y menos en la oralidad y lo que es grave aún que el 37 % de ellos dicen no tener problemas en el desempeño oral ni escrito y el 19% reconoce que en ambos desempeños tienen dificultades. Significa la gran debilidad y el reto para la universidad de responder a la sociedad con la formación de profesionales situados, emprendedores y que lideren el desarrollo de local con mayor pertinencia, pertenencia, consecuencia y congruencia en los procesos de participación pública. Siendo más grave aún que sus docentes no reconocen esta debilidad en sus estudiantes.

Al aprender a leer desde la lectura discursiva académica e impuesta, no desarrollan habilidades de lectura para la vida porque no se es analítico, crítico e intencional frente a una realidad de ser buen lector que requiere contar con una aproximación teórica coherente acerca de la forma como construimos significados del mundo exterior, de tal manera que esta dimensión dialógica se disminuye la distancia entre el lector y el texto. Existen también conexiones discursivas como las conjunciones que garantizan la coherencia y cohesión en el discurso.

Una educación centrada en la persona y en el aprendizaje, debe tener en cuenta los procesos cognitivos diversos de sus estudiantes, la cultura que la caracteriza e influye en el hábito de la lectura, en el significado que le da al contenido de

la lectura y algunos aspectos motivacionales, como al espíritu competitivo entre compañeros.

Integrar e interpretar supone procesar lo que se lee para darle sentido interno a un texto; Interpretar se refiere al proceso de construir el significado a partir de algo que no se ha mencionado en el texto.

Cuando un lector interpreta, está identificando los supuestos o insinuaciones que subyacen a todo o a parte del texto; esta aproximación al texto involucra una amplia variedad de actividades cognitivas.

Integrar se centra en demostrar que se comprende la coherencia del texto; reconocer la coherencia local entre dos oraciones adyacentes, hasta comprender la relación entre varios párrafos, o reconocer las relaciones existentes entre múltiples textos. En cada caso, integrar supone conectar varios fragmentos de información para construir significado, ya sea identificando similitudes y diferencias, realizando comparaciones de nivel o comprendiendo las relaciones causa-efecto.

Tanto la interpretación como la integración son necesarias para desarrollar una comprensión global; un lector debe considerar el texto como un todo o desde una perspectiva general porque los estudiantes pueden demostrar una comprensión inicial al identificar el tema o mensaje principal, o el propósito general o uso del texto; donde las tareas se incluyen aquellas que requieren que el lector seleccione o invente un título o una conclusión para el texto, que explique el orden de instrucciones sencillas o que identifique las principales dimensiones de un gráfico o tabla.

La educación centrada en la persona es aquella que posee una visión humanizadora, que valoriza y abarca al ser humano en su totalidad, como ya lo he dicho antes, un ser pensante, cambiante y lleno de muchos aspectos, como virtudes, capacidades, ente otros; que dentro del proceso de enseñanza aprendizaje, ha de verse como el ser que ha de forjarse para la vida y en quien hay que depositar plena confianza, en que será el eje clave de todo el proceso, quien con ayuda del docente será la sabiduría desde sus experiencias y posibilidades, porque por el hecho mismo de ser humano, cambiante y capaz de pensar, puede forjar su propio conocimiento, construyendo más que eso su destino.

Un ser íntegro en quien hay que fortalecer todo lo positivo a manera de que se sienta capaz de lograr todo lo que se proponga. (Rodríguez y Vieira, 2009).

El objetivo de la educación ha cambiado su énfasis

ya no se centra exclusivamente en la recopilación y memorización de información, sino incluye un concepto más amplio del conocimiento: "Saber ya no significa ser capaz de recordar información, sino ser capaz de encontrarla y utilizarla" (Simón, 1996).

La capacidad para acceder, comprender y reflexionar sobre cualquier tipo de información es fundamental para que las personas puedan participar plenamente en nuestra sociedad basada en el conocimiento.

Conclusión

La lectura y la escritura son procesos cognitivos que requiere del docente, promover el uso de estrategias cognitivas y metacognitivas en los estudiantes para que sea el estudiante el que de una visión crítica a los temas de formación disciplinar y el docente con la reflexión guiada, favorezca en el estudiante el desarrollo de habilidades reflexivas y propositivas.

En tal sentido, la lectura es uno de los procesos más importantes a seguir para llevar a cabo con éxito cualquier tipo de estudio. La eficacia de la lectura depende del reconocimiento de la necesidad de conocimientos y de la motivación

Actualmente las competencias profesionales de los docentes, principalmente referidas a la preparación de la enseñanza y a la organización del trabajo en el aula, son factores importantes que inciden en los aprendizajes y logros de los estudiantes; significa que las prácticas de evaluación de la docencia se convierten en ejes primordiales para toda institución educativa, puesto que permitirán realizar diagnósticos y valoraciones que favorezcan la construcción de acciones clave para la mejora de la función docente y, por tanto, de la calidad de la enseñanza y la formación de los estudiantes.

Comenzar el camino de interrogación de la práctica, un camino en el cual actividades como la transcripción mecánica, el dictado, las consignas de escribir un único y posible texto, la costumbre de corregir solamente los aspectos formales de la producción escrita, y otras prácticas evaluativas, se toman en consideración para preguntarse qué conceptos sobre la escritura subyacen a esas prácticas, cómo reconocer lo que es y lo que no es significativo para los estudiantes, cómo ajustar estas prácticas para mejorarlas y lograr mejores aprendizajes.

Al comparar ambas respuestas dadas entre

docentes y estudiantes, se observa divergencia en su sentido como tal; es decir que es más notoria la sensibilidad del estudiante en cuanto a sus debilidades que vistas desde el docente; el valor del estudio radica en que además arrojó una información valiosísima por cuanto denotan más y mejor sus debilidades y amenazas los estudiantes que el mismo docente en quien descansa la formación de profesionales situados y la transformación de la cultura local por ser más científica.

Literatura citada

- Arizaga, R. (2009). Seminario Internacional: "Modelos pedagógicos: Pedagogía crítica". Instituto de Pedagogía Popular. Lima: Fargraf S.R.L.
- Arredondo, C. (2000). Programa para el desarrollo del pensamiento y las competencias comunicativas.
- Cassany, D. (2009). Para ser letrados. Voces y miradas sobre la lectura. España: Paidós Ibérica S. A
- Chávez, N. (1994). Introducción a la investigación. Maracaibo. Ediciones de la autora.
- Cock, T. (2005). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. Madrid: Morata.
- García, C. (2011). Delimitación conceptual del principio de objetividad: objetividad, neutralidad e imparcialidad. Documentación administrativa n° 289.
- Kurland, D. (2003). Critical Reading Vs Critical Thinking. Eduteka.
- Naresh, K. (2004). Investigación de mercados. Pearson education.
- Parella, S., & Martins, F. (2012). Metodología de la Investigación Cuantitativa. 3ª ed. Venezuela: FEDUPEL.
- Rodríguez, E., & Vieira, A. (2009). La formación en competencias en la universidad: un estudio empírico sobre su tipología.
- Serrano, M., & Madrid, F. (2007). Competencias de lectura crítica. Una propuesta de reflexión para la teoría y la práctica. Universidad de los Andes.
- Simón, H. (1996). "Observations on the sciences of science learning". Documento elaborado para el Committee on Developments in the Science of Learning for the Sciences of Science learning: An Interdisciplinary Discussion. Carnegie Mellon University.

Potencial agroindustrial de frutas amazónicas del departamento del Caquetá: caso arazá

Irma Rubiela Nastur^{1*}

Anuar Alexis Benavides²

Andrés Lorenzo Barrera Silva³

Yelly Yamparli Pardo Rozo⁴

Recibido 09 de mayo de 2016

Aceptado 20 de junio de 2016

^{1,2,3}Estudiante Administración de Empresas, Universidad de la Amazonia

⁴Docente, Universidad de la Amazonia

Facultad de ciencias contables, económicas y administrativas, Universidad de la Amazonia.

Resumen

El departamento del Caquetá es parte de la región amazónica, la cual se conoce por ser las más ricas en diversidad biológica a nivel mundial. Además presenta un gran potencial en la obtención de productos de alto valor agregado a partir de los frutos amazónicos. Este estudio incluye la revisión de la locación geográfica, las frutas amazónicas cultivadas en el departamento y su potencial agroindustrial en la obtención de compuestos bioactivos. El caso considerado durante el desarrollo de la investigación fue la fruta arazá (*Eugenia stipitata*). De esta fruta amazónica se incluyen los factores claves susceptibles a potenciar su comercialización tanto en mercados nacionales como internacionales. Finalmente, se encontró que entre las principales ventajas de las frutas amazónicas cultivadas en el departamento del Caquetá se encuentran su potencial antioxidante, su disponibilidad y se plantean algunas estrategias de transformación del fruto.

Palabras claves: Arazá, Caquetá, *Eugenia stipitata*, Potencial antioxidante

Abstract

Caquetá is part of the Amazon region, which is known to be the richest in biodiversity worldwide. Besides presenting great potential in the development of new products with high added value from their Amazonian fruits. This study includes a review of the geographical location, Amazonian fruits cultivated in the department and its agribusiness potential and their potential to get bioactive compounds. The case considered during the development of the research was the arazá fruit (*Eugenia stipitata*). In this Amazon fruit key factors likely to boost marketing in both domestic and international markets are included. Finally, it was found that among the main advantages of Amazonian fruits cultivated in the department of Caqueta are its antioxidant potential, availability and some fruit transformation strategies arise.

Keys word: Arazá, Antioxidant activity, Caquetá, *Eugenia stipitata*.

Introducción

La región amazónica se encuentra estimada en un área de 7.989.004 Km², de los cuales Colombia posee un 5,5% del área total. Esta equivalencia representa un área de 413,000 km², lo cual es igual al 36% del territorio nacional. La amazonia colombiana se encuentra concentrada en departamentos como Putumayo, Caquetá (Figura 1) y Amazonas. y las principales características de estos departamentos son amplias áreas forestales, abundantes fuentes hídricas y biológicas (Córdoba *et al.*, 2013).

Una de las principales problemáticas que enfrenta el departamento del Caquetá es el predominio de pasturas extensivas con fines de ganadería. Del total tierra dedicada a la actividad agropecuaria del departamento, aproximadamente el 32% del total es dedicada a pasturas extensivas con fines

ganaderos, este porcentaje representa alrededor de 2,800,000 ha (Pardo-Locarno, Pava, Villota, Villanueva, & Bahamón, 2011).

Por ejemplo, en el Plan de Desarrollo de Florencia

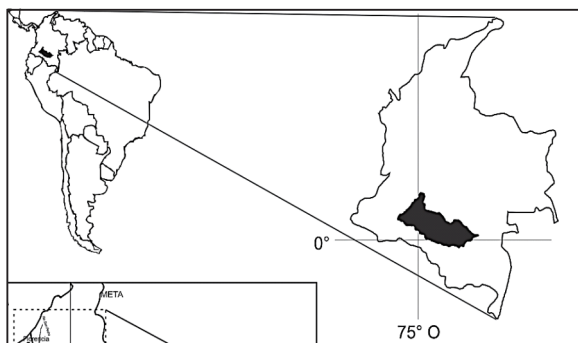


Figura 1: Ubicación geográfica del departamento del Caquetá. Adaptado de Huaz *et al* (Enrique, Huaz, Botánico, De, & Centro, 2010)

*Autor para Correspondencia: i.nastur9090@gmail.com

(2012-2015) se indica que los cultivos anuales y transitorios representativos para la economía son en esencia café, cacao, plátano, piña, arazá, heliconias, yuca, maíz, donde la actividad agrícola sólo ocupa el 2,23% y se concentra en actividades de pancoger, donde la producción agrícola por lo general es de subsistencia debido al bajo nivel tecnológico, agronómico y de baja rentabilidad; además, el mercadeo de los productos se realiza con intermediarios de los municipios, con precios fluctuantes según el comportamiento de la oferta y la demanda, donde urge el desarrollo agroindustrial, generador de valor agregado en materia de estandarización de los productos, embalaje y procesos de distribución y comercialización eficientes.

De acuerdo con Ríos *et al.*, (2012) en el Plan estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del departamento del Caquetá, los frutales y hortalizas amazónicas forma parte de las apuestas productivas identificadas para el departamento, son un escenario estratégico dentro de los ejes temático de ambiente, biodiversidad y desarrollo rural, competitividad, productividad e innovación; escenario factible a un 38,3%, una vez se logre consolidar sistemas sostenibles de producción de las principales cadenas productivas, conformando clúster, apoyado por el fortalecimiento del sistema educativo regional para el departamento.

Esta problemática ocasiona pérdida de servicios ecosistémicos y consecuentemente bajos indicadores productivos de las actividades implantadas. Este fenómeno nos muestra la necesidad de encontrar nuevos modelos productivos en la región capaces de generar ingresos a nuestros campesinos y a la vez evitar que impacten de manera negativa en la región amazónica.

Productos de alto valor agregado obtenidos a partir de frutas

Ingredientes activos incluyen todos los materiales que pueden ser extraídos de la naturaleza (plantas y animales), para ser empleados en diferentes campos. Estos productos gozan de gran demanda en diversos campos. Entre los principales se encuentran los campos de alimentos, cosméticos y farmacéutica. La principal razón de su potencial valor comercial de los ingredientes activos son los beneficios asociados a su consumo (Ottens, 1998). De la gran cantidad de compuestos que pueden ser extraídos de las frutas, los compuestos fenólicos

son los más importantes, debido a que estos son los encargados de conferir el poder antioxidantes en las frutas y vegetales. En la Tabla 1, se muestran los diversos ingredientes activos que presenta potencial a nivel industrial. Dentro de los ingredientes mencionados se encuentran los flavonoides, los cuales se encuentran presentes en gran cantidad en el arazá (Activity *et al.*, 2015). Este compuesto pueden ser extraídos a partir de la fruta utilizando diversos métodos de extracción tales como fluidos supercríticos, prensado, o solventes (Cerón, Cardona, & Toro, 2012) (Ayala-Zavala *et al.*, 2011). De las mencionadas con anterioridad, la extracción con fluidos supercríticos permite conservar las características de los compuestos originales en mejor calidad, comparadas con las otras técnicas existentes (Veggi, Cavalcanti, & Meireles, 2014).

Importancia de los compuestos fenólicos

La contaminación, los farmacos, el estrés y el humo del cigarrillo, entre otros, aumentan la exposición de nuestro organismo a los daños ocasionados por los radicales libres. Los radicales libres pueden oxidar proteínas, lípidos y el ADN (Lizcano, Bakkali, Begoña Ruiz-Larrea, & Ignacio Ruiz-Sanz, 2010). Además son capaces de afectar la estructura y la función de las células sanas en el cuerpo, provocando mutaciones que pueden alterar su funcionamiento y provocar enfermedades degenerativas tales como el cáncer (Makris, Boskou, & Andrikopoulos, 2007). Estos radicales libres han sido relacionados como patogénesis de por lo menos cincuenta enfermedades. Entre las principales se encuentran diferentes tipos de cáncer, enfermedades del corazón, diabetes, procesos inflamatorios, enfermedades neurodegenerativas y la

Tabla 1. Ingredientes activos con uso potencial a nivel industrial

Categorías	Compuestos	Fuente
Antioxidantes	Polifenoles B-caroteno	Tea, arazá Papaya
Colorantes	Antocianinas Xanthophyll	Uvas Cascara de naranja
Saborizantes	Aceites esenciales	Cítricos
Emulsificantes y estabilizantes	Lecitinas Aloe	Canola Aloe
Fragancias	Aceites esenciales	Rosas
Aceites y ácidos grasos	Aceites	Girasol

Fuente: Adaptado de Harjo *et al.*, 2004 y Cerón *et al.*, 2013.

disminución del sistema inmunológico y disfunción cerebral (Cerón, 2013). Los compuestos fenólicos tienen la capacidad de proteger las células contra el daño provocado por los radicales libres. En otras palabras, estos compuestos atacan los radicales libres, disminuyendo su capacidad de degradar las células del cuerpo. En base a lo anterior, la ingesta de cantidades significativas de alimentos ricos en este tipo de estos compuestos es de gran relevancia para lograr la disminución las enfermedades asociadas a los radicales libres (Mark, *et al.*, 1998).

Las plantas son fuentes de compuestos fenólicos son los principales responsables de la capacidad antioxidantes en frutas y verduras (Zanatta & Mercadante, 2007). Se conoce que el fruta de arazá contiene considerables cantidades de compuestos fenólicos (Activity *et al.*, 2015). La extracción de estos compuestos presenta un alto potencial debido su demanda en el mercado. A nivel comercial los precios de venta de estos compuestos estabilizados en el mercado son relativamente altos. En la Tabla 2, se muestran los precios de venta a nivel internacional de diferentes extractos de frutas y verduras. Como se puede observar, los precios de comercialización de los diversos compuestos se encuentran entre 240 y 25 USD/kg. Teniendo en cuenta estos precios de comercialización surge la posibilidad de poder comercializar los extractos de arazá. De esta manera se puede obtener un producto de alto valor comercial, lo cual tendría una fuerte influencia sobre los agricultores productores de esta fruta en el departamento del Caquetá.

Tabla 2. Precios de los productos empleados durante la evaluación económica

Extracto	Unidades	Precio (USD/kg)	Referencia
Arándano (polvo)	USD/kg	240	(Phyto Nutraceutical, 2015)
Papaya	USD/kg	60	
Fresa	USD/kg	40	
Brócoli	USD/kg	45	
Naranja	USD/kg	40	
Piña	USD/kg	25	
Espinaca	USD/kg	100	
Acaí	USD/kg	30	

Producción de arazá (Eugenia stipitata) en el departamento del Caquetá

Arazá (*Eugenia stipitata*) es una planta perteneciente a la familia de las Myrtaceae también conocida como guayaba amazónica es cultivada principalmente en la región amazónica

de Perú y Colombia. Además se cultiva en países como Bolivia, Costa Rica y Ecuador (Franco & Shibamoto, 2000). En Colombia, la fruta de arazá no se produce en grandes volúmenes, en cambio, el fruto es cultivado por pequeños productores. Estos productores se encuentran establecidos en los departamentos de Caquetá, Putumayo y Amazonas, Boyacá (Figura 2). En su gran mayoría, estos cultivos son producidos en pequeñas parcelas y con poca tecnificación. En busca de obtener mayores volúmenes de producción de esta fruta, se necesitaría implementar programas de tecnificación que ayuden al agricultor a obtener un mayor rendimiento del cultivo. Además, de garantizar un precio de venta del fruto justo a los agricultores, lo cual incentive la producción de este fruto a nivel nacional.

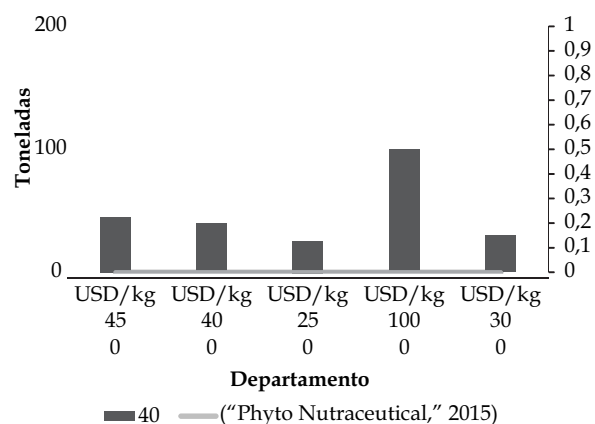


Figura 2. Producción nacional de arazá por departamento del año 2013. Fuente Agronet (Agronet, 2014).

El árbol de arazá es un arbusto o árbol pequeño de 1,5 - 5 m de altura, follaje denso y copa redondeada. Este arbusto crece en regiones que poseen humedades relativas cercanas al 80% y un promedio de temperatura de 26°C además de precipitaciones anuales entre 2000 - 2800 milímetros. El tipo de suelo en el que crece la fruta son suelos fértiles y con buen drenaje, No obstante, el árbol de arazá puede tolerar tierras áridas y suelos infértiles (Orduz R & Rangel M, 2002). El fruto de arazá es una baya esférica achatada, que mide 3-5 cm de largo y 4-7 cm de diámetro, y su peso se encuentra entre 20-50 g, La pulpa es principalmente empleada en la fabricación de jugos, yogures, y néctares. La fruta es altamente perecedera y se recomienda no almacenar por largos periodos de tiempo debido a su corta vida de anaquel (Narváez-cuenca, 2008).

La composición química de la pulpa de arazá se

muestra en la Tabla 3, la caracterización reportada por (Rogez et al., 2004) muestra un alto contenido de azúcares, seguido por un alto contenido de fibra, proteína y cenizas.

Tabla 3. Composición química de la pulpa de arazá.

Componente	Porcentaje (%)
Proteína	11,9 ± 0,5
Azúcar	49,2 ± 8,9
Fibra dietaria	39 ± 4,3
Cenizas	4,0 ± 0,1

Fuente: (Rogez et al., 2004)

La fracción de azúcares en la pulpa de arazá se encuentra compuesta por fructosa, sacarosa, y glucosa en porcentajes de 62,5 %, 31,7 % y 5,7% respectivamente. Los principales aminoácidos que componen la fracción proteica están compuestas por Glutamina, seguido Asparagina, alanina, leucina, lisina, arginina, fenilalanina, isoleucina, prolina entre otros (Rogez et al., 2004). Además es una buena fuente de vitamina A, vitamina B1 y vitamina C con valores de 7,75, 8,84 y 7,7 miligramos por cada 100 gramos de pulpa seca (Orduz R & Rangel M, 2002).

La pulpa de arazá es empleada en la medicina popular debido a sus propiedades antihipertensiva, analgésico además de consumirla debido a sus beneficios asociados al tránsito intestinal lento (De Souza et al., 2011)(Lizcano et al., 2010). La fruta de arazá es considerada como una buena fuente de compuestos fenólicos con propiedades antioxidantes (Neri-Numa et al., 2013), reporta información del contenido total de compuestos fenólicos, la actividad anti-radical, el contenido de flavonoides y el contenido de ácido ascórbico. Los valores de compuestos fenólicos totales son reportados en equivalente de ácido gálico (GAE, por sus siglas en inglés). Los datos se encuentran reportado en la Tabla 4.

Tabla 4. Compuestos fenólicos de arazá

Compuestos fenolicos totales mg GAE/ g	184,08 ± 8,25
Contenido de Vitamin C µg Ascorbic acid/ml of extract	11,34 ± 0,17
Actividad antiradical µg Trolox/ ml of extract	0,69 ± 0,23
Flavonoides	
Myricetin [mg/100 g]	17,00 ± 0,50
Quercetin [mg/100 g]	5,16 ± 1,40
Kaempferol [mg/100 g]	3,70 ± 3,30

Fuente: Neri-Numa et al., 2013.

Como parte de la cadena de vinculación con el mercado y dentro de un marco de apropiación tecnológica, la sostenibilidad de la producción agroindustrial frutícola de la Amazonía dependerá, en gran medida, del correcto aprovechamiento de los recursos y del empleo y la sostenibilidad ecológica de las especies silvestres al ser introducidas a cultivo o a la producción en sistemas consorciados multicultivo. Este proceso deberá asimismo comprender elementos de prospección de mercados incluyendo el mercadeo de frutas frescas y/o procesadas no tradicionales en nuevos destinos nacionales e internacionales. (Proyecto Fao/GCP/RLA/128/NET, 2016)

En la Tabla 5 se muestra información acerca de la industria dedicada a la transformación del fruto de arazá. Las empresas se encuentran localizadas en la ciudad de Florencia, Caquetá. Ambas empresas transforman el fruto para producir diversos productos que presentan un mayor valor comercial. Entre los principales productos que comercializan se encuentran mermeladas, galletas, dulces, y salsas. En el caso de Mukatri, la cual es dirigida por Gamaliel Álvarez y Gloria Elcy Hurtado, es una muestra de la posibilidad de darle un valor comercial considerable a este tipo de frutos. Esta empresa ha merecido el reconocimiento de diversos premios a nivel nacional, como el caso de BIOEXPO Colombia 2015 y de contar con el apoyo continúa de Corpoamazonia.

Tabla 5. Empresas involucradas en la transformación de Arazá

Empresa	Nombre de la industria	Presentación Arazá
Alimentos Mukatri (Colombia)		Mermelada
		Galletas
		Dulces
		Salsa agridulce
		Sala picante
Chagra Maguare		Dulces Salsas

Fuente: Mukatri y Chagra Maguare

La mayor parte de las empresas aprovechan los picos altos de producción durante las cosechas para aprovisionarse de la materia prima con la que trabajan en épocas de escasez. Sin embargo Mukatri y Agrocomercial del Caquetá se encuentran produciendo pulpa de arazá para comercializar. La primera maquila a la comercializadora Tradiciones Colombianas Ltda. Quien a su vez vende bajo su marca propia en carrefour de la calle 80 en Bogotá, mientras Agrocomercial elabora y comercializa la pulpa a

nivel local, a empresas transformadoras como mukatri, en temporadas de cosecha, aunque con volúmenes no muy elevados. (Gonzales, 2007)

Conclusión

Considerando el potencial fisicoquímico que tiene el fruto del arazá, es necesario implementar iniciativas que potencialicen la producción del fruto en el departamento del Caquetá. Los compuestos fenólicos obtenidos de frutas amazónicas poseen gran aceptación entre los consumidores, debido a sus beneficios sobre la salud.

De este modo, la extracción de polifenoles del fruto de arazá tiene un gran potencial en el departamento, debido a que no se encuentran empresas que comercialicen este tipo de compuestos tanto a nivel nacional como departamental. Además, la región cuenta con gran disponibilidad del fruto y, considerando que los extractos ricos en compuestos fenólicos, tienen un alto precio comercial, es posible la creación de empresas capaces de extraer y comercializar el extracto de arazá.

Además el Caquetá cuenta con diversos estudios, uno de ellos es el "Sondeo de Mercado para Productos Elaborados a Partir de Frutales en la Amazonia Colombiana", elaborado por el Instituto Alexander von Humboldt y CORPOAMAZONIA, que presentan información acerca del sector de frutos amazónicos, analiza la oferta, demanda local y nacional, identifica todos los canales de comercialización, cómo se genera y el mantenimiento de todos los productos amazónicos, además del debido manejo de los precios, plazas y promoción; así mismo el tipo de estrategias de promoción y publicidad que emplean las diferentes empresas.

Literatura citada

Activity, A., Fruit, A., Garzo, G. A., Narva, C., Kopec, R. E., Barry, A. M., ... Schwartz, S. J. (2015). Determination of Carotenoids, Total Phenolic Content, and Antioxidant Activity of Arazá (*Eugenia stipitata* McVaugh), an Amazonian Fruit.

Agronet. (2014). No Title. Retrieved from <http://www.agronet.gov.co/agronetweb1/Estadísticas.aspx>

Ayala-Zavala, J. F., Vega-Vega, V., Rosas-Domínguez, C., Palafox-Carlos, H., Villa-

Rodriguez, J. a., Siddiqui, M. W., ... González-Aguilar, G. a. (2011). Agro-industrial potential of exotic fruit byproducts as a source of food additives. *Food Research International*, 44(7), 1 8 6 6 - 1 8 7 4 . <http://doi.org/10.1016/j.foodres.2011.02.021>

Cerón, I. (2013). Design and Evaluation of Processes to Obtain Antioxidant-Rich Extracts from tropical fruits cultivated in Amazon , Caldas and Northern Tolima Regions.

Cerón, I. X., Cardona, C. A., & Toro, L. A. (2012). Simulación del proceso de concentración de aceite esencial de Cidrón (*Lippia citriodora*) por destilación molecular de película descendente Simulation of the concentration process of *Lippia citriodora* (Cidrón) essential oil using falling - film molecul, 120(1), 107-120.

Córdoba, E. A., Viviana, Á., León, J., Bonilla-castillo, C. A., Junior, M. P., Peláez, M., & Duponchelle, F. (2013). Breeding , growth and exploitation of *Brachyplatystoma rousseauxii* Castelnau , 1855 in the Caqueta River , Colombia, 11(3), 637-647.

De Souza, L., Damé, L. F., Hörnke, G., Ziemann, M., Regina, A., & Araújo, M. (2011). Evaluación de la actividad bactericida de aceites esenciales de hojas de guayabo , pitango y arazá Evaluation of the bactericidal action of essential oils from guava , Surinam cherry and strawberry guava. *Revista Cubana de Plantas Medicinales*, 16(4), 324-330.

Enrique, H., Huaz, F., Botánico, J., De, U., & Centro, S. (2010). COREGUAJE EN LA AMAZONÍA COLOMBIANA Plants used by a Coreguaje indigenous community in the Colombian Amazon, 32(1), 1-20.

Franco, M. R. B., & Shibamoto, T. (2000). Volatile Composition of Some Brazilian Fruits : Umbu- caja (*Spondias citherea*), Camu-camu (*Myrciaria dubia*), Arac (*Eugenia stipitata*), and Cupuac , u (*Theobroma grandiflorum*). *J. Agric. Food Chem*, 48, 1263-1265.

Harjo, B., Wibowo, C., & M., K. (2004). Development of natural product manufacturing processes. *Phytochemicals. Chemical Engineering Research and Design*.

Lizcano, L. J., Bakkali, F., Begoña Ruiz-Larrea, M., & Ignacio Ruiz-Sanz, J. (2010). Antioxidant activity and polyphenol content of aqueous extracts from Colombian Amazonian plants with medicinal use. *Food Chemistry*, 119(4), 1 5 6 6 - 1 5 7 0 . <http://doi.org/10.1016/j.foodchem.2009.09.043>

- Makris, D. P., Boskou, G., & Andrikopoulos, N. K. (2007). Recovery of antioxidant phenolics from white vinification solid by-products employing water/ethanol mixtures. *Bioresource Technology*, 98(15), 2963-7. <http://doi.org/10.1016/j.biortech.2006.10.003>
- Mark., P. (1998). *Clinical Nutrition Insights*. Advanced Nutrition Publications, 10.
- Mukatri. (2014). *Arazá Products*.
- Narváez-cuenca, C. E. (2008). Extracción y Medida de Peroxidasa en Pulpa de Arazá. *Quim. Nova*, 31(8), 2047-2051.
- Neri-Numa, I. A., Carvalho-Silva, L. B., Morales, J. P., Malta, L. G., Muramoto, M. T., Ferreira, J. E. M., ... Pastore, G. M. (2013). Evaluation of the antioxidant, antiproliferative and antimutagenic potential of arazá-boi fruit (*Eugenia stipitata* Mc Vaugh – Myrtaceae) of the Brazilian Amazon Forest. *Food Research International*, 50(1), 70-76. <http://doi.org/10.1016/j.foodres.2012.09.032>
- Orduz R, J. O., & Rangel M, J. A. (2002). *Frutales tropicales potenciales para el piedemonte llanero*. Villavicencio, Colombia: CORPOICA, PRONATA.
- OTTENS, B. - J. (1998). *Estudio de Mercado sobre productos naturales no maderables (PNNM)*.
- Pardo-Locarno, L. C., Pava, B. R., Villota, H., Villanueva, O., & Bahamón, W. (2011). Ensamblaje de escarabajos Melolonthidae (Coleoptera: Scarabaeoidea) asociados con pasturas en el departamento del Caquetá y su posible relación con la salubridad edáfica. *Acta Agronómica*, 60(3), 273-284. Retrieved from http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/acta_agronomica/article/view/28782/40390
- Phyto Nutraceutical. (2015). Retrieved October 28, 2015, from <http://www.phytonutraceutical.com>
- Rogez, H., Buxant, R., Mignolet, E., Souza, J. N. S., Silva, E. M., & Larondelle, Y. (2004). Chemical composition of the pulp of three typical Amazonian fruits: arazá-boi (*Eugenia stipitata*), bacuri (*Platonia insignis*) and cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*). *European Food Research and Technology*, 218(4), 380-384. <http://doi.org/10.1007/s00217-003-0853-6>
- Veggi, P. C., Cavalcanti, R. N., & Meireles, M. A. a. (2014). Production of phenolic-rich extracts from Brazilian plants using supercritical and subcritical fluid extraction: Experimental data and economic evaluation. *Journal of Food Engineering*, 131, 96-109. <http://doi.org/10.1016/j.jfoodeng.2014.01.027>
- Zanatta, C., & Mercadante, A. (2007). Carotenoid composition from the Brazilian tropical fruit camu-camu (*Myrciaria dubia*). *Food Chemistry*, 101(4), 1526-1532. <http://doi.org/10.1016/j.foodchem.2006.04.004>
- Asoheca, Usaid Chemonics. (2001). *Fomento y Recuperación del cultivo del caucho en la zona de influencia de los ríos Caquetá y Ortegua*. Florencia, Colombia: ASOHECA.
- Gonzales, D.M.A (2007) *Sondeo De Mercado Para Productos Elaborados A Partir De Frutales En La Amazonia Colombiana*. Florencia, Colombia: CORPOAMAZONIA.
- Rios, G., Peña, P., Espinosa, L. & Marlés, C. (2012). *Plan estratégico de ciencia, tecnología + innovación del departamento del Caquetá (2012 - 2025)*. Colciencias, Codecit+I Caquetá, Gobernación del Caquetá, Grupo GEMA, 140 páginas. ISBN 978-958-8286-94-5.
- Proyecto Fao/ GCP/RLA/128/NET. (2016) *Complementariedad de la Producción Sostenible Frutihortícola Amazónica con el Desarrollo de Microempresas Agroindustriales en los Países del Tratado de Cooperación Amazónica*, from http://www.otca.info/portal/admin/_upload/publicacoes/SPT-TCA-PER-50.pdf

Responsabilidad social como estrategia competitiva en las universidades públicas de Colombia y Venezuela

Guerdis Paola David López^{1*}

Recibido 09 de mayo de 2016

Aceptado 20 de junio de 2016

¹ Directora de Programa Negocios Internacionales Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI, Profesional en Comercio Exterior de la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga, Esp. Gerencia de Exportaciones de la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga, Magister en Gerencia Empresarial de la Universidad Rafael Bellosos Chacin - Maracaibo Edo Zulia Venezuela.

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre la Responsabilidad Social como Estrategia Competitiva, desde el 2013 al 2015, en las universidades públicas de Colombia y Venezuela. Las variables de Responsabilidad Social Empresarial Interna y la Satisfacción Laboral estuvieron sustentadas por los autores Guédez (2006); Reyno (2008); Hax (2004); Libro Verde. El estudio es una investigación descriptiva de campo con una población de 35 personas adscritas a dichas universidades, la técnica para la recolección de los datos fue el cuestionario con una escala Likert validado por cinco especialistas, se utilizó el coeficiente interno Alpha, basado en la fórmula propuesta por Crombach, equivalente a la fórmula de Kuder & Richardson, es el más indicado para medir confiabilidad cuando las puntuaciones de los ítem son dicotómicos. Este instrumento consistió en preguntas cerradas en formato dicotómico alternativas de "SI" o "NO"; cuyos resultados fueron presentados en cuadros y gráficos estadísticos de frecuencia, porcentaje simple con su respectiva interpretación y análisis. Generándose la siguientes conclusiones: los porcentajes de respuestas en los diferentes ítem se ubicaron en la opción "SI" vs la opción "NO", implicando que en el ámbito de las universidades estudiadas se recomienda difundir los resultados e implementar lineamientos estratégicos de competitividad.

Palabras clave: Responsabilidad social, Estrategias competitivas, Universidades públicas, Confiabilidad, Satisfacción laboral.

Abstract

This research aimed to analyze the relationship between social responsibility as a competitive strategy, from 2013 to 2015, public universities in Colombia and Venezuela. The variables of Corporate Social Responsibility Internal and job satisfaction were supported by Guédez (2006) authors; Reyno (2008); Hax (2004); Green Paper. The study is a descriptive field research with a population of 35 people affiliated to these universities, the technique for data collection was the questionnaire with a Likert scale validated by five specialists, internal coefficient Alpha was used, based on the formula proposed by Crombach, equivalent to the formula of Kuder & Richardson, it is the most suitable for measuring reliability when scores are dichotomous. This instrument consisted of closed questions dichotomous alternative format "YES" or "NO"; whose results were presented in statistical tables and charts frequency, simple percentage with their respective interpretation and analysis. Generating the following conclusions: the percentages of responses in the different items were placed in the "yes" vs. the "NO" option, implying that in the field of the universities studied is recommended to disseminate the results and implement strategic guidelines competitiveness.

Key words: Social Responsibility, Competitive Strategies, Public Universities, Reliability, Job Satisfaction

Introducción

La llamada Globalización trajo consigo un sin número de conceptos y modelos que hoy día están en transición algunos y otros en etapa de maduración. Uno de ellos es la Responsabilidad Social, aunque si bien es cierto no es nuevo está en etapa de transición, al dejar de ser un simple concepto y pasar a ser parte de la estructura organizacional de una empresa, sea cual sea el campo de acción de esta.

Hoy en día las diferentes organizaciones no son ajenas al concepto de la Responsabilidad Social, son conocedoras de la necesidad de su práctica en el entorno, muchas han entendido que el concepto

no es meramente altruista, que es más que una obra de caridad o de una acción de beneficencia buscando reconocimiento en los grupos de interés. Las organizaciones deben entender que la Responsabilidad Social es la forma ética de hacer negocios, es una manera de decir "Respeto" lo que soy y lo que eres; además las empresas deben verla como una estrategia que les permite permanecer de manera competitiva dentro de un mercado dinámico, donde las necesidades son cada vez más cambiantes y exigentes.

Las Universidades tienen un gran compromiso con el tema de Responsabilidad Social, pues no solo se trata de interactuar con el entorno y de una u otra manera ser socialmente responsable, sino

*Autor para Correspondencia: je.negocios@udi.edu.co

que debe ser utilizada como una estrategia, que le da beneficios permanentes dentro y fuera de ella.

Por lo tanto el objetivo principal consistió en analizar la Responsabilidad Social como Estrategia Competitiva en las universidades públicas de Colombia y Venezuela.

Método

Tipo de estudio

La investigación que se desarrolló fue de tipo descriptiva, teniendo en cuenta que este tipo de investigación “pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refiere” Hernández (2007); en otras palabras, son investigaciones que consisten en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Cabe destacar que el estudio se concibió dentro de la modalidad de tipo de investigación descriptiva, en este sentido se recolectó información de fuentes primarias a través de entrevistas que permitieron describir la Responsabilidad Social como estrategia competitiva en las universidades públicas de Colombia y Venezuela.

Participantes

Para desarrollar la investigación se seleccionó como universo poblacional la Universidad del Zulia, Universidad Bolivariana y la UNEFA (Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional) de Venezuela y la Universidad de la Guajira del Municipio de Villanueva, Colombia. Como unidad de análisis se seleccionaron 35 personas, Directivos y Coordinadores del Departamento de Responsabilidad Social en las Universidades Públicas objeto de estudio.

Se determinó esta población teniendo en cuenta los programas que las diferentes Universidades tienen referente a la Responsabilidad Social, y sabiendo que son los Directivos y Coordinadores de los diferentes programas quienes manejan con mayor exactitud la información y son ellos quienes respondieron con mayor exactitud las interrogantes.

Dentro de este contexto, en cuanto a la muestra seleccionada, se utilizó el procedimiento

denominado censo poblacional, lo cual implicó que en la muestra entraran todos los miembros de la población.

Aunado a ello, vale decir que estas 35 personas fueron consideradas informantes claves, basándose en las siguientes características: Docentes con más de 5 años trabajando en la universidad, Administrativos que ocupan cargos Directivos de alto nivel con más de 5 años y los estudiantes que llevan más de tres años en la universidad.

Esta muestra se consideró con las características mencionadas debido a que eran esas personas quienes pudieron dar información certera a la investigación.

Materiales e instrumentos

La técnica que se utilizó en este estudio para la medición de la información fue la de Encuesta, porque como lo expresa Tamayo y Tamayo (2007), permite la obtención de respuestas más amplias, completas, profundas y verdaderas, además da mayor seguridad de obtener respuesta en todas las preguntas sin que quede alguna sin responder, al igual permite aclarar aquellas preguntas que así lo requieran antes de ser contestadas por el encuestado.

Esta técnica, fue la más adecuada para ser aplicada a dicha investigación, ya que facilitaba la recolección directa, concreta y confiable de la información relacionada con el compromiso de la Responsabilidad Social como Estrategia Competitiva. De tal manera que la misma permitió por tanto, examinar, procesar y analizar mejor los datos extraídos del conglomerado social seleccionado.

En cuanto al instrumento, se seleccionó el cuestionario, por considerar según lo expresado por Hernández (2007), que “Es un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir”. Según Tamayo y Tamayo (2007), el cuestionario es el instrumento que más contiene los detalles del problema que se investiga, variables, dimensiones, indicadores, ítem. Es el medio que le brinda la oportunidad al investigador de conocer lo que se piensa y dice del objeto en estudio, permitiendo determinar, con los datos recogidos, la futura verificación de las hipótesis que se han considerado.

El mencionado instrumento se diseñó siguiendo la forma de preguntas cerradas dicotómicas SI y No. Se elaboraron 30 preguntas bajo esta modalidad.

Para el análisis de los datos, se diseñó una tabla o

matriz de doble entrada, donde se asentaron los datos suministrados por los sujetos. Después se realizó el análisis estadístico relacionado a la distribución frecuencial y porcentual de las variables, dimensiones e indicadores. Luego, los datos fueron procesados utilizando la herramienta Excel para su respectivo análisis.

Procedimiento

Durante el desarrollo de la investigación se realizó el siguiente procedimiento:

- Identificación del área objeto de estudio.
- Identificación de la situación objeto de estudio.
- Revisión Bibliográfica y consulta con expertos acerca de las variables Responsabilidad Social y Estrategia Competitiva.
- Formulación de los objetivos de investigación.
- Revisión de antecedentes sobre la variable de estudio.
- Elaboración del marco teórico.
- Selección del diseño de investigación. Diseño y construcción del instrumento de recolección de datos.

Resultados

A continuación se presenta el análisis estadístico con su respectiva interpretación.

Los resultados sirvieron de base para dar respuestas a las interrogantes planteadas inicialmente en la investigación, se expusieron considerando los ítems desarrollados en los instrumentos diseñados para abordar la población estudiada, lo cual permitió establecer las características y elementos que describieron el comportamiento de las variables Responsabilidad Social y Estrategia Competitiva, dimensiones e indicadores; relacionadas con el objetivo general y los objetivos específicos.

Tabla 1 Dimensión número 1. Beneficios de la Responsabilidad Social

Objetivo Específico: Determinar los beneficios de la Responsabilidad Social al entorno universitario.

INDICADORES	Escala de Respuestas		TOTAL
	SI FR (%)	NO FR (%)	
Innovación	86,67	13,33	100
Calidad	92,38	7,62	100
Servicio	86,67	13,33	100
Crecimiento	78,10	21,90	100
Total	343,81	56,19	400
Promedio Dimensión	85,95	14,05	100

Fuente: David (2014)

Los mismos se muestran a continuación tabulados en forma de frecuencias absolutas (fa), y relativas (%).

Tabla 2. Dimensión número 2. Programas de Responsabilidad Social.

Objetivo Específico: Identificar los programas de Responsabilidad Social.

INDICADORES	Escala de Respuestas		TOTAL
	SI FR (%)	NO FR (%)	
Programa corporativo	65,71	34,29	100
Programa de proceso y servicio	65,71	34,29	100
Programa colaboración con las personas de la empresa	55,24	44,76	100
Total	186,67	113,33	300
Promedio Dimensión	62,22	37,78	100

Fuente: David (2014)

Tabla 3 Variable: Responsabilidad Social.

DIMENSIONES	Escala de Respuestas		TOTAL
	SI FR (%)	NO FR (%)	
Beneficios de la Responsabilidad Social	85,95	14,05	100
Programas de Responsabilidad Social	62,22	37,78	100
Total	148,17	51,83	200
Promedio Variable	74,09	25,91	100

Fuente: David (2014)

Tabla 4 Dimensión 3: Tipos de Estrategias Competitivas

Objetivo Específico: Analizar las estrategias competitivas para la responsabilidad social en las universidades públicas de Colombia y Venezuela.

INDICADORES	Escala de Respuestas		TOTAL
	SI FR (%)	NO FR (%)	
Estrategia de Negocio	63,81	36,19	100
Estrategia Corporativa	69,52	30,48	100
Estrategia Funcional	71,43	28,57	100
Total	204,76	95,24	300
Promedio Dimensión	68,25	31,75	100

Tabla 5. Variable: Estrategia Competitiva.

DIMENSIONES	Escala de Respuestas		TOTAL
	SI FR (%)	NO FR (%)	
Tipos de Estrategias competitivas	68,25	31,75	100
Total	68,25	31,75	100
Promedio Variable	68,25	31,75	100

Comentarios

Con respecto a los resultados obtenidos en el cumplimiento del objetivo específico "Determinar los beneficios de la Responsabilidad Social en las Universidades públicas de Colombia y Venezuela", en la Dimensión Beneficios de la Responsabilidad Social, de la variable Responsabilidad Social. Se determinó a través de las respuestas que la mayor parte de los entrevistados 85,95% se inclinó por la opción "SI", reconociendo la importancia de los beneficios que presenta la Responsabilidad Social e igualmente la importancia de los mismos, con una percepción positiva por cada indicador, Innovación, Calidad, Servicio y Crecimiento.

De la misma manera los resultados obtenidos en el cumplimiento del objetivo específico "Identificar los programas de Responsabilidad Social en las Universidades públicas de Colombia y Venezuela", en la dimensión Programas de Responsabilidad Social. Se observó a través de las respuestas que la mayor parte de los entrevistados 62,22% se inclinó por la opción "SI".

Así mismo las respuestas para los indicadores Programa Corporativo, Programa de Proceso y Servicio y Programa Colaboración con las Personas de la Empresa, seleccionaron la opción "SI", notándose que aunque no es mayoritaria la opción "NO", estuvo en el orden de 37,78%.

En este caso se infirió que la mayoría identificó los programas de Responsabilidad Social en las universidades objeto de estudio.

Los resultados anteriores se corroboran a nivel del promedio de la variable Responsabilidad Social, donde se observó que el 74,09 % de los entrevistados se inclinó por la alternativa "SI".

Estando de acuerdo con el autor Guédez (2006) quien plantea que la Responsabilidad Social es el ejercicio ético sustentable de la competitividad, la Responsabilidad Social es un conjunto de estrategias que permite identificar y atender, anticipar y sobrepasar las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés interno y externo.

Con respecto a los resultados obtenidos en el cumplimiento del objetivo específico "Analizar las Estrategias Competitivas para la Responsabilidad Social en las Universidades públicas de Colombia y Venezuela", en la dimensión Tipos de Estrategias Competitivas, de la variable Estrategia Competitiva. Se determinó a través de las respuestas que la mayor parte de los entrevistados

68,25% se inclinó por la opción "SI".

Reconociendo la importancia de analizar las Estrategias Competitivas e igualmente identificar los tipos de estrategias con una percepción positiva por cada indicador, Estrategia de Negocio, Estrategia Corporativa y Estrategia Funcional.

Para el promedio del Tipos de Estrategias Competitivas y el promedio de la Variable Estrategia Competitiva un 68,25% de individuos de la población en la escala de respuestas contestaron "SI" y un 31,75% personas de la población en dicha escala seleccionaron la respuesta "NO".

Los resultados coincidieron con la posición del autor García (2005), el cual plantea que existen tres perspectivas distintas de estrategia, Corporativa de Negocio y Funcional, que resultan importantes para definir la estrategia de la firma y que implican responsabilidades gerenciales.

En cuanto al objetivo específico "Proponer Lineamientos sobre Estrategias Competitivas aplicables a las Universidades públicas de Colombia y Venezuela", las respuestas anteriores infirieron la importancia y necesidad de que se operacionalicen los mencionados lineamientos.

Finalmente se evidenció que en el ámbito universitario hay falencias al momento de aplicar la Responsabilidad Social como estrategia competitiva. Las falencias básicamente están en su aplicación y tal vez en el desconocimiento de los beneficios y los diferentes programas existentes en materia de Responsabilidad Social, donde las Estrategias Competitivas son esos procesos exitosos que se aplican en las organizaciones en búsqueda de la permanencia en un mercado globalizado, exigente y dinámico, y su éxito depende en gran medida de la toma de decisiones que se haga al respecto.

Agradecimientos

Para el logro de los resultados y conclusiones obtenidos en la presente investigación se reconocen de manera especial a las universidades: Universidad del Zulia, Universidad Bolivariana, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional (Venezuela) y a la Universidad de la Guajira (Colombia), donde sus Directivos, Coordinadores y Estudiantes, prestaron su valioso aporte.

Literatura citada

- Araya (2010). *Hacia una nueva ética económica global, innovación vrs. Statu quo.*
- Begoña Arrieta (2009). *La dimensión ética de la Responsabilidad Social.*
- Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna.*
- De la Cuesta (2004): *El porqué de la Responsabilidad Social Corporativa.*
- Enrique, Bigne, Chumpitaz (2005): *Percepción de la Responsabilidad Social Corporativa: Un Análisis Cross – Cultural.*
- Fernández (2005): *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*
- García (2005). *Estrategias y planes para la empresa; con el cuadro de mando.*
- Ferrell, (2011). *Estrategias de Marketing.*
- Guédez, V. (2006). *Responsabilidad social de empresarios y empresas en Venezuela durante el siglo XX.*
- Haz, (2004). *Estrategia para el Liderazgo competitivo.*
- Libro Verde Unión Europea (2001)
- Martínez, (2012). *Elección de estrategias.*
- Martínez (2010): *Aprendizaje servicio y Responsabilidad Social de las Universidades.*
- Moreno (2004): *Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad; una visión desde la empresa.*
- Navarro (2007): *Responsabilidad Social Corporativa Teoría y Práctica.*
- Perdiguero (2005) *La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial.*
- Ventura, Delgado (2012). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa.*
- Guédez (2006): *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial: el aporte de la empresa al capital social, Caracas, Editorial Planeta.*
- Artículo 56, numeral 7 de la Ley Orgánica de Prevención, condiciones y Medio Ambiente de trabajo (Julio 2005)
- Cárdenas (2007) *Ética empresarial una responsabilidad de las organizaciones* Editorial Torino Caracas.
- Tamayo y Tamayo (2007) *El proceso de Investigación Científica. 4ª Edición* México
- Chiavenato (2007) *Administración de recursos humanos, El capital humano de las Organizaciones.* McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V. México DF.
- Hernández (2007) *Metodología de la Investigación. 2ª edición.* McGraw-Hill
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa.* España. Editorial Club Universitario.
- Güerere, J. (2008). *Empresa responsable, empresa rentable: gestión de un negocio lucrativo y socialmente responsable.* Venezuela. Impresos Grafifor, C.A.
- Guédez (2008): *Tres Visiones de la Ética y la Responsabilidad Social en la empresa del siglo XXI,* Profranquicias.
- Gomez. Mejia (2005) *Personnels Management.* Amsterdam. Editorial Prentice Hall.
- Humble J. (2008) *Creación De Valor Y Responsabilidad Social De La Empresa (Rse) En Las Empresas,* McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A
- Pelekais, y Aguirre, R. (2008). *Hacia una cultura de Responsabilidad Social. Primera Edición.* Editorial Mc Graw Hill. Colombia.
- Robbins (2004) *Comportamiento organizacional/por Stephen P. Robbins y traducción de José Francisco Javier Dávila Martínez.* México: Prentice-Hall, 2004.
- Rodríguez y Castro (2005) *Clima organizacional y productividad: El papel inspirador de la supervisión.* México: Psico Consult.
- Sánchez & Berti (2008) “El Ciclo de la Práctica de la Responsabilidad Social”. En: *Perfil Social de la Empresa en Venezuela.* Venamcham, Caracas.
- Toro (2006) *El enfoque estratégico de la responsabilidad social revisión corporativa, La literatura académica.* Intangible Capital 14 (2), pp. 338-35).

PROCESO EDITORIAL

La revista de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas FACCEA, publica artículos de investigación científica, de reflexión y de revisión relacionados con estudios e investigaciones sobre teorías, metodologías y aplicaciones en áreas de las Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. La edición de la revista es semestral, editándose dos números por año: enero-junio y julio-diciembre, con proyección nacional e internacional. Solo serán publicados artículos inéditos cuyo contenido será y es responsabilidad del autor o los autores. Teniendo en cuenta el carácter democrático de la revista. Por tal motivo las publicaciones no comprometerán a la revista ni a la Universidad.

La revista FACCEA se encuentra Indexada en **Publindex - Colciencias categoría C**. Ofrece acceso libre y gratuito a los artículos completos publicados para sus lectores. La revista cumple un proceso de mejora continua de la gestión editorial definidos por Colciencias (entidad del Estado colombiano encargada de las ciencias, tecnologías e innovación) para las revistas científicas.

RECEPCIÓN FORMAL

Los trabajos deben enviarse al correo: **revistafaccea@uniamazonia.edu.co** en formato Word, letra Book Antiqua tamaño 11, escrito a una columna, sin encabezados ni pie de página. Todas las figuras y tablas se presentaran a blanco y negro, realizadas en Excel y debe especificarse en el texto donde se deben insertar, adicionalmente serán rotuladas secuencialmente en orden numérico, citando en la parte inferior la fuente a la que se recurrió.

La información presentada en el manuscrito debe ser Original y no haber sido divulgada total o parcialmente en algún tipo de publicación indexada. El autor o autores deben expresar por escrito su aceptación sobre el sometimiento del documento al proceso de arbitraje y la originalidad del mismo. Los artículos serán agrupados en tres categorías.

1. Artículo de investigación científica: Documento que presenta específicamente resultados originales de proyectos de investigación en forma detallada, su estructura comprende: Introducción, metodología,

resultados, discusión y conclusiones.

2. Artículo de reflexión: Se presentan la postura crítica, analítica e interpretativa, sobre un tema específico con fuentes originales en relación con los resultados de investigación, su estructura comprende: Tema principal, desarrollo lógico del tema, punto de vista del autor, repercusiones, inferencias y conclusiones.

3. Artículo de revisión: Es el resultado de una investigación donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones publicadas o no, sobre un campo en ciencia y tecnología, se caracterizan por presentar una cuidadosa revisión bibliográfica de por lo menos 50 referencias, su estructura comprende: Alcance de la revisión, período de las publicaciones revisadas, origen de las publicaciones, tipos de documentos revisados, opinión del autor sobre la literatura estudiada, aspectos destacables o información sobre algunos hallazgos y conclusiones.

Arbitraje externo: La revisión y aprobación de las contribuciones son realizadas por pares académicos que evalúan su originalidad y calidad científica. Este procedimiento es bajo la modalidad de evaluación de pares externos ciegos, considerando como criterios: originalidad, pertinencia, actualidad, aportes, rigurosidad científica y cumplimiento de las normas fijadas para los autores. El veredicto, como resultado del arbitraje y de la revisión del Comité Editorial, es comunicado a los autores acompañado de un informe de evaluación en base a tres posibilidades: **Aceptado.** El artículo no tiene observaciones y será despachado al proceso de corrección de estilo, previa notificación al autor. **Aceptado con observaciones.** El artículo tiene observaciones que el autor debe incorporar para que su trabajo sea publicado. Ante esto se pueden presentar las siguientes situaciones: **a. El autor se niega a aplicar las observaciones:** en este caso, el artículo quedará formalmente rechazado. **b. El autor incorpora parcialmente las observaciones:** en este caso, el encargado del proceso de evaluación solicitará una justificación al autor y la remitirá, junto a una copia de la nueva versión del artículo a un tercer árbitro, quien dictaminará si el artículo se publica o queda rechazado. **c. El autor incorpora totalmente los comentarios:** en este caso, el artículo será despachado, previa notificación al autor, al proceso de corrección de estilo. **Rechazado.** En el caso que el arbitraje dictamine

un rechazo, el artículo será formalmente rechazado. El proceso de evaluación, en caso de rechazar un artículo, no considera la apelación del autor. El artículo contara con su fecha de recepción y la fecha de aceptación para demostrar el arbitraje del mismo.

INSTRUCCIONES PARA AUTORES

El manuscrito debe tener máximo de 15 páginas en Word (incluyendo figuras, tablas) tamaño carta, por una sola cara en Book antigua tamaño 11, interlineado 1,5, márgenes 3 cm a cada lado.

Todas las figuras y tablas deben estar a blanco y negro, realizadas en Excel 2003, separadas del documento de texto. Rotular las tablas como Tabla 1, Tabla 2 y no Tabla No. 1, Tabla No. 2 o Tabla No 1 y Tabla No 2. Igualmente para el caso de las figuras, colocar Figura 1 indicando toda la palabra y no Fig. 1. Las tablas y las figuras deben estar citadas en el texto; evite redundancia entre tablas, figuras y texto. Enumere las tablas y figuras en el orden en que están citadas por primera vez en el texto. La rotulación de cada tabla debe ir a la cabeza de la misma; la simbología debe aparecer al pie de la tabla; Las tablas deben tener solamente las líneas horizontales del encabezamiento y una al final. Todas las ilustraciones (fotos, diagramas, mapas y gráficos), se clasifican como figuras, aquellas que requieran su edición deben ser enviadas en Formato JPG o BMP con resolución 300 dpi mínimo para garantizar su legibilidad, sin uso de colores. La leyenda de cada figura debe ir debajo de ella y debe ser lo suficientemente clara, para que se pueda leer independientemente del texto.

La utilización de cifras significativas debe ser consistente en todos los textos incluyendo figuras y tablas. El documento debe estar alineado a la izquierda, incluyendo los títulos y subtítulos, sin partir palabras al final de la línea. Todas las páginas deben ir numeradas y llevar el nombre del autor en la esquina superior derecha. No se aceptan notas de pie de pagina. La primera página debe llevar, en minúscula, el título, el nombre y apellido completo y dirección de cada autor.

Título: Debe ser explicativo y recoger la esencia del trabajo en máximo 12 palabras.

Datos de los autores: Se incluyen en la esquina superior derecha especificando: Nombre del autor, profesión u oficio, nivel de estudios, empleo actual y correo electrónico.

Resumen: Plantea con precisión el contenido del artículo en máximo 150 palabras y asignarse entre 3 y 5 palabras clave, de igual manera se presenta en ingles (Abstract y Key words)

Introducción: Se describe el propósito, la estructura del documento, la metodología desarrollada, y los resultados obtenidos.

La ruta metodológica: Debe incluir el tipo, el enfoque de investigación, la población, el proceso de recolección de información y los instrumentos utilizados.

Resultados: Presenta la información obtenida de manera clara, especificando los hallazgos principales, sin interpretación alguna.

Discusión: Incluye las interpretaciones a los resultados identificando las respuestas a las preguntas de investigación, con las debidas triangulaciones, se pueden comparar con los resultados de otros estudios, y con el marco teórico de la investigación.

Conclusiones: Se hace referencia a los aspectos relevantes en cuanto a metodología, resultados, y discusión.

Literatura citada: Todas las citas colocadas en el interior deberán aparecer reflejadas alfabéticamente en esta sección. Es de aclarar que se citará de acuerdo a los criterios exigidos por American Psychological Association (APA).