



ISBN 978-980-414-032-7 Depósito Legal lfi7782015658948

III CONGRESO VIRTUAL INTERNACIONAL DE CIENCIAS GERENCIALES: UNA ORIENTACION EPISTEMOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN EN CONTEXTOS COMPLEJOS

Coordinadores Generales del Evento: Dra. Cira de Pelekais y Dr. Fernando J Romero U.

Comité Científico

Dr. René Aguirre Bracho
 Vicerrector Académico
 Dr. Miguel Angel Robles
 Decano de Investigación y Postgrado
 Dra. Janeth Hernández
 Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas
 Dr. Oscar José Belloso Vargas
 Director General URBE
 Dr. Martín Leal
 Miembro Comité Académico
 Doctorado en Ciencias Gerenciales
 Dr. Oswaldo Vergara
 Miembro Comité Académico
 Doctorado en Ciencias Gerenciales
 Dra. Cristina Seijo
 Miembro Comité Académico
 Doctorado en Ciencias Gerenciales
 Dra. Lisbeth Moreno L.
 Miembro Comité Académico
 Doctorado en Ciencias Gerenciales.
 Dr. Doile Rios
 Miembro Comité Académico
 Doctorado en Ciencias Gerenciales

Miembros del Comité de Apoyo Científico

Dr. Ruben Marrufo
Dra. Isabel de Condoré
Dra. Lucia Urdaneta
Dr. Valmore Márquez
Dra. Maricarmen Soto
Dra. Juliana Paz
Dr. Omar El Kadi
Dr. Noel Neuman
Dr. Elmar Pelekais
Dra. Julevi Paz
Dra. Elimar Piña
Dr. Ruben Marcano
Dra. Roselin Cabrales
Dr. Edgar Alexander Prieto

Comité de Apoyo Técnico y Organizacional

Ing. Carlos Farfán
Dr. William Rodriguez
Dra. Milagros Pirela
M.Sc. Patricia Batista

NOTA DEL EDITOR:

Ni a Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, ni el Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales (CICAG), ni su Fondo Editorial URBE, se responsabilizan o solidarizan con los conceptos u opiniones contenidas en estos trabajos. Tampoco en relación con cualquier hecho de copia no autorizada, copia parcial o cualquier otra forma de plagio sobre otros trabajos previos. Todos los trabajos aquí publicados son obra, creación y responsabilidad de sus autores y la URBE no asume compromiso ante cualquier acción legal que pueda ejercerse sobre la forma y contenido de los mismos o sobre cualquier hecho irregular que se haya escapado al proceso de revisión o arbitraje.

CONFLICTOS ORGANIZACIONALES: MAL NECESARIO PARA EL ÉXITO DE LAS EMPRESAS

Narvis Segundo González Corzo
narvis.gonzalez@ujgh.edu.ve
Universidad José Gregorio Hernández (UJGH)

RESUMEN

El trabajo tiene como finalidad analizar los conflictos organizacionales como un mal necesario para que las empresas alcancen el éxito. Por ello, pueden producir diversos tipos de efectos: unos negativos y otros positivos relacionados con el rendimiento de la organización. A tal efecto, se puede considerar muy positivo para la organización, en el cual se discuten y se presentan ideas para mejorar el proceso en una organización, o alcanzar los objetivos de un determinado proyecto, este tipo de conflictos es el que llamamos funcional. La Investigación se clasificó del tipo documental descriptiva. La técnica empleada para la investigación fue la observación documental donde se analizaron fuentes doctrinales, entre otros, estuvo basada en los postulados de: Robbins (2009), Dahrendorf (2001), Peters (2002), Davis y Newstrom (1999), Salva (2004), Hellriegel (2009), Sastra (2006), Folberg (2003), Brown y Moberg (2001), Dessler (1993), Blake y Mouton (2001), Esquius (2007), Walton (1998), Dana (2002). Se concluye que los conflictos organizacionales son manejables, muchas veces resultan positivos porque indican que algo está funcionando mal, especialmente cuando es de parte de los trabajadores, está determinada por los factores internos propios de su personalidad, cultura, educación y conocimientos del desempeño, igualmente por causas externas, como las acciones de gobierno que a través de sus programas económicos e ideológicos han suscitado inestabilidad, incertidumbre, temor en el recurso humano de la empresa, generándose improductividad.

PALABRAS CLAVE: Conflictos organizacionales, organizaciones, éxito.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito organizacional, se han producido cambios en el enfoque sobre el origen de los conflictos. Anteriormente, se les consideraba como algo que debía evitarse y que podía resultar nocivo o destructivo para las organizaciones, sin embargo, los conflictos se interpretan ahora como un fenómeno normal, inevitable y que inclusive pueden constituir oportunidades, si se los manejan en forma productiva y efectiva para generar un cambio favorable a la organización y sus miembros.

Al respecto, se han generado corrientes de pensamientos en la interpretación de los conflictos en este caso hay corrientes señalando que los conflictos son dañinos para la organización, otra corriente establece que son normales en el ámbito laboral y por último la corriente de pensamiento que establece que los conflictos son necesarios para que la organización se desarrolle pueda innovar y crear soluciones a los problemas que se les pueda presentar.

Cabe destacar, que los conflictos organizacionales son manejables, muchas veces resultan positivos porque indican que algo está funcionando mal. Especialmente cuando es de parte de los trabajadores. Por otra parte, todo conflicto presenta etapas para su reconocimiento y solución, mediante la aplicación de estrategias que permitan generar nuevos enfoques de solución. La mediación de conflicto debe ser generada mediante métodos que puedan dar como resultados un ambiente armonioso, donde la ética juega un papel muy importante por tal sentido se ponen de manifiesto los valores de cada miembro y de la misma organización, logrando crear una congruencia en las acciones de la organización.

TRANSICIONES FILOSÓFICAS EN EL CONCEPTO DE CONFLICTO.

Para Robbins (2009), manifiesta la existencia de escuelas de pensamientos en relación al reconocimiento del conflicto. Una escuela ha planteado que debe evitarse el conflicto, a esta se le domina tradicional. Otra corriente sostiene el concepto de relaciones humana o clasista, argumentando que el conflicto es un resultado natural en cualquier grupo, la más reciente corriente del pensamiento señala que el conflicto es una fuerza positiva y absolutamente necesario, esta recibe el nombre de Interaccionista.

- **ESCUELA TRADICIONAL.**

Esta escuela establece que los conflictos deberían de evitarse porque indican un mal funcionamiento del sistema organizacional, en este sentido se veía al conflicto de forma negativa que debía evadirse de cualquier modo.

- **ESCUELA CLASISTA.**

-

Por su parte esta escuela considera que los conflictos son normales en toda organización, si bien es importante evitarlos difícilmente los puede controlar cada grupo social, u organización.

- **ESCUELA INTERACCIONISTA.**

-

El enfoque que le da esta escuela del pensamiento, consiste proponer que el conflicto puede ser una fuerza positiva dentro de la empresa y que cierto nivel de conflicto es absolutamente necesario para el desempeño del equipo de trabajo, porque podrían volverse estático, apático y sin capacidad de respuestas eficaces para cualquier acontecimiento.

Por su parte, Drucker (2002), señala que existe una confluencia teórica entre los modelos de conflicto y los de integración. Si el recurso humano, la capacidad

innovadora, la creatividad, la capacidad de romper pautas y parámetros establecidos es el gran factor de éxito de la organización del año 2000, se trata de rediseñar la vida de las organizaciones a fin de dar amplio cauce a la actividad liberadora y expresiva del ser humano.

CONCEPTUALIZACIÓN DE CONFLICTO.

Para Robbins (2009), el conflicto se define como el proceso que comienza cuando una de las partes percibe que la otra ha sufrido un efecto negativo, o ésta por hacerlo, algo que a la primera le preocupa. El punto de cualquier actividad donde las interacciones se cruzan, para convertirse en un conflicto entre las partes. Esto agrupa un rango amplio de conflictos que experimentan las personas en las organizaciones.

Por su parte los autores, Davis y Newstrom (1999), refieren al conflicto como el proceso en el que una de las partes percibe que la otra se opone o afecta negativamente sus intereses, en este concepto además se debe incluir interdependencia e interacción, esta definición es lo más suficientemente flexible como para implicar conflictos desde su forma más leves hasta los actos de violencia más abiertos.

CONCEPCIONES DEL CONFLICTO.

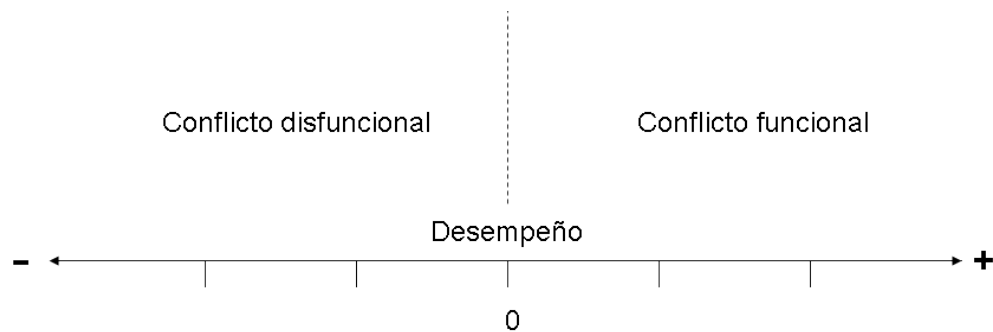
Al conflicto se le consideraba que debía evitarse de cualquier modo porque resultaba nocivo y negativo, por consiguiente la necesidad de su eliminación era factible, por la falta de confianza como escasa sensibilidad de los directivos para con los trabajadores, no obstante hoy por hoy tiene otra connotación dando un giro hasta aseverar que el conflicto nos puede llevar al éxito.

EL CONFLICTO FUNCIONAL EN COMPARACIÓN CON EL DISFUNCIONAL.

Para Robbins (2009), la escuela interaccionista no propone que todos los conflictos sean buenos, algunos conflictos apoyan las metas del grupo y mejoran su desempeño a este tipo de aseveración se le conoce como conflicto funcionales pero si al contrario disminuyen el desempeño del grupo, se le conoce como conflictos disfuncionales. En este sentido el criterio que diferencia ambas posturas es el desempeño de grupo. Puesto que los grupos existen para alcanzar y lograr algunas metas, lo que determina su funcionalidad.

A partir de este concepto es posible representar el conflicto funcional Vs el disfuncional en la siguiente forma:

FIGURA N° 1



FUENTE: González (2015)

Al respecto, Salva (2004), señala que algunos conflictos apoyan las metas de los equipos y las organizaciones para así mejorar su desempeño, sin embargo, la preparación o planificación para el cambio es una de las razones más poderosas para desencadenar el conflicto organizacional. En tal sentido, el conflicto no es ni bueno ni malo en sí mismo, pero sabemos que el poder y el conflicto son los principales modeladores del estado en una organización.

TIPOS DE CONFLICTO.

SEGÚN HELLRIEGEL (2009), SE IDENTIFICAN TRES TIPOS DE CONFLICTOS:

- 1). INTRAPERSONALES:** Surgen como consecuencia de insatisfacciones y contradicciones “dentro” de las personas.
- 2). INTERPERSONALES:** Nace de enfrentamientos de intereses, valores, normas, deficiente comunicación, entre las personas.
- 3). CONFLICTOS LABORALES, U ORGANIZACIONALES:** emerge de problemas vinculados con el trabajo, y las relaciones entre individuos, grupos, departamentos.

CONFLICTOS ORGANIZACIONALES.

Para Sastra (2006) señala que el conflicto organizacional nace frecuentemente en los intentos de la organización de organizar su estructura financiera, este tipo de conflicto se observa notablemente en los departamentos, donde cada departamento se concentra en las actividades internas del mismo y en las necesidades del propio donde se hace menor caso a las necesidades de los demás departamentos, igualmente en empleados de distintas categorías dentro de la misma.

Por otra parte Folberg (2003), señala que importante no es saber cómo evitar o suprimir el conflicto, porque esto suele tener consecuencias dañinas y paralizadoras. Más bien, el propósito debe ser encontrar la forma de crear las condiciones que alienten una confrontación constructiva y vivificante del conflicto.

CAUSAS DE CONFLICTOS EN UNA ORGANIZACIÓN.

Para Brown y Moberg (2001), señala que existen diferentes causas generadoras de conflictos dentro de la organización, una vez que el mismo surge se traduce de acuerdo al tipo de conflicto, en este sentido es necesaria la participación del recurso humano mediador, quien debe identificar el origen de la situación para crear estrategias adecuadas en la solución. Evitar y minimizar las consecuencias disfuncionales de tales conflictos constituye una función principal de la coordinación.

Por su parte, Dessler (1993), señala que los conflictos se pueden presentar

EN TODA ORGANIZACIÓN Y PLANTEA 3 TIPOS DE CLASIFICACIÓN:

1- Conflictos basados en intereses propios, percibida por diferentes personas o grupos; intereses opuestos sobre el contenido de los procedimientos de trabajo. Así mismo la teoría organizacional da por sentado que un individuo está más satisfecho en tal sentido trabaja mejor cuando hay un flujo único y claro de autoridad asimismo cuando el empleado recibe órdenes de un superior. Varios estudios han demostrado que la autoridad múltiple perturba la orientación de una persona hacia la organización o su profesión

2- Conflictos estructurales en la organización: se da por la percepción de autoridad y poder desiguales.

3- Conflictos por comunicaciones pobres; por comportamientos negativos reiterados entre las partes.

MÉTODOS PARA ENFRENTAR LOS CONFLICTOS.

Para Dana (2002), este proceso consiste en una serie de procesos de diagnósticos, estilos interpersonales, estrategias de negociación así como otras intervenciones creadas con el fin de evitar, reducir o solucionar conflictos.

Por su parte Esquius (2007), existen tres formas para enfrentar los conflictos:

1- Reducir el conflicto, cuando este va adquiriendo un carácter disfuncional es decir, que valla perjudicando el desempeño del grupo.

2- Resolver el conflicto: porque su permanencia puede resultar negativa para la organización.

3- Estimular el conflicto: cuando la ausencia de confrontaciones pueda generar la apatía dentro de la organización.

NECESIDAD DE GERENCIAR LOS CONFLICTOS

Para Walton (1998), existe una profunda transformación en la forma en que las organizaciones intentan utilizar los recursos humanos. La transformación incluye lo siguiente: existe una tendencia hacia una organización más plana, con amplios márgenes de control. Los empleados o los puestos se definen de una manera más general y sus requisitos dependen de las cambiantes condiciones de las tareas.

Es por ello, que se utiliza más las estructuras de equipos y se define el grupo, y no el individuo, es la unidad responsable. Se delegan más las responsabilidades para coordinar las diferentes funciones en los niveles de la

organización, y se usan más las formas organizacionales, las fuerzas de trabajo y los grupos participativos para solucionar problemas, como círculos de calidad, así como otra forma de consulta de los empleados.

Todos estos cambios afectan los conflictos que habrán de manejarse porque; (1) depende más de la coordinación lateral y menos del control jerárquico (2) implica más influencia mutua entre personas de diferentes niveles jerárquicos, (3) deliberadamente diseña funciones en las cuales las responsabilidades exceden de la autoridad formal, (4) aumentan las bases de influencias por encima del concepto tradicional de la autoridad de acuerdo con la posición, para incluir factores más dinámicos, como la información y la experiencia.

En tal sentido, Dana (2002), indica que se aprecian más las habilidades interpersonales, incluyendo las de la comunicación y el manejo del conflicto. La actividad del desarrollo organizacional señala la idea de que los gerentes deben desarrollar sus actitudes y habilidades interpersonales para analizar el proceso de grupo. El hecho de que los gerentes sean llamados a hacer este trabajo, con consecuencias serias si fracasan, ilumina la necesidad de incluir capacitación en habilidades de manejo de conflictos en el lugar de trabajo.

De acuerdo con este punto, en corporaciones con y sin sindicatos, en agencias del gobierno, instituciones académicas, organizaciones profesionales y de servicios, escuela y hospitales, los empleados y los empleadores están ahora repensando la naturaleza de los sistemas de gerenciamiento de conflictos y revisando los canales establecidos desde antes para resolver sus propias diferencias.

METODOLOGÍA

Según las formulaciones de Bernal (2006), la investigación desarrollada es de tipo documental por cuanto consiste en un análisis de la información escrita sobre el tema de los conflictos organizacionales, un mal necesario para el éxito de las empresas, con el propósito de obtener los conocimientos necesarios para abordar de manera adecuada todos los aspectos relacionados con la variable objeto de estudio. Siendo la principal fuente de información los textos desarrollados en materia negociación y conflictos.

En relación al diseño, se tipificó como descriptivo, en base a los planteamientos formulados por Gómez (2006), quien señala que en este tipo de investigación el propósito es describir situaciones y eventos, es decir cómo es y se manifiesta determinado objeto, por cuanto se observan las características del fenómeno, en su contexto original, el cual se desarrolla dentro de las organizaciones.

CONSIDERACIONES FINALES.

Los principales conflictos, muchos en esta época derivados por causas internas y externas dentro de las internas se encuentran a las personas que trabajan en una organización viene dado por su personalidad, cultura, educación y conocimientos del desempeño, en cuanto a las externas, las acciones de gobierno

que a través de sus programas económicos e ideológicos han suscitado inestabilidad, incertidumbre, temor en el recurso humano de la empresa, generándose improductividad, conflictos ante las características de un escenario turbulento.

Ante esta realidad la gerencia se ha estado preparando para dar paso a acciones, estímulos motivacionales que permitan eliminar el conflicto, dar paso a un comportamiento organizacional que le garantice un clima positivo, productivo, emprendedor que conlleve a que la organización sepa afrontar los retos, generar cambios que le favorezcan en su operatividad e integración con los programas del gobierno imperante.

En tal sentido, el conflicto puede conducirse como una fuerza positiva o negativa, de tal manera que la dirección no debe esforzarse en que desaparezca, sino eliminar aquellos conflictos que afecten negativamente a los esfuerzos que la organización realiza para alcanzar sus objetivos, Todo parece indicar, que el problema no parece indicar el conflicto sino en la forma de manejarlo y tomar decisiones.

Asimismo, cabe destacar, que cuando se manifiesta un conflicto que ha dado paso a un ambiente, clima nefasto para la organización, de inmediato se debe analizar la causa que lo han generado, el porqué de su manifestación, las consecuencias, efectos y buscar de inmediato las soluciones que eviten que este no solamente conlleve a una situación negativa para la empresa, para el grupo, para el individuo, para su autoestima, su desempeño y sobre todo que no se vuelva a repetir.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Brown, W., Moberg, D. (2001). **Teoría de la organización y la administración**. Editorial Limusa–Wiley, DF, México.
- Dana, D. (2002). **Adiós a los Conflictos**, Editorial Mc-Graw Hill Interamericana España.
- Davis y Newstrom (1999), **Comportamiento Organizacional**. Prentice–Hall México.
- Dessler G. (1993). **Administración de los Recursos Humanos**. Editorial Prentice hall hispanoamericana SA. México.
- Don H. (2009). **Comportamiento Organizacional**. Editorial Cengage Learning Latín America.
- Drucker, P. F. (2002). **La gerencia en la sociedad futura**. Editorial Norma Bogotá.
- Esquius, L. (2007). **Como afrontar y resolver conflictos**, Editorial Brisca SI, Barcelona.
- Folberg, J. (2003). Mediación. **Resolución de conflictos sin litigio**. Editorial Limusa, S.A. México.
- Robbins, S. (2009). **Comportamiento Organizacional**, Editorial Prentice–Hall México.
- Salva S. (2004), **Gestión de Conflictos**. Editorial Arriel SA, Barcelona.
- Sastra, R. (2006). **Métodos alternativos de solución de conflictos**. Editorial Dykinson SL, Madrid.
- Walton, R. (1998). **Conciliación de Conflictos**. Editorial. Addison Wesley Iberoamericana USA.

LA COOPERACIÓN EN LA EMPRESA CARBONÍFERA INTEGRA EL CAPITAL INTELLECTUAL?

El interés de las empresas por mantener un capital intelectual, Adaptado a las exigencias del contexto y el entorno redunda en el crecimiento económico y familiar (Panssa, 2015)

Aceneth Panssa Figueroa

RESUMEN

El nuevo siglo es reconocido como la cuarta era, además de la sociedad del conocimiento, la del capital cultural; consolidando aún más las estructuras del capital intelectual, concebido como todo aquello que genera valor agregado en una organización, lo que Marx denominó plusvalía; por ser un bien o activo intangible, sin soporte de inversión en las estructuras financieras para las organizaciones. Las cuales, además de tomarlo como referencia, busca transformarse para penetrar el mercado con posicionamiento de marca en forma competitiva y visión de crecimiento; lo que coadyuva a fortalecer las uniones como formas estratégicas de generar alianzas o cooperación, para consolidarse, tanto en el mercado interno como el externo. En tal razón, la propuesta se base en los primeros resultados de la investigación de la tesis doctoral; producto de la revisión analítico documental utilizado como método; lo que infiere generar un modelo teórico para el posicionamiento del capital intelectual a partir de la reducción fenomenológica desde la epistemología se pueda definir cuál es la estrategia del enfoque gerencial, aplicado en las empresas carboníferas. A partir de los procesos que caracteriza la cooperación internacional y los referentes teóricos del capital intelectual de autores como Alberto Bernuy; Bueno Campos E., el modelo Skandia, entre otros, se genera interrogantes que identifique un crecimiento integral, por lo que se induce a preguntar ¿las herramientas de cooperación internacional apoyan o destruyen el capital intelectual en las organizaciones carboníferas?

PALABRAS CLAVE: Sociedad del conocimiento, cooperación para el proceso de integración; capital intelectual.

INTRODUCCIÓN

En Colombia, las empresas de minerías dedicadas al aprovechamiento del carbón, identifican en su misión la responsabilidad empresarial frente a las actividades que realizan con las operaciones a cielo abierto; además de ser un actor de la economía y motor de la región por la concentración del movimiento productivo; consolidándose así como un enclave que integra la “exploración, extracción, transporte, embarque y exportación de carbón de diversas calidades” (CERREJON, 1995).

Organizaciones que conllevan objetivos, metas y estrategias de cooperación, por el tipo de empresa que integran así mismo las multinacionales; con el fin de lograr consolidación, avance, desarrollo interno y externo.

COOPERACIÓN Y CAPITAL INTELECTUAL EN LAS EMPRESAS CARBONÍFERAS

De acuerdo a los diferentes enfoques gerenciales, estos siempre están direccionados a fortalecer inicialmente a las empresa con el fin de que optimicen su beneficios; posteriormente la consolidación del mercado y por ende a la economía; Hecho que realizan las multinacionales dedicadas a la producción carbonífera del sector de la minería; por tanto se han responsabilizado y adherido a grupos empresariales en forma de contribución, como estrategia de negocio y fortalecimiento de su economía contextualizada y definida por:

La cooperación entre empresas transforma la competencia de los mercados tradicionales en un mercado de competencia concertada, es decir, basado en relaciones privilegiadas entre la compañía y sus componentes. ¿Que lo causa? El intento de reducir la incertidumbre derivada de las transacciones económicas, en una época en la que existe gran crecimiento del nivel de competencias y los efectos de la globalización. Necesidad de reducir los costos de transacción, que le han elevado por efecto de la “turbulencia” de entorno (Zabala, 2014).

Recurrir a los diferentes enfoques de cooperación ha sido un objetivo primordial institucional, pues con ello se ha logrado el acercamiento con los sindicatos, los trabajadores y con la comunidad; una de las formas de consolidarse es la Downsizing, es el “enfoque que define la estrategia y formas de actuación para “reducir el tamaño” efectivo de la organización, con el fin de hacerle más eficiente o competitiva. De forma errónea se le suele asociar a los procesos de reducción de personal” (Zabala, 2014); de hecho, Pandey lo define:

Is one of the most frequently used business strategies for reducing cost, returning firms to profit or for restructuring businesses following take-overs, mergers, and acquisitions. {...it} measures are also set to become much more prevalent in the public sector as governments seek to restrict levels of public spending. It examines the phenomenon in its entirety, exploring how it is initiated and what the process of downsizing looks like. It also looks at the effects of downsizing at a number of different levels, from the individual (e.g., motivational effects, effects on health and stress levels) to the organizational (e.g., financial outcomes, reputational and productivity outcomes) (Cooper, Pandey, & Campbell Quick, 2012).

Por qué se ha recurrido a este modo de operación? Pues no se desconoce que la industria en el país ha evolucionado; sobre todo la industria minera que ha contribuido con el PIB en un 1,8%; las metas de extracción, distribución, y exportación fijadas por el gobierno, han decaído debido a la caída del precio internacional, así como las nueva políticas establecidas por el ejecutivo y el legislativo; lo que ha hecho que la institución ajuste su tamaño utilizando la cooperación tipo Rightsizing, cuyo “enfoque reorienta sus procesos hacia las

actividades estratégicas en las que tiene competencia básicas y, por tanto, en las que crea valor y es eficiente; es decir cómo definir la “organización concreta y apropiada” (Zabala, 2014).

Como lo confirma, Bontis, referenciando a Peter Drucker (1969); la relación de las “tecnología, la sociedad del conocimiento, de la información y la comunicación”, son un patrón que avanza en el crecimiento de las organizaciones, sobre todo si se consolida con agencias cooperantes; más allá de la sensatez y el desarrollo inteligente; consecutivamente como un recurso estratégico para la competitividad de las empresas por sus activos internos: sobre todo en su capital intelectual; incrementa al activo de las organizaciones, con lo cual es necesario administrar en forma eficiente identificando las capacidades en forma integral generando el valor agregado de acuerdo a sus especificidades, competencias, habilidades desde el saber ser como el saber hacer en una forma interrelacionado; es por esto que:

Las empresas se interesan cada vez más por el capital intelectual como fuente de innovación para adaptarse al entorno competitivo. De manera que la investigación analiza empíricamente la influencia que tiene cada uno de los componentes de capital intelectual (capital humano, organizativo, tecnológico, relacional y social) en la innovación de producto, dentro de los sectores españoles manufactureros intensivos en conocimiento. Situación actual que está provocando una nueva dinámica competitiva (Jonson et al, 2002; Leitner, 2005; Díaz et al., 2008), en la cual las empresas otorgan, cada vez más, una mayor importancia a los recursos intangibles y capacidades a la hora de enfrentarse a sus competidores; reconociendo que el nuevo conocimiento así como su aplicación es un factor clave para lograr el éxito empresarial y para mantenerlo (Schumpeter, 1942; Galende, 2006). Citas apostilladas en el trabajo de autores como (Delgado Verde et. al, 2009).

El auge de la empresa, logró que la participación de Carbocol se vendiera en 2001, al consorcio subsidiarias Anglo Americana y Glencore Sociedad del Cerrejón Zona Norte S.A.; la cual posteriormente se vincula al consorcio Xstrata plc en el año 2006; convirtiéndose en Cerrejón y lo mismo ha sucedido con Drummond; según el Dr. Alexy, este grupo de asociación, también denominado agrupaciones temporales de empresas o agrupaciones de interés económico; son acuerdos cuyo objetivo es llevar a cabo un trabajo en común. Por lo general, las características del trabajo hacen que una empresa, por sí sola, no tenga la capacidad técnica, comercial o financiera para realizarlo. Los consorcios permiten mantener la independencia jurídica de los socios. A través del consorcio, se consigue compartir el costo de la inversión, riesgos y los beneficios que a largo plazo se obtengan, sin necesidad de crear una empresa con personalidad jurídica diferentes (Zabala A. , 2014).

Las bases sustanciales que permitieron estas empresas sentasen una posición como empresa consolidada en cumplimiento de su misión, fue el otorgamiento de licencias ambientales reglamentada por el gobierno nacional mediante concesiones especiales; es así como se conjeturan nuevos interrogantes, uno de ellos es: ¿qué es una licencia? El Dr. Alexy afirma que es un Contrato por el que una empresa—la licenciante- otorga a otra- la licenciataria- el poder de utilizar sus derechos de propiedad industrial mediante el pago de una contraprestación. Estos derechos incluyen patentes, marcas comerciales, diseños, derechos de autor,

“know-how” y la información técnica. Esta puede incluir acuerdos más amplios, como el suministro de materiales o asistencia técnica por parte del licenciante o, incluso, el compromiso de ambos de comunicarse todos los avances desarrollados sobre la tecnología objeto de la licencia.

El contrato de licencia suele tener lugar, con mayor frecuencia, en el ámbito internacional, ya que, de este modo, la empresa propietaria de los derechos de propiedad evita el riesgo de su explotación comercial e industrial, y el licenciario, que conoce mejor su mercado, tiene la posibilidad de utilizar dichos derechos y obtener unas mayores competencias tecnológicas (Zabala A. , 2014).

La cooperación entre las empresas han implementado procesos de cambio, en términos de Maturana como un principio “autopoiético”, cuya meta lleva implícita la innovación, desafíos para el clima laboral, impregnar la creatividad, y ciertos fundamentos, con el fin de forjarla en el medio donde se desenvuelve; a pesar de que las empresas quieren generar riqueza desde el punto de vista de rentabilidad.

Es importante exaltar que la cooperación avanza con la demarcación del conocimiento y la identificación del capital intelectual como un sistema híper-catalisis; pues con él, se logra la innovación y creatividad aplicada a la producción con el fin de lograr un nuevo sistema abierto capaz de generar valores que incrementa el proceso de producción y que no es precisado en las organizaciones como una plusvalía del valor, sólo es relacionado con el crecimiento financiero de las empresas, puesto que existe un elemento colaborativo, con el rol de la sapiencia de sus organizados incluidos los empleados y trabajadores, los proveedores, los consumidores, las estructuras organizacionales y la relación de estos con la tecnología en forma autopoiética y flexible frente al paradigma complejo del capital intelectual.

CHOQUE DE TRENES ANTE LA COOPERACIÓN

Es evidente que bajo estas premisas teóricas que referencian al capital intelectual, el conocimiento y la cooperación, se devela la problemática que obligó a la organización adherirse a la cooperación y que reconoce el Ministerio de Minas y Energía, al ser la mayor explotación de las minas de carbón.

En la estructura organizacional y bajo las diversas formas de cooperación se consolida el proceso intervienen más de treinta mil (30.000) personas incluyendo visitantes, empleados, trabajadores, contratistas (capital humano), interactuando con el capital social relacional, tecnológico y organizacional, quienes median desde el estudio geológico previo, exploración, plan de perforación, pozos abiertos y descorazonados, desarrollo de registros, bases de datos, modelamiento geológico hasta el desarrollo del planeamiento minero propio: perforación, voladura y remoción del material estéril (explotación).

El marco de la cooperación empresarial ha flexibilizado el manejo de la organización; pues, además de maximizar el beneficio que propicia el desarrollo financiero, humano, y cultura organizacional; han intervenido factores crítico, que

perjudican el éxito en términos más óptimos; no obstante, de haber implementado estrategias, que ha fortalecido y consolidado el consorcio.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA DE LAS EMPRESAS CARBONES

Los empleados de la Empresa Carbones del Cerrejón Limited, el 13 de febrero de 2013, entraron en receso, por la no aprobación del pliego de peticiones, el cual llevaba consigo, “comprometer a la multinacional para que responda por el negativo impacto al ambiente, que han causado con la explotación del carbón y la aterradora pobreza que vive la población en la zona” (Alvear Restrepo, 2013).

Entre las mayores exigencias se encuentra, la atención de los trabajadores enfermos; respuesta a por qué se sigue desviando el cauce del Rio Ranchería; dejar de utilizar los outsourcing para que sean vinculados directamente, y que hoy suma alrededor de setecientos (700) empleados afectados por enfermedades profesionales.

En sus distintos estudios sobre los agentes cancerígenos, la Organización Mundial de la Salud, la Agencia Internacional de Investigación del Cáncer y el Instituto Colombiano de Cancerología han obtenido pruebas incontrovertibles de que la sílice cristalina, del tipo existente en El Cerrejón, es un agente cancerígeno del tipo I.

Otra importante fuente de enfermedades de los trabajadores de Carbones del Cerrejón tiene que ver con factores ergonómicos, asociados a las posiciones que deben adoptar para realizar su trabajo, y a la manipulación de equipos vibradores que producen daños permanentes en los músculos de piernas y manos. Estos riesgos, según la norma internacional, se minimizan no programando jornadas superiores a 8 horas diarias, y en El Cerrejón los turnos son de 12 horas, más 7 horas de trasportes desde su sitio de residencia al de trabajo, hecho éste que se ha denunciado ante los ministerios de Trabajo y Salud, sin respuestas satisfactorias. (Nuevo Arcoiris, 2013).

Las exportadoras de carbón han desarrollado situaciones tensas con la comunidad que le rodea; así como a sus trabajadores; según ellos, por el insuficiente aporte que le hace a la comunidad en el legado de derechos humanos, la pérdida de tierra en la comunidad y el manejo ambiental; estas afirmaciones fueron resarcidas por los trabajadores de la Drummond.

Es pobre el desarrollo económico, social y ambiental, como lo afirman algunos tratadistas; divulgado por la contraloría y el ministerio de medio ambiente, y otras organizaciones públicas del país; tanto que los consumidores finales de la primera década del 2000, se han preocupado, al punto que han llevado al parlamento europeo las consideraciones del daño a fin de que se desarrollen procesos para mitigarlo, incluso algunos países han pensado regular la importación de éste producto colombiano, de tal manera que se considere que el producto sea considerado “energía limpia”; con la prioridad de “desarrollo de derechos humanos, ambiental y social en forma positiva”.

La interacción de estas empresas es sinérgica coherente y armónica para tener crecimiento; sin embargo deben ser sostenible con visión de fortalecer su valor agregado; debido a que el desarrollo sostenible de las empresas, no son lineales; por tanto, la consolidación y fortalecimiento de la innovación depende fundamentalmente del diseño estratégico gerencial, por ende, debe incluir tanto factores internos como externos.

En las empresas carboníferas, al interior de los recursos productivos, se incluye el capital intelectual de la organización, articulado a los elementos económicos en forma invisible; por consiguiente, se genera beneficios tanto en el mediano como a largo plazo; desde luego, que el conocimiento ha estado acoplado a los procesos culturales y de empoderamiento misional desde abajo hacia arriba y arriba hacia abajo; puesto que no sólo es capacitar al talento humano, sino que éste coadyuva al crecimiento organizacional frente a la competitividad, medidos con indicadores que muestran las fortalezas de la competitividad, lo cual hace a la organización sean más productiva y sostenible a través del tiempo.

Las empresas carboníferas de la Costa Caribe, definen su capital intelectual puesto que integran la relación: talento humano, el estructural, y el relacional e incluso medio ambiente y bioética en cumplimiento de la norma; tanto, que sostienen "...ha sido directriz de la institución que nuestras operaciones se caractericen por sus prácticas ejemplares... entre otros, los aspectos técnicos, ambientales y de seguridad industrial; detrás de cada trabajador que se vincula a la compañía hay un entorno familiar y social y, lo más importante, cada uno de ellos llega con expectativas de progreso y de una mejor calidad de vida" (Drummond, 2011).

En contraste con lo anterior la Drummond afirma que "requiere de la dedicación, participación y compromiso de todos y cada uno de sus empleados, considerado el activo de la compañía". Sin embargo, los trabajadores informan;

Son lamentables las condiciones inseguras de trabajo que se presentan en Drummond Ltd., pues no solamente a diario surgen nuevos trabajadores con enfermedades profesionales, sino que a menudo ocurren accidentes de trabajo, incapacidades, que incluso han costado la vida a varios trabajadores. No se puede seguir negando que los trabajadores estamos pagando un altísimo precio por generarle riquezas a esta transnacional minera norteamericana, anti sindicalista y desconocedora de su responsabilidad frente a los derechos humanos y laborales de sus trabajadores" (Sintramienergeticacional, 2012).

Así mismo, el avance que tienen estas empresas ante las firmas con quienes establecen negociación, como la resquebrajada familiaridad con el entorno y la sociedad ha hecho, revisar en donde se genera el cuello de botella, que impide a que se tenga una crecimiento acelerado con el capital intelectual en forma integral, el cual influye en el fenómeno gerencial del sector.

RAZONES QUE JUSTIFICAN LA INVESTIGACIÓN

Como la gestión del capital intelectual es considerada una estrategia, más no una táctica, por los distintos cambios que esta conlleva, se debe justificar el aporte y

fortalecimiento de la innovación y la creación a fin de volver a las empresa privadas más competitivas y sostenibles: obviamente los resultados se observan en el mediano y largo plazo. Sin embargo, hay que realizar estrategias periódicamente, puesto que, existen rupturas que desligan de las organizaciones el capital intelectual, lo que ocasiona el desbalance de la triada “capital: humano, estructural y relacional”, craso error de empresas con cultura posicionadas.

Desde esa episteme, la investigación nace por la inquietud de saber cómo puede influenciar en la administración contable, los elementos intangibles que representan el capital intelectual, capital relacional y el capital estructural de las organizaciones del sector carboníferos de la Costa Caribe Colombiano.

Teniendo en cuenta las relaciones corporativas e institucionales; con el entorno; por tanto, es menester interpretar cómo se interioriza saber desde el cúmulo de conocimiento de la organización donde se desarrolla el proceso de producción carbonífero.

En ese sentido, al interiorizarse en las organizaciones, se conocerán los macro procesos que desarrollan el capital intelectual implementado bajo diferentes modelos, razón por la cual se justifica la concentración de la investigación para medir y conocer el sentido que identifica el valor agregado de las instituciones con el saber hacer y el saber aprender con el capital relacional, la gestión humana, así mismo, conocer cómo impacta en los grupos familiares y aún más con el entorno donde se desenvuelve a nivel micro la organización, sobre todo en las empresas del sector carboníferos, y las subsidiarias, dentro de los diferentes fenómenos observados.

En esta nueva realidad, todas las organizaciones, especialmente las de los países industrializados, se ven abocados a importantes procesos de cambio, generalmente acelerado para implementar la sociedad del conocimiento bajo tres ítems: (a) La espiral del conocimiento; (b) El papel del capital intangible o intelectual como clave competitiva; (c) La necesidad de innovar como base del proceso de desarrollo de competencias esenciales, según referentes teóricos.

CONCLUSIÓN

La gestión del capital intelectual considerada una estrategia, más no una táctica, por la dinámica que lleva implícita y la cooperación empresarial desde el punto de vista; Downsizing, Rightsizing, consorcio, licencia y *outsourcing*, justifican el aporte y fortalecimiento de la innovación y la creación a fin de volver a las empresa más competitivas y sostenibles: sin embargo, hay que realizar estrategias periódicamente, puesto que, existen rupturas que desligan de las organizaciones el capital intelectual, lo que ocasiona el desbalance de la triada “capital: humano, estructural y relacional”, craso error de empresas con cultura posicionadas.

En esta nueva realidad, todas las organizaciones, especialmente las de los países industrializados, se ven abocados a importantes procesos de cambio, generalmente acelerado para implementar la sociedad del conocimiento bajo tres ítems: (a) La espiral del conocimiento; (b) El papel del capital intangible o intelectual

como clave competitiva; (c) La necesidad de innovar como base del proceso de desarrollo de competencias esenciales, según referentes teóricos.

Desde el punto de vista práctico, se justifica la investigación porque identificará a los mandos medios desde abajo, con la identidad y la pertinencia con aporte de sus funciones y el conocimiento de su entorno al capital intelectual, es decir, cómo es el proceso y que aportan a las organizaciones las interrelaciones que generan el valor agregado organizacional y el capital social con las relaciones laborales desde el nivel operacional, involucrando el nivel ejecutivo y el nivel directivo; con lo cual se identifica plenamente la visión de quienes dirección la organización.

Al interior de las organizaciones, por ser instituciones formalmente consagradas como multinacionales, es posible que se perciba una identidad sobre el capital intelectual, relacional y social, desde la alta gerencia, sin embargo, esa percepción se podrá corroborar al momento de analizar las relaciones al interior de las organizaciones.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Alvear Restrepo, J. (2013). [http://www.colectivodeabogados.org/Porque estan en huelga los](http://www.colectivodeabogados.org/Porque%20est%C3%A1n%20en%20huelga%20los). Obtenido de [http://www.colectivodeabogados.org/Porque estan en huelga los](http://www.colectivodeabogados.org/Porque%20est%C3%A1n%20en%20huelga%20los): <http://www.colectivodeabogados.org>.

Bernuy Alva, A. (2008). **Sistema de colaboración del capital intelectual**. academia.edu, 5.

Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision* 36/2, 63.

Bueno C., E., & Merino M., C. (2002). **EL CAPITAL INTELECTUAL Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS**. [http://www.encuentros multidisciplinares.org/](http://www.encuentros%20multidisciplinares.org/), 0. Bueno Campos, E. (s.f.).

<http://www.madrimasd.org/informacionidi/revistas/numero1/cara1.htm>. recuperado el 02 de 07 de 2014, de <http://www.madrimasd.org>.

CERREJON, M. R. (1995). Cerrejón. Obtenido de [http://www.cerrejon.com/site/nuestra empresa/quienes-somos.aspx](http://www.cerrejon.com/site/nuestra%20empresa/quienes-somos.aspx).

Cooper, C. L., Pandey, A., & Campbell Quick, J. (2012). **Downsizing: Is Less Still More?** Cambridge: Cambridge University Press.

Davenport, T. H., & Prusak, L. (2001). **Conocimiento en acción: cómo las organizaciones manejan lo que saben**. Pearson Educación.

Delgado Verde et. al, M. (2009). **La influencia de los elementos de capital intelectual en la innovación de producto**. Madrid, Madrid, España.

Drummond, G. (2011). **El compromiso con Colombia y con su gente, Nuestra gente construye nuestra historia**. Bogotá: Drummond Ltda.

Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). ; **Capital intelectual. Como identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa**.

Edición original en inglés: *Intellectual capital*. Nueva York: Ediorial HarperCollins Publisher Inc. Kaplan, R., & Norton, ,. (2013). **Cómo utilizar el Cuadro de Mando Integral: Paraimplantar y gestionar su estrategia**. España: Harvard Business Press, Grupo Planeta Spain.

Machlup, F. (1973). **The production and distribution of knowledge in the United States**. Princeton, Nueva Jersey: Princeton University Press.

MinMinas.(2012).<http://www.minminas.gov.co/minminas/downloads/UserFiles/File/emorLas/Memorias2011/02-REGALIAS.pdf>. Obtenido de <http://www.minminas.gov.co>.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). **The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics**. New York: University New York.

Nuevo Arcoiris, C. (15 de 2 de 2013). <http://www.arcoiris.com.co/2013/02/en-que-va-la-huelga-del-cerrejon/>. Obtenido de <http://www.arcoiris.com.co/2013/02/en-que-va-la-huelga-del-cerrejon/>: <http://www.arcoiris.com.co> Peter, D. (s.f.). <http://administracionenred.edu.do/descargas/uasd/ADM%20112131551/PEER%20DUCKER%20LECTURA.pdf>. Recuperado el 26 de 06 de 2014, de Documento publicado por Incolda, Competencias para el siglo XXI: <http://administracionenred.edu.do>

Polanyi, M. (1958). **Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy**. **Chicago**: The University of Chicago Press.

Redacción Economía Y Negocio. (24 de 05 de 2014). www.eltiempo.com. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13718702>: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13718702>

Sintramienergeticanacional. (12 de 02 de 2012). <http://sintramienergeticanacional.blogspot.com/2012/02/nuevo-accidente-de-trabajo-fatal-en.html>. Recuperado el 28 de 06 de 2014, de <http://sintramienergeticanacional.blogspot.com>

Von Hayek, F. A. (1997). <http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS08012.pdf> Recuperado el 24 de 06 de 2014, de El uso del conocimiento en la sociedad; documento traducido.: <http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS08012.pdf>

Zabala, A. (2014). **Lecciones aprendidas en el curso**. Maracaibo.

VALORES COMPARTIDOS COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA.

Abreu, Yoleida
yoleida.a@hotmail.com
 Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

Cristina Seijo
critinasejoa@hotmail.com
 Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

RESUMEN

El presente artículo, tuvo como objetivo analizar los valores compartidos como estrategia para la Negociación en la Participación Ciudadana, sustentándose en los criterios de autores tales como: Caridad, M. y Pelekais (2006), Cabrales (2013), Ury, W. (2009), Seijo y Ávila (2009), Costa y Segura (2004). Chirinos y Villasmil (2010). Díaz (2007), Fermín (2004) Fuenmayor y Hernández (2012) entre otros. Para alcanzar este propósito, se realizó un estudio descriptivo documental, orientado a examinar la importancia de los valores compartidos entre la Sociedad Civil y el Estado al momento de utilizar estrategia de negociación en la priorización de las necesidades, como apoyo a la consolidación de los proyectos sociales. Como resultado de éste análisis, se concluyó que los valores compartidos en el proceso de participación ciudadana representan un nuevo paradigma en la gestión pública,

donde la toma de decisiones se fundamenta en normas y principios establecidos en la plataforma filosófica organizacional, otorgándole a la organización pública identidad, personalidad para lograr la confianza de las comunidades y sus fines sociales contribuyendo con el bienestar de la colectividad. En este sentido, la ausencia de una verdadera cultura de diálogo y de respeto al otro generaría el incumplimiento de la satisfacción de las necesidades del colectivo, aumentando así el abuso de poder y la opacidad. Es importante entonces eliminar el rechazo de las instituciones del Estado al diálogo y la concertación, así como el rechazo a ser vigilados y evaluados por los ciudadanos con la finalidad de que estos conozcan el destino de los recursos públicos.

PALABRAS CLAVE: Valores compartidos, estrategias de negociación, participación ciudadana.

INTRODUCCIÓN

En el contenido del presente estudio, se reflexiona acerca de la negociación como el medio a través del cual las partes que intervienen en este caso (Sociedad Civil–Estado) resuelven sus problemas, satisfaciendo sus necesidades tanto individuales como colectivas a través del diálogo, sin que se necesiten otras vías distintas, ni la intervención de personas u organismos, lo importante es llegar a consensos mediante el intercambio de opiniones y la comunicación asertiva.

En virtud de lo expuesto, es de resaltar que en Venezuela dentro de su texto constitucional, se desprenden una serie de acciones obligatorias para el Estado en relación con la protección y salvaguarda del ciudadano común, por otra parte el deber que tienen los particulares de cumplir con la Carta Magna (1999), específicamente en lo relativo a las “obligaciones ciudadanas de solidaridad social” incluyendo el compromiso con la Comunidad como norma ética ciudadana, contribuyendo con ello, al desarrollo económico, social y cultural de las regiones.

Sin embargo, debido a las insatisfacciones de las necesidades de la población, así como las exigencias de los diferentes grupos de interés, surge el compromiso ético-social de las Corporaciones, aunado a las obligaciones concedidas al Estado por la Constitución Bolivariana de Venezuela (1999), es evidente que la eficaz gestión pública en Venezuela se ha convertido en una meta para las autoridades institucionales.

Ahora bien, es importante destacar que la comunicación efectiva es un factor determinante en la negociación, según lo plasmado por Cohen y Altamira (2003) citado por Parra (2012), la fluidez de información es el recurso fundamental de una buena negociación y que la comunicación es la forma en que se desplaza la información de una parte a otra. Según Malaret (2001) manifiesta que cuando los demás factores son iguales un resultado será mejor si se logra comunicarse con fluidez, eficiencia sin perder tiempo ni esforzarse mucho, la comunicación eficiente requiere de una eficaz comunicación bilateral.

En este contexto, una verdadera cultura de diálogo y de respeto al otro, va acompañada de los valores compartidos entre las partes involucradas en el proceso de mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y es Estado como garante de la

misma, se puede afirmar a raíz de lo descrito que los valores compartidos y el dialogo empático y asertivo son condición indispensable para la participación ciudadana, el cual se puede promover a través de los espacios interactivos mediante la puesta en práctica de la Contraloría Social, donde las posibilidades de expresión, colaboración y conexión han aumentado de forma exponencial, así mismo despliega nuevas oportunidades para la generación, así como distribución de conocimiento de la comunidad, donde se profundiza la relación entre los ciudadanos y el Estado.

METODOLOGÍA

Se trató de una investigación de orden documental, en tanto se dirigió a analizar los valores compartidos como estrategia de negociación para la toma de decisiones en la Participación Ciudadana. En este contexto, esta investigación reviste carácter documental tomando en consideración lo planteado por Arias (2004), por cuanto se basó en la indagación, recuperación, análisis, contrastación y crítica de datos secundarios bajo un enfoque heurístico y hermenéutico, obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales.

Así mismo, es de carácter descriptiva de acuerdo al mismo autor debido a que a partir de la información recabada acerca del fenómeno, se inicia un proceso de descripción de sus implicaciones que permite poner de manifiesto los conocimientos teóricos que refleja el objeto de estudio, en este contexto se presentaron las diferentes teorías de los valores compartidos, negociación, Participación Ciudadana, Por otra parte se utilizó la técnica de observación documental.

VALORES COMPARTIDOS.

Los valores son considerados en el presente estudio como parte de la filosofía de una organización, donde se fomenta el respeto, la honestidad, la responsabilidad, los cuales son parte tanto de la vida personal como del desempeño laboral y profesional de sus integrantes, que debe ser llevado a cabo con un actuar coherente De acuerdo a lo establecido por **Silíceo (1999)**, citado por **Seijo y Ávila (2009)** el fundamento conceptual y filósofo de las organizaciones es el responsable del éxito de las empresas, al considerar la capacidad de lograr en todos sus miembros, que conozcan, asimilen, vivan de la organización.

Para las autoras la esencia de los valores, es su Valor, y no debe enfocarse en intereses propios sino colectivos en beneficio de las personas que forman parte de una organización, en este aspecto es importante una actitud de responsabilidad al cumplimiento de las normas implantada por parte de todos los miembros de la organización. En este aspecto según Silíceo (1999), los valores representan las normas ideales del comportamiento sobre las que descansa la cultura como un modelo de la vida integrado.

En este orden de ideas, para Salcedo y Romero (2006) los valores se encuentran vinculados al orden social, en la medida en que se asumen como

comportamientos compartidos, legítimos que influyen en el proceso de socialización. Por eso se llega a afirmar que son elementos indispensables de la cultura que activan el funcionamiento de las organizaciones humanas. Cantú (2001), señala que los valores son aquellas impresiones profundas, que se tienen de la forma en que se vive, sobre lo que se considera éticamente correcto o incorrecto, que se lleva a la vida personal de forma congruente.

Por otro lado para Fuenmayor y Hernández (2012), la promoción de los valores en una organización estimula el sentido de pertenencia lo que permite que sus miembros se enfoquen en el logro de las metas planteadas, así mismo se alcanza el compromiso ético de sus miembros, y actuar transparente, en este sentido Naessens (2010) afirma: la transparencia es uno de los valores éticos que todo servidor público debe aplicar en el ejercicio de su función, de ahí la necesidad de detenernos en su análisis y en su confrontación con otros conceptos tales como el derecho a la información, el acceso a la información y la rendición de cuentas con los que la transparencia convive y se interrelaciona diariamente en la labor pública.

Por otro lado, en consonancia con lo anterior descrito, Tornos, Arroyo, Martínez y López (2012), manifiestan que una política de información activa no significa proceder a la publicación indiscriminada de todas y cada una de las acciones que se lleven a cabo en sede política u administrativa. Piénsese que esa situación puede provocar el efecto inverso: un exceso de información implica desinformación, en vez de transparencia se genera opacidad y confusión.

Si insertamos estos conceptos en el plano estratégico de las organizaciones públicas, así como a las funciones realizadas por la ciudadanía empoderada en los proyectos sociales gestionados por el Estado, los valores compartidos implícitos en los mecanismos de transparencia en el accionar Estado-Sociedad es una herramienta fundamental para llevar a cabo la rendición de cuentas de la gestión de los recursos públicos de una manera responsable, alejados de la opacidad, generando información verdadera y oportuna a la colectividad.

En este sentido, uno de los valores más relevantes lo constituyen los fomentados dentro del Código de Ética de las Servidoras y los Servidores Públicos (2013) el cual tiene como objeto regular los principios rectores de los deberes y conductas que deben observar las servidoras y los servidores públicos en el ejercicio de las funciones que desempeñen, a fin de promover los valores consagrados en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, los valores precisan los comportamientos y conductas de los actores públicos creando un ambiente de compromiso, conciencia social y ética.

Ahora bien, para efectos de estudio estos comportamientos debe estar presente en todos los ámbitos tanto para la presentación de documentos por parte de los funcionarios públicos, tales como Actas de entregas de los funcionarios públicos, Declaración Jurada de Patrimonio, presentación de Informes de Gestión, Atención al Ciudadano, entre otros, así como en el comportamiento ético el cual se ve reflejado en la gestión del servicio público, generando confianza ante la comunidad.

Es importante incluir en la plataforma filosófica el sentido de los valores, quien es la organización, la visión, a donde se quiere llegar, la misión, cuál es la razón de ser de la organización, así como en los objetivos ya que son los resultados a alcanzar en un periodo de espacio y tiempo determinado a los cuales se les debe realizar el seguimiento de la gestión. Los valores compartidos generan espíritu de equipo en las relaciones entre la Comunidad–Estado, siendo necesario que las personas que integran esta relación cuenten con un personal comprometido congruente que tenga como fin la satisfacción de las necesidades de la colectividad, conduciendo la realización humana en dirección, al éxito colectivo el cual se construye sobre la base de la cultura empresarial.

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El proceso de participación implica la participación de la comunidad en la toma de decisiones para la construcción de la sociedad, se manifiesta entonces un proceso que integra al ciudadano de manera individual o en comunidades organizadas en la toma de decisiones, la fiscalización, control y ejecución de los proyectos de inversión, así como del manejo de los recursos públicos dirigidos a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

De lo anterior descrito, se desprende la obligación del Estado de facilitar la participación ciudadana, su goce o ejercicio en consecuencia su respeto es obligatorio por parte de los órganos del poder público, el cual deben proporcionar los medios para su práctica, en este contexto la misma se encuentra inmersa en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela dentro del artículo 62 el cual señala:

Todos los ciudadanos y ciudadanas tienen el derecho de participar libremente en los asuntos públicos, directamente o por medio de sus representantes elegidos o elegidas. La participación del pueblo en la formación, ejecución y control de la gestión pública es el medio necesario para lograr el protagonismo que garantice su completo desarrollo, tanto individual como colectivo. Es obligación del Estado y deber de la sociedad facilitar la generación de las condiciones más favorables para su práctica.

En este contexto, según lo planteado por Fermín (2004), La Participación Ciudadana requiere que el Estado debe conocer realmente las necesidades de los diferentes grupos de interés y fomentar su participación en la toma de decisiones. Seguidamente Canclini afirma que este poder debe ser ejercido de una forma transversal, es decir que se entrecrucen los diferentes actores, donde todos puedan intervenir en la solución de los problemas sociales. Adicionalmente, en la participación ciudadana la participación individual cobra su máxima importancia cuando se articulada con las necesidades de las demás personas. En este contexto la teoría de Maslow plantea que la participación motivada por aspectos colectivos se efectúa una vez satisfechas las necesidades físicas básicas.

Sin embargo, Malevski, Yoram; Rozotto, 1998, citado por Fermin (2004), la relativiza en el sentido de que también puede haber una motivación para la participación aunque no estén satisfechas todas las necesidades planteadas. Sin embargo, es claro que la satisfacción de estas necesidades influye grandemente en

las motivaciones para la participación. Por tanto la Participación ciudadana está altamente ligada a las aspiraciones subjetivas de la persona y las aspiraciones colectivas, en los diferentes aspectos de la vida de un país.

Para efectos de esta investigación puede afirmarse que la Participación Ciudadana, requiere entonces de los mecanismos apropiados para ejercerla, se debe contar con la decisión de la sociedad, para que pueda basarse en un acto soberano de los ciudadanos, en este sentido el Estado brindara los medios necesarios tales como: espacios interactivos y los mecanismos de participación, normativas legales, en este sentido se deberán implementar las Oficinas de Atención Ciudadana, las Contralorías Sociales, el presupuesto participativo, entre otros.

PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

Para dar cumplimiento a la legalidad de la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones en cuanto a la formulación, ejecución, evaluación y control del uso que le dan las autoridades a los ingresos públicos, se establecido diversas leyes, entre las cuales se encuentra la Ley Orgánica de Planificación Pública y Popular (2010), el cual en su Artículo 7, indica en lo referente a la Planificación participativa, que los órganos y entes del Poder Público, durante la etapa de formulación, ejecución, seguimiento y control de los planes respectivos, incorporarán a sus discusiones a los ciudadanos y ciudadanas a través de los consejos comunales, comunas y sus sistemas de agregación.

En concordancia con lo descrito, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) contempla la creación del Consejo Federal de Gobierno quien establecerá los lineamientos que orientarán los procesos de planificación y coordinación en la ordenación territorial y de transferencia de las competencias y atribuciones de las entidades territoriales, hacia las organizaciones de base del poder popular. En este contexto en cada Estado se creará un Consejo de Planificación y Coordinación de las Políticas Públicas y en los municipios se crea el Consejo Local de Planificación Pública.

A través de estos órganos, las comunidades organizadas están involucradas en la toma de decisiones en la elaboración de los proyectos de obras o servicios que sean prioritarias para sus localidades, en concordancia con lo estimado por el gobernador en el caso de los Estados o alcalde en el caso de los Municipios en el presupuesto estimado a dicho sector.

En este contexto, es importante resaltar lo señalado en el Artículo 5 numeral 19 de la Ley de Reforma parcial de la Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública (2010) plasma lo siguiente: es el mecanismo mediante el cual los ciudadanos y ciudadanas del Municipio proponen, deliberan y deciden en la formulación, ejecución, control y evaluación del Plan de Inversión Municipal con el propósito de materializarlo en proyectos para permitir el desarrollo del Municipio, atendiendo a las necesidades, potencialidades y propuestas de las organizaciones vecinales, comunitarias y sectoriales ante el Consejo Local de Planificación Pública.

Para llevar a cabo el presupuesto participativo, las comunidades organizadas deben realizar primeramente un diagnóstico, en el cual se plantearan los problemas y sus posibles soluciones. El diagnóstico participativo se realizará mediante asamblea de las comunidades organizadas, luego se realizara la priorización de necesidades, para luego ser presentadas al Consejo Local de Planificación Pública donde formula el Plan y el Presupuesto de Inversión de los Municipios.

Seguidamente en el marco de las transformaciones políticas y administrativas del país; se dio inicio a la conformación de otro espacio de participación de las comunidades, como son los Consejos Comunales (CC).

En este sentido, los consejos comunales, constituyen las “instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos y ciudadanas, que permiten al pueblo organizado ejercer directamente la gestión de las políticas públicas y proyectos orientados a responder a las necesidades y aspiraciones de las comunidades en la construcción de una sociedad de equidad y justicia social”.

Por otra parte, los medios de participación mediante los cuales los ciudadanos pueden manifestar su aprobación, rechazo, observaciones, propuestas, iniciativas, quejas, denuncias y, en general para expresar su voluntad respecto a los asuntos de interés colectivo, estando entre otros de acuerdo a lo contemplado en el artículo 70 de la Carta Magna son los siguientes: 1) Cabildos abiertos. 2) Asambleas de ciudadanos.

De lo anterior descrito, en la presente investigación se establece la importancia que tiene el presupuesto participativo, ya que se le da un papel protagónico al ciudadano en cuanto a su participación en el presupuesto de la gestión pública, en este caso se trata del empoderamiento de las comunidades, pues, éste se involucra en la toma de decisiones, fiscalización, control, seguimiento de las acciones públicas emprendidas, permitiéndole se desarrolle y contribuya a lograr mejor desempeño y transparencia de la gestión pública.

CONTROL SOCIAL

El Control Social se manifiesta a través de un conjunto de leyes y normas, así como mecanismos informales, capaces de regular la conducta y actitudes de los individuos. En este contexto, según el artículo 2 de la Ley Orgánica de la Contraloría Social (2010), la contraloría social, sobre la base del principio constitucional de la corresponsabilidad, es una función compartida entre las instancias del Poder Público, los ciudadanos, ciudadanas y las organizaciones del Poder Popular, para garantizar que la inversión pública se realice de manera transparente y eficiente en beneficio de los intereses de la sociedad, y que las actividades del sector privado no afecten los intereses colectivos o sociales.

La contraloría social se ejerce, de manera individual (cuando la persona formula o dirige una solicitud, observación o denuncia sobre asuntos de su interés particular o se relacione con el interés colectivo o social) o colectiva (a través de la constitución de organizaciones, por iniciativa popular, conformadas por dos o más personas, para ejercer el control de manera temporal sobre una situación específica

y circunstancial; o permanentemente, sobre cualquier actividad del ámbito del control social), en todas las actividades de la vida social, y se integra de manera libre y voluntaria bajo la forma organizativa que sus miembros decidan. En todo caso, cuando su conformación sea de manera colectiva, todos y todas sus integrantes tendrán las mismas potestades.

En torno a lo descrito, Paz (2012), manifiesta en cuanto al empoderamiento de la ciudadanía, que el facultar a esta, prepararla en función de ejercer los derechos y deberes de la colectividad requiere que no existan limitaciones en cuanto al acceso a la información del presupuesto asignado y el seguimiento a la distribución del gasto público.

En el presente estudio se considera que con la implementación de las Contralorías Sociales, se puede lograr la transparencia del ejercicio de la gestión pública, disminuyendo las prácticas de corrupción, permitiendo establecer las prioridades de las necesidades de la comunidad y logrando que la sociedad conozca cuál es el destino de los recursos asignados, que participe en el seguimiento del control de ejecución de los proyectos de obras y servicios, manteniendo a la comunidad informada, estas pueden ejercer su actividad contralora, contribuyendo así a disminuir los niveles de corrupción, aumentando así los niveles de transparencia.

LA NEGOCIACIÓN COMO ESTRATÉGICA EN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La negociación de manera general, es la reunión entre dos partes que no necesariamente están en conflictos, el objetivo principal es alcanzar por medio de la comunicación el manejo de conflicto en el caso de que lo hubiere para obtener resultados positivos que estén de acuerdo con sus intereses mutuos. La esencia de negociar es apoyarse en una cuidadosa preparación, en establecer un clima de cooperación y en utilizar los canales de comunicación interpersonal, pensamiento crítico y análisis.

En este orden de ideas Ury, (2009): afirma que la negociación es un proceso de mutua comunicación encaminado a lograr un acuerdo con otros cuando hay algunos intereses compartidos y otros opuestos. Como complemento para Cabrales (2013) la negociación queda definida como un proceso humano comunicativo de alta complejidad en el cual las partes tienen intereses opuestos y otros en común. Para la autora la finalidad de Negociación es darle solución una situación o asunto.

Por otro lado, Ortiz Crespo afirma que la participación es una relación de poder, y por tanto, una relación política, a través de la cual una pluralidad de actores, individuos y grupos sociales, se encuentran y confrontan, ejerciendo su capacidad de decisión para orientar los recursos en función de la solución de sus aspiraciones.

Ahora bien, los actores sociales se consolidan mediante organizaciones no gubernamentales (ONG), sindicatos, consejos comunales y toda forma de organización que agrupe a la sociedad civil, de forma que si la actuación del Estado es permeable a la opinión social, se garantiza una mayor transparencia a la actuación gubernamental, al tiempo que se incrementa la confianza de la ciudadanía.

Esta situación concuerda con lo afirmado por Maggiolo y Perozo (2007) quienes afirman que en este entorno donde los gobernantes pretenden hacer valer su posición frente a las cuestiones reconocidas como problemas por los actores sociales. En otras palabras, los actores pueden intervenir estratégicamente en la vida pública a través de las políticas en función de sus intereses reales para resolver los problemas de la sociedad. Tal vez, esto explica por qué no siempre encontramos una coherencia entre la definición del problema y las opciones de solución propuestas.

Al respecto, Repetto y Acuña (2001), citados por Vila y Chedrese, 2003: estiman la presencia de ciertos atributos en determinados colectivos o individuos, que los califica como actores de política pública, uno de estos atributos es la capacidad de negociación, este atributo da cuenta de la posibilidad de incidir en el proceso de política pública a partir de la movilización de los recursos políticos y económicos que se posean. Aun cuando estos autores no plantean de forma explícita el significado de capacidad de negociación, este podría entenderse en términos de Porter (1980), como la habilidad o suficiencia de alguno de los actores de influir en el proceso de creación de una política.

En este contexto, las necesidades y su satisfacción son el denominador común de la negociación como estrategia en el proceso de participación ciudadana, si las personas no tuvieran necesidades insatisfechas no negociarían. Nierenberg (1991) citado por Parra (2012) manifiesta que la negociación supone que tanto el negociador como su contraparte desean algo. De otro modo no habría necesidad de llegar a acuerdos. En este contexto plantear las necesidades de la colectividad y su satisfacción es el fin de la participación ciudadana.

De lo anterior descrito, se logra inferir que a través de la negociación como estrategia para el logro de la eficiencia en la Participación Ciudadana, se persigue concientizar a cada uno de los ciudadanos (tanto la sociedad civil como el Estado), en cuanto a los valores, la dignidad, la justicia, tolerancia, el respeto, la moral, las buenas costumbres y la importancia de los mismos ya que permiten contribuir en el desarrollo y bienestar de la sociedad tal como establece el artículo 2 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

En este contexto, Caridad y De Pelekais (2006) señalan que los organismos públicos al momento de gerenciar deben considerar el rol de sus actores internos, clientes y comunidad donde actúan. El valor responsabilidad (Accountability) como parte de la filosofía de la empresa, que se distinga por los atributos de un liderazgo relacional, que tome en cuenta el conocimiento y talento de su gente, sistemas comunicacionales con énfasis en el diálogo empático y asertivo (estilo conversacional), apoyado en sistemas de información, medición y de auditoría, así

como en la publicación sistemática de resultados y con un comportamiento centrado en sus grupos de interés internos y externos.

En consonancia con lo descrito, Caridad y De Pelekais (2006) manifiestan, que la comunicación es un sistema integrador, las empresas ameritan aumentar su interés en la teoría y práctica del estilo conversacional que implica el diálogo, como elemento básico de su sistema comunicacional. Esta forma de interactuar sirve de ayuda a grupos para llegar a altos niveles de conciencia y, por lo tanto, para incrementar la creatividad y efectividad en el manejo de requerimientos, conflicto y resolución de problemas.

Según la citada autora, las organizaciones responsables practican la asertividad, concepto prioritario en los procesos de negociación y rendición de cuentas, fortaleciéndose en la medida en que sus miembros conocen claramente sus deberes y responsabilidades, ello impulsa a usar la iniciativa para enfrentar, solucionar los problemas, actuando siempre en los límites de su autoridad.

En consonancia a lo descrito Paz (2012) manifiesta que la comunicación permite la eficiencia en la negociación debido a que el saber escuchar, saber observar, poner la atención en la comunicación verbal, así como el control de las emociones puede ayudar a entender lo que realmente desean expresar, tomando en consideración cada uno de los detalles, manteniendo siempre la armonía entre las personas para lograr que sea una comunicación integral y entender así lo que manifiestan.

Uno de los propósitos de la comunicación es persuadir al equipo negociador, en este sentido según Costa, Galeote y Segura (2004) afirman: la negociación implica persuasión de otros, debe ser una actividad persuasiva y no coercitiva, esto significa que la relación entre los negociadores se inscribe en el ámbito que aquellas estén regidas por los principios y normas que cada sociedad ha instaurado para cooperar y convivir. Por lo tanto la negociación se debe servir de las habilidades persuasivas de las palabras, silencios y gestos durante el diálogo.

Cada organización debe trabajar, con el enfoque de su negocio en sus diversas áreas, para gestionar los temas de derechos humanos apropiarlos y que no se vean alejados a su realidad. En este orden de ideas, para Lozano (2014) es necesario abrir espacios de diálogo entre estado, empresas-sociedad civil para llegar a un equilibrio económico, de las sociedades en términos de Sostenibilidad. El consenso y la evaluación son clave en la relación empresa, sociedad civil y estado, para trabajar por el interés general.

Por otro lado, la concepción planteada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre la cuestión de diálogo social engloba: todo tipo de negociaciones y consultas e incluso el mero intercambio de información- entre representantes de los gobiernos, los empleadores y los trabajadores sobre temas de interés común relativos a las políticas económicas y sociales. Hernández (1995) citado por Díaz (2007), señala que: el diálogo social no requiere acuerdo como la concertación, pero supone un intercambio de opiniones más constante

Es menester distinguir entre diálogo social y los acuerdos a los que se llega con posterioridad a dicho diálogo, es decir, la concertación social. Esta concertación obedece a parámetros de mayor entendimiento y compromiso entre los actores, ya que, de la cultura del cumplimiento de las obligaciones deviene la confianza, la credibilidad y la seriedad de los actuantes. Los cambios previsionales requieren de partidos organizados con agendas propias, sindicatos autónomos y parlamentos representativos. (Díaz, 2007) manifiesta: El clima favorable para una reforma previsional progresiva y democrática, exige una reforma del Estado, la convocatoria al diálogo social, y transparencia en las ejecutorias. En este orden de ideas es necesario, resaltar la diferencia entre el dialogo y la concertación entre la Sociedad Civil y el Estado.

Por su parte, el Diccionario de la Lengua Española define al diálogo como la plática entre dos o más personas, que alternativamente manifiestan sus ideas o afectos, precisa que concertar es pactar, ajustar, tratar, acordar un negocio, el punto central del diálogo es la conversación permanente mientras que, en la concertación social es el acuerdo entre los actores. En este sentido, para Álvarez (1995) citado por Chirinos y Villazmil (2010): Mediante la concertación se persigue que los actores sociales, en lugar de mantener actitudes de permanente y absoluta confrontación, logren ciertas áreas de consenso que suponen obtener, a mediano y a largo plazo, resultados ventajosos para ambas partes y para la sociedad en general (1995).

En la investigación se concuerda con los autores debido a que en la atención al ciudadano, resulta imprescindible hacer todo lo posible por lograr conocer y entender a sus necesidades a través del dialogo. Para ello ayudaran habilidades como: La empatía: ponernos en el lugar de la comunidad. La asertividad lo constituye la manera de expresarnos para que la sociedad civil comprenda mejor y se comunique con el estado correctamente, por otra parte la escucha activa permite obtener toda la información implícita a la palabra y actitud a la comunidad.

Es por ello que La negociación incide en las relaciones personales, por lo tanto en este proceso entra en juego el logro de resultados o la satisfacción de necesidades, que en la mayoría de los casos son de gran relevancia para las personas implicadas en (Sociedad- Estado). Es por ello la necesidad de mantener un diálogo respetuoso, una actitud proactiva, serena y un genuino interés por cooperar para el logro de un resultado mutuamente satisfactorio lo que dejará un balance positivo del proceso.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Las Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación definen de manera explícita los objetivos, estrategias y políticas, en los cuales deberán enmarcarse los proyectos de los organismos públicos en Venezuela, es necesario entonces que estos realicen una eficiente planificación estratégica.

Según la Oficina Nacional de Presupuesto (ONAPRE) (2014) la planificación, es un proceso de toma de decisiones y acciones tendientes a definir una política orientada a lograr un sostenido y a la vez ordenado mejoramiento de todos los complejos problemas que enfrenta la sociedad. Planificar, es concebir un sistema donde estén implícitos, el análisis integral de las situaciones que se presentan, para

de esta forma fijar políticas, estrategias, planes, metas y objetivos que permitan el logro de una mejor utilización de los recursos con el mínimo costo posible.

El proceso de preparación o formulación de Políticas Públicas, se realiza mediante el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social, en el cual se formula el Presupuesto plurianual de gasto e inversiones, En este sentido el Artículo 26 de la ley Orgánica de Planificación Pública y Popular señala que el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación es el instrumento de planificación, mediante el cual se establecen las políticas, objetivos, medidas, metas y acciones dirigidas a darle concreción al proyecto nacional plasmado en la Constitución de la República.

En este contexto, la planificación del desarrollo económico y social constituye una de las responsabilidades fundamentales del Sector Público: dentro de ésta se encuentre el instrumento conocido como Plan Operativo Anual, al cual corresponde la concreción de los planes de largo y mediano plazo, en este proceso debe incluir a la comunidad y establecer las prioridades de sus necesidades se realiza la planificación Institucional de políticas y metas, asignaciones de gasto y de inversión pública.

A través de la definición de prioridades, se deben definir y negociar las políticas sectoriales, formular las directrices, supervisar y evaluar resultados. En este contexto sin establecer prioridades de acuerdo a las necesidades de la comunidad, se hace imposible cualquier tipo de planificación estratégica y conduce a una asignación de recursos que se reproduce en función de las inercias y rutinas existentes.

Enfocándose en la solución de los problemas sociales (incertidumbre, inconsistencia, confusión, escases, presiones), para que el Estado puede tomar decisiones acertadas, en este sentido de acuerdo a la temática estudiada solo mediante el dialogo (Sociedad Civil- Estado) se llega al acuerdo o concertación y a la solución de los problemas sociales. (Ver figura Nro1).



FUENTE: Elaboración propia.

Finalmente el proceso de evaluación: de las acciones gestión pública, deben permitir el análisis los resultados de la gestión dentro del aparato gubernamental, en su relación con la ciudadanía, a través de los Indicadores de Gestión. Aunado a lo descrito, la Contraloría General de la República Bolivariana de Venezuela (2013), manifiesta que la medición facilita el seguimiento de la gestión, permite comparar lo planificado con los logros obtenidos y, hacer los ajustes pertinentes en la administración de los recursos. En vista de las mejoras que ofrecen estos mecanismos, es oportuno promocionar una cultura que motive a los funcionarios a estimarlos como instrumentos que contribuyen al desarrollo y mantenimiento de sistemas de información eficientes, que propulsarán la calidad de los productos y servicios generados para el bien de la sociedad

CONSIDERACIONES FINALES

Los valores compartidos en el proceso de participación ciudadana representan un nuevo paradigma en la gestión pública, donde la toma de decisiones se fundamenta en normas y principios establecidos en la cultura organizacional, otorgándole a la organización pública identidad, personalidad y destino para lograr sus fines sociales contribuyendo con el bienestar de la colectividad.

Por otro lado, siendo que los valores se conciben como parte de la conducta del ser humano, es el respeto por sí mismo, lo que le permite al hombre tomar decisiones con responsabilidad, honestidad sus principios así como reglas éticas, es importante profundizar sobre la importancia de la implicación de la ciudadanía en el control público y las nuevas formas de articulación del control ciudadano, entendido éste como un derecho y una obligación que tienen estos de intervenir en forma directa o a través de sus representantes legítimamente elegidos, en el control de la gestión pública.

Así mismo, velar por quienes utilicen y administren los recursos públicos de la nación de manera honesta, equitativa, transparente y eficiente, en beneficio de toda la colectividad es una actitud responsable ante la sociedad. En este sentido es importante el desarrollo de la cultura ciudadana del control, ampliada y reforzada a partir de la consolidación de la democracia participativa y protagónica, ha permitido materializar la incorporación de los venezolanos en los asuntos públicos que determinan la vida social.

En cuanto al tema de la negociación, es significativo resaltar que los valores compartidos entre el Estado como veedor de las necesidades de la comunidad y la Sociedad como el empoderado en estos procesos, es importante al momento de tomar las decisiones estratégicas que marcan el futuro del país, de manera complementaria el dialogo asertivo previo a la concertación debe ser el ímpetu en el proceso de participación ciudadana con la finalidad de superar los obstáculos que se generan en el entendimiento de estos actores.

En este sentido, la ausencia de una verdadera cultura de diálogo y de respeto al otro generaría el incumplimiento de la satisfacción de las necesidades del colectivo, aumentando así el abuso de poder y opacidad. Es importante entonces eliminar el rechazo de las instituciones del Estado al dialogo y la concertación, así

como el rechazo a ser vigilados y evaluados por los ciudadanos con la finalidad de que estos conozcan el destino de los recursos públicos.

Por otro lado, se debe evitar el interés individual de los gobiernos y hasta de las mismas comunidades organizadas por controlar e imponer sus proyectos y programas en beneficio de sus intereses particulares, muchas veces personales, sin tomar en consideración las necesidades así como los problemas reales de la población a veces, en detrimento de los mismos.

Por otro lado, es importante que al momento de la negociación entre el Estado y la Sociedad esta última logre persuadir o convencer de cuáles son realmente sus necesidades prioritarias con la finalidad de que sean incluidos en los proyectos sociales los recursos necesarios dirigidos a la satisfacción de estas, es necesario entonces que antes de que se de la concertación entre la Sociedad Civil y el Estado, exista un dialogo asertivo y transparente donde se manifieste la realidad de las necesidades del colectivo, sin la politización de las partes involucradas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asamblea Constituyente (1999). Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 36.860 de 1999.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2010). Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y del Sistema Nacional de Control Fiscal Caracas. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 6013 Extraordinario de fecha 22 de Diciembre de 2010.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2010) Ley Orgánica de Planificación Pública y Popular Gaceta Oficial N° 6.011 extraordinario.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2010) Ley Orgánica de Contraloría Social Gaceta Oficial N° 6.011 extraordinario.

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2010) Ley de Reforma parcial de la Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública. Gaceta Oficial N° 6.017 extraordinario.

Caridad, M. y Pelekais, C. (2006). **Perfil unitriádico de empresas responsables.** (accountability) .Revista de Ciencias Sociales (RCS). Vol. XII, No. 1, Enero-Abril 2006, pp. 46–61 Maracaibo, Venezuela. Cabrales (2013) La prevención de enfermedades profesionales. V jornadas del Día Mundial de la Seguridad y Salud Laboral. Organización Internacional del Trabajo. (OIT)

Cantú D, Humberto (2001). **Desarrollo de una Cultura de Calidad.** México. Editorial McGraw Hill.

Cohen y Altamira (2003). **Claves de la Negociación, con el corazón y la mente.** Madrid: Mc Graw-Hill.

Código de Ética de las Servidoras y los Servidores Públicos. Gaceta Oficial N° 40.314 de fecha 12/12/2013.

Contraloría General de la República Bolivariana de Venezuela. Revista de Control Fiscal N° 169. Cultura de la Eficacia. Enero-Junio 2013.

Costa, M. Galeote, M. y Segura Mariana (2004). **Negociar paracon-vencer.** Madrid, España: Mac Graw-Hill/ Interamericana.

- Chirinos y Villasmil (2010). **El diálogo social y la concertación como práctica política en la Venezuela contemporánea.** Revista de Ciencia Sociales v.16 N 4 Maracaibo dic. 2010.
- Díaz, Luis Eduardo (2007). **Seguridad social y protección social: Modalidades y alcances de la tutela del Estado en la sociedad del siglo XXI.** En: **Derecho del Trabajo.** Derecho del Trabajo en los albores del siglo XXI Memorias comunicacionales del Congreso Internacional de Derecho del Trabajo. Fundación Universitas. Barquisimeto-Venezuela. Volumen 3.
- Fermín (2004) **Herramientas de Participación Ciudadana y Contraloría Social “Proyecto componente formativo del programa de fortalecimiento técnico de los Consejos Locales de Planificación Pública”** Fundación Escuela de Gerencia Social. Ministerio de Planificación.
- Fuenmayor y Hernández (2012) **Cadena de valor, herramienta como ventaja competitiva para una Planificación Gerencial efectiva en el mundo organizacional** Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín (URBE) Venezuela.
- Hernández Álvarez, Oscar (1995). **Concertación social: Teoría general y experiencia latinoamericana.** **Gaceta Laboral.** Volumen 1. N° 2. Maracaibo-Venezuela
- Instituto de Altos Estudios y Control Fiscal (2012) **Gestión Pública y Participación Ciudadana.**
- Malaret, J (2001) **Manual de Negociación y Mediación, negociaciones empresariales eficaces para juristas y directivos.** Segunda Edición Madrid: Colex.
- Ministerio del Poder Popular de Finanzas. Oficina Nacional de Presupuesto (2014) INSTRUCTIVO N° 21. Formulación de la Ordenanza de Presupuesto Anual de Ingresos y Gastos de los Municipios
- Naessens, H. (2010). **Ética Pública y Transparencia. Ética Pública y Transparencia.** México, Toluca, México: Centro de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Parra (2012) **La Negociación Cooperativa: una aproximación al Modelo Harvard de Negociación.** Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política.
- Paz, Y. (2012) **Responsabilidad en la Gestión Pública como mecanismo de control social mediante la Participación Ciudadana** URBE Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín
- Paz, J. (2012) **Comunicación Organizacional como Herramienta Estratégica en la Negociación y Mediación.** URBE Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín.
- Portillo y Espinosa (2010) **El diálogo social y la concertación como práctica política en la Venezuela contemporánea** Revista de Ciencias Sociales v.16 N. 4 Maracaibo
- Salcedo y Romero (2006). **Cultura Organizacional y Gestión de la Calidad en una Empresa del Estado Venezolano.** Scielo. Revista Venezolana de Gerencia. Volumen 11 Nro. 33.
- Suárez, M. (2004). **Mediación. Conducción de disputas, comunicación y técnicas.** Buenos Aires: Paidós.
- Sanoja (2009) **Experiencia Venezolana de Participación Ciudadana en la Gestión de los Ingresos Públicos: el Presupuesto Participativo.** Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas

Seijo y Ávila (2009) **Valores Éticos y Responsabilidad Social Empresarial: una plataforma gerencial en Universidades Privadas**. Maracaibo. Estado. Zulia.

Venezuela. Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social. Maracaibo. Estado Zulia. Venezuela.

Tornos, Arroyo, Martínez y López (2012), **Transparencia, Rendición de Cuentas y Participación .Una agenda común para la Cohesión Social y la gobernanza en América Latina**. Editorial URB-ALL. Barcelona España.

Ury, W. (2009). **¡Supere el no! Como negociar con personas obstinadas**. Grupo Editorial Norma. Bogotá. Colombia.

Vila, María y Chedrese, Lucas (2003). **Los Consejos Barriales: propuesta para el fortalecimiento democrático. Repensando la participación política desde lo local**. Ponencia en II Congreso Argentino de Administración Pública. Sociedad, Gobierno y Administración.

PROPUESTA PARA EVALUAR EL CAPITAL INTELECTUAL EN LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA

García de Fernández, Marianela
nelagarciadf@hotmail.com

Gómez, María Corina
Mariacorinagomez99@gmail.com

RESUMEN

La medición del Capital Intelectual en las universidades es de gran relevancia, debido al hecho que el conocimiento es el principal output (resultado) e input (insumo) en estas instituciones. Así, la universidad lo que produce es conocimiento, bien sea por medio de la investigación científico-técnica o bien a través de la docencia. Se han realizado diversos estudios que proponen alternativas para su medición y gestión, a partir de las cuales se sustenta la metodología para su implementación en las universidades; por tal razón, el propósito de la presente investigación fue diseñar un instrumento que en su mayoría está basado en indicadores de gestión para evaluar el Capital Intelectual en la Universidad del Zulia, basándose en sus tres dimensiones: Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional; con un amplio sustento teórico apoyado en Rivero (2005), Márquez (2010), Cañibano (2002), entre otros. La metodología aplicada fue descriptiva-documental. El instrumento propuesto se considera hoy en día de gran utilidad, si se desea hacer no sólo una evaluación objetiva del capital intelectual en la Universidad del Zulia, sino también si se desea asumir con bases sólidas, los retos futuros a los que se enfrenta el sector universitario, los cuales requerirán una participación activa de todos los miembros de la comunidad universitaria.

PALABRAS CLAVE: Capital Intelectual, Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional, Instituciones de Educación Superior.

INTRODUCCIÓN

Los cambios que se están sucediendo en el entorno empresarial en el contexto de la globalización económica, impulsados fuertemente por los avances en las tecnologías de la comunicación y de la información y por las nuevas

concepciones de la gestión empresarial que éstos traen consigo, comportan importantes cambios en el funcionamiento de las universidades.

En este sentido, las universidades son instituciones que poseen un cúmulo de activos físicos, financieros e intangibles que deben ser gestionados de la mejor forma posible. En dichas instituciones, las direcciones de apoyo de planta física y finanzas se encargan de gestionar los activos físicos y financieros respectivamente, pero los intangibles muchas veces son gestionados en forma de islas y, a pesar de la dificultad de encontrar hoy en día a alguien que dude acerca de la importancia que reviste para cualquier organización la gestión del capital intelectual, son recientes los intentos realizados por universidades en esta materia (Gómez. M., 2010).

Por ello, se requiere que las universidades conozcan sus fuentes de recursos y sus capacidades que contribuyan a lograr su autofinanciación, así como a elevar su imagen como institución: su producción científica e intelectual, el talento de sus miembros, su compromiso, su prestigio y su calidad, tanto humana como profesional, y el soporte tecnológico que poseen para desarrollar sus conocimientos y difundirlos.

Si se realiza un análisis desde el punto de vista económico-financiero, el valor contable de la universidad viene dado por la suma del valor de sus activos tangibles (edificios, equipos de laboratorio, ordenadores, entre otros). Los grandes ausentes en los estados financieros, los intangibles, son los que en realidad aportan valor a las organizaciones, especialmente en aquellas que son intensivas en la creación y difusión del conocimiento. (Rivero, D. et al., 2005)

De acuerdo con Kaplan, R. y Norton, D. (1997), si estos elementos no se miden no se pueden gestionar, es como trabajar a ciegas sin conocer las potencialidades con que cuenta la organización; lo que plantean estos autores es totalmente cierto, de nada vale medir exclusivamente lo tangible, sin tomar en cuenta lo intangible en las instituciones de educación superior.

A partir de este razonamiento y teniendo presente la contribución decisiva que tienen las universidades en la producción científica de la economía, se hace necesario proponer instrumentos de gestión que mejoren su aportación a la sociedad. De este modo, la adopción de programas de medición y gestión del capital intelectual constituye una alternativa estratégica para potenciar los resultados de sus actividades, cuestión que ha cobrado especial relevancia con el auge de la sociedad del conocimiento, lo que ha difundido en el ámbito académico y empresarial la búsqueda de herramientas que midan y gestionen lo que se ha denominado Capital Intelectual. (Rivero, D. et al., 2005)

En la actualidad no existe un consenso sobre cómo llevar a cabo tal medición y gestión, pero se han realizado diversos estudios que proponen alternativas tentadoras, a partir de las cuales se sustenta la metodología para su implementación en las universidades. En función de lo planteado anteriormente, en el presente artículo se propone diseñar un instrumento que en su mayoría está basado en indicadores de gestión para evaluar el Capital Intelectual en la

Universidad del Zulia, basándose en sus tres dimensiones: Capital Humano, Capital Estructural y Capital.

ASPECTOS CONCEPTUALES SOBRE EL CAPITAL INTELECTUAL EN LAS UNIVERSIDADES

Tomando en cuenta el ámbito de las instituciones de educación superior, la presentación de información sobre capital intelectual llega a ser de gran relevancia debido, principalmente, al hecho de que el conocimiento es el principal output (resultado) e input (insumo) en estas instituciones. Así, la universidad lo que produce es conocimiento, bien sea a través de la investigación científico-técnica (resultados de investigación, publicaciones, etc.) o bien a través de la docencia (estudiantes formados y relaciones productivas con sus stakeholders). Asimismo, entre sus recursos más valiosos están sus docentes, investigadores, personal de administración y servicios, gobierno universitario y estudiantes, junto con sus procesos organizacionales y redes de relaciones (Warden, C. 2003; Leitner, K., 2004). Por lo que puede afirmarse que tanto sus inputs como sus outputs son principalmente intangibles (Cañibano, L. y Sánchez, P., 2008).

En este sentido, la definición proporcionada por Cañibano, L. et al., (2002), establece que el capital intelectual “es la combinación de los recursos humanos, organizativos y relacionales de una empresa”, y abarcaría la totalidad de intangibles, tanto formales como informales, siendo más que la simple suma de los elementos que lo integran.

En línea con esta definición, el término “capital intelectual” dentro de las universidades es usado para cubrir todos los activos no tangibles o no físicos de la institución, incluyendo sus procesos, capacidad de innovación, patentes, el conocimiento tácito de sus miembros, sus capacidades, talentos y destrezas, el reconocimiento de la sociedad, su red de colaboradores y contactos, etc. De tal modo que, el capital intelectual es el conjunto de intangibles que “*permite a una organización transformar un conjunto de recursos materiales, financieros y humanos en un sistema capaz de crear valor para los stakeholders*” (European Commission, 2006, p. 4).

Por otro lado, Edvinson, L. y Malone, M. (1997) lo identifican con diferentes expresiones que ilustran además su relevancia. Por ejemplo, metafóricamente, lo describen como un iceberg: “Por encima de la superficie se alzan los recursos financieros y físicos, visibles e imponentes bajo el sol. Por abajo, hay algo invisible, muchísimo más grande, cuya importancia reconocen todos aunque nadie conoce sus contornos”.

También lo conceptualizan como la posesión de conocimientos, experiencias aplicadas, tecnologías organizacionales, relaciones con clientes y destrezas profesionales que dan una ventaja competitiva en el mercado. Es decir, la suma de los conocimientos que poseen todos los empleados de una empresa y le dan a ésta una ventaja competitiva. Es material intelectual (conocimientos, información, propiedad intelectual, experiencia) que se puede aprovechar para crear riqueza.

DIMENSIONES Y ENFOQUES DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LAS UNIVERSIDADES

En cuanto a las dimensiones del capital intelectual universitario, cabe señalar que éste ha sido categorizado de diferentes modos, pero sin duda la clasificación tripartita ha sido la que ha tenido una más amplia aceptación en la literatura especializada (Leitner, K., 2004; Elena, S., 2007; Ramírez, Y. et al., 2007; Cañibano, L. y Sánchez, P. 2008; Bezhani, I., 2010; Casanueva, C. y Gallego, A., 2010; Márquez, M. 2010). Así, el capital intelectual se representa como formado por los siguientes tres componentes básicos y fuertemente interrelacionados:

CAPITAL HUMANO: es el conjunto de conocimiento explícito y tácito del personal de la universidad (profesores, investigadores, gestores y personal de administración y servicios) adquirido a través de una educación formal e informal y de procesos de actualización incluidos en sus actividades. Incluye aquellas características individuales y personales que contribuyen a garantizar la creación de valor para la organización.

El factor humano constituye un elemento decisivo de cualquier organización, y por ello, es de vital importancia centrar la atención en métodos y estilos de dirección que propicien la motivación, el compromiso y la participación de todo el personal. Lo que diferencia a las universidades de la mayoría de los organismos es que tiene dentro de la propia organización a los profesionales responsabilizados socialmente con la formación de futuras generaciones, los que deben contribuir al desarrollo del país. Por lo tanto, si la universidad gestiona su capital humano se proveerá de un potencial científico de alto prestigio, plenamente identificado e incorporado a la solución de problemas en el territorio.

CAPITAL ESTRUCTURAL: es el conocimiento explícito relativo al proceso interno de difusión, comunicación y gestión del conocimiento científico y técnico en la universidad. El capital estructural se puede dividir en:

CAPITAL ORGANIZACIONAL: hace referencia al entorno operativo derivado de la interacción entre investigación, gestión y procesos de organización, las rutinas organizativas, valores y cultura corporativa, procedimientos internos, calidad y alcance de los sistemas de información, entre otros.

CAPITAL TECNOLÓGICO: hace referencia a los recursos tecnológicos disponibles en la universidad, tales como recursos bibliográficos, documentales, archivos, desarrollos técnicos, patentes, licencias, software, bases de datos, etc.

CAPITAL RELACIONAL: recoge el amplio conjunto de relaciones económicas, políticas e institucionales desarrolladas y mantenidas entre la universidad y los socios no académicos: firmas, organizaciones no lucrativas, autoridades públicas, gobierno local y sociedad en general, y también recoge cómo la universidad es percibida: su imagen, atractivo, fiabilidad.

Las investigaciones respecto a su medición y reconocimiento conducen a dos enfoques (Rivero, et al., 2005):

EL ENFOQUE CONTABLE, que centra su interés en la búsqueda de normas y principios que se adapten a las características de los intangibles y que permitan su presentación en los estados financieros tradicionales, el cual no ha tenido mucho consenso ni desarrollo por la tendencia a medir lo nuevo con reglas viejas.

EL ENFOQUE DE GESTIÓN, que persigue la elaboración de un instrumento que permita medir y gestionar los elementos que conforman el capital intelectual y presentar esta información en un informe complementario a los estados financieros tradicionales.

En esta dirección se han desarrollado diversos modelos, existiendo cierto consenso en los mismos, así como implícitamente en los pasos que conducen al resultado esperado, presentándose como deficiencia y limitante fundamental la determinación de un valor absoluto de capital intelectual.

Sin embargo, la actual regulación contable restringe el reconocimiento de los intangibles, permitiendo reflejar únicamente en el balance de las organizaciones los intangibles adquiridos (Cañibano, L. et al., 2008). Ante esta situación, son numerosos los organismos, entidades y académicos que, conscientes de la dificultad de incorporar el capital intelectual en los balances con la actual normativa, han optado por proponer la elaboración y presentación de los llamados Informes de Capital Intelectual, los cuales contienen un conjunto de indicadores que contribuyen a mejorar la calidad de la información contable de las organizaciones.

Tomando en consideración estos planteamientos, se considera que la información no financiera de carácter complementario es la vía más apropiada para proveer información acerca de los elementos intangibles de las universidades, evitando así la incorporación de criterios contables que pueden poner en riesgo la calidad y fiabilidad de la información financiera. Por tanto, se entiende que la mejora del sistema contable universitario provendrá de la elaboración y presentación de un nuevo informe complementario a los actuales estados financieros - el informe de capital intelectual-, el cual a través de un conjunto de indicadores mostrará aquella información más demandada por los diferentes stakeholders sobre los recursos intangibles de la institución.

Con la introducción de la obligatoriedad de presentar este Informe de Capital Intelectual en el sistema de educación superior se daría un paso crucial hacia la nueva gestión universitaria, consiguiendo un doble objetivo: identificar y medir los intangibles para propósitos de gestión y proporcionar información útil a los stakeholders (Ramírez, Y., 2010).

Una de las principales iniciativas relativa a la elaboración y presentación de información sobre capital intelectual en las instituciones de educación superior es el caso de las universidades públicas austríacas, las cuales desde el año 2007 están obligadas a presentar informes de capital intelectual (denominados Wis-sensbilanz). En concreto la ley universitaria austríaca de 2002 (Austrian University Organisation

and Studies Act, 2002), en su artículo 13, estableció la obligación y el marco general para desarrollar este informe de capital intelectual.

Según la UG2002 (sección 13, subsección 6), el informe de capital intelectual incluirá, al menos, los siguientes elementos: a) las actividades de la universidad, los objetivos sociales y voluntarios y las estrategias; b) su capital intelectual, dividido en capital humano, estructural y relacional; c) los procesos presentados en el contrato de actuación, incluyendo sus outputs e impactos.

Dentro de este informe de capital intelectual, cada universidad tiene que presentar indicadores de input, output y rendimiento para la investigación, docencia y las actividades de tercera misión.

La estructura detallada del informe de capital intelectual universitario, el modo de presentar la información y los indicadores obligatorios a ser publicados fueron regulados mediante una Orden ministerial (Federal Ministry of Education, Science and Culture of Austria, 2006) publicada el 15 de febrero de 2006.

Otras interesantes propuestas de presentación de información sobre capital intelectual son las realizadas por la Universidad Poznan de Economía, en Polonia, donde Fazlagic, A. (2005) presenta un informe de capital intelectual utilizando la metodología propuesta por el Ministerio Danés de Ciencia, Tecnología e Innovación (Danish Ministry of Science, Technology and Innovation, 2000), donde se presenta el capital intelectual en la forma de recursos, actividades y resultados; o la realizada por la organización coreana de investigación no lucrativa ETRI (Electronics and Telecommunications Research Institute), quien a comienzos del año 2001 comenzó a desarrollar una herramienta de gestión eficaz y a establecer un sistema de gestión del conocimiento y desde el año 2004 publica anualmente informes de capital intelectual (ETRI, 2005).

Por otro lado, el Observatory European of Universities (OEU) desarrolló una propuesta de presentación de un informe de capital intelectual específicamente diseñado para universidades y centros de investigación -llamado ICU Report- (Sánchez, P. et al., 2006), el cual tiene como finalidad mejorar la transparencia y ayudar a la difusión de los indicadores de capital intelectual de un modo homogéneo. El informe propuesto está constituido por tres secciones fundamentales que describen el movimiento lógico desde la estrategia interna (diseño de la visión y objetivos de la institución) y la gestión hacia un sistema de indicadores (OEU, 2006, p. 211): (a) visión de la institución; (b) recursos y actividades intangibles; (c) sistema de indicadores.

Sin embargo y a pesar de estas experiencias, en la actualidad, ni los organismos contables ni las agencias gubernamentales han establecido regulaciones, estándares o normas para elaborar informes de capital intelectual que supongan la existencia de un marco teórico riguroso y consensuado que estandarice los datos a presentar.

METODOLOGÍA PARA LA MEDICIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL EN LAS UNIVERSIDADES

La metodología para la medición del Capital Intelectual, se fundamenta en las siguientes razones (Warden, C., 2003; González, B., 2003; Rivero, D. et al., 2005):

- Profundizar y difundir el conocimiento que las universidades deben tener de su propia actividad, para impulsar las líneas de investigación de mayor impacto social.
- Facilitar el proceso de creación, difusión y aplicación del conocimiento, para favorecer la cooperación entre los distintos equipos de investigación.
- La existencia de continuas demandas externas de una mayor información y transparencia sobre el uso de los fondos públicos, lo cual es fundamentalmente debido a que la financiación mayoritaria de las universidades públicas vienen de los gobiernos.
- La mayor autonomía de las universidades respecto a su organización, gestión y distribución del presupuesto implica una mayor responsabilidad social que obligará a la Universidad a elaborar información contable para rendir cuentas a la sociedad, así como para facilitar y satisfacer las necesidades de información de los partícipes de la misma.
- El hecho de que actualmente las universidades se enfrentan a una creciente competencia por los escasos fondos de financiamiento, encontrándose por tanto más presionadas en comunicar sus resultados logrados, para la captación de recursos no gubernamentales.

Para la medición del Capital Intelectual, en el caso específico de La Universidad del Zulia, se propone el diseño de un instrumento que en su mayoría está basado en indicadores de gestión, el cual es un instrumento empírico que permite representar en alguna medida, la dimensión teórica de una variable práctica (AECA, 1998). Es importante señalar que los indicadores no son un objetivo en sí mismos, sino que son descripciones que requieren ser interpretadas y valoradas conforme a estándares. De tal manera que entre las Facultades y/o Dependencias Universitarias pueden ser puntos de referencia y de comparaciones entre las mismas.

En este sentido, los indicadores de gestión sugeridos para La Universidad del Zulia son los siguientes:

CAPITAL HUMANO

- ✓ % Relación del número del personal docente/administrativo/obrero
- ✓ %Personal docente en las diferentes dedicaciones (exclusiva/tiempo completo/medio tiempo/tiempo convencional)
- ✓ % Personal docente fijo/contratado
- ✓ % Personal docente adscrito a Centros de Investigación
- ✓ % Personal docente adscrito a proyectos/programas de investigación

- ✓ % Personal docente con la distinción del Programa de Estímulo al Investigador e Innovador (P.E.I.I.)
- ✓ % Personal docente con maestrías/especialización/doctorados/ postdoctorados
- ✓ % Personal en programas de formación
- ✓ % Personal docente jubilable
- ✓ % Índice de renuncias del personal docente
- ✓ % Aporte de la Institución en la capacitación docente
- ✓ % Personal docente con productividad científica (libros publicados, artículos, etc)
- ✓ Índice de Trabajos presentados en Congresos Nacionales e Internacionales
- ✓ Relación personal docente/estudiante en los últimos 5 años

CAPITAL ESTRUCTURAL

- ✓ Gasto en investigación + desarrollo + innovación en relación al presupuesto universitario
- ✓ No. de proyectos de investigación + desarrollo + innovación en desarrollo
- ✓ Relación de personal docente/computadora
- ✓ Relación de sistemas de información (utilización de las TIC)
- ✓ Relación de automatización de los procesos
- ✓ Utilización de normas de auto-evaluación
- ✓ Instalaciones y recursos materiales de apoyo la investigación
- ✓ Gestión y organización de la Investigación (comunicación interna de resultados, gestión de los proyectos de investigación, incentivos a la investigación)
- ✓ Organización de eventos científicos, culturales y sociales
- ✓ Capacidad tecnológica (gasto total en tecnología, disponibilidad y uso de programas informáticos, uso de internet, intranet, etc.)
- ✓ Propiedad intelectual (patentes, licencias, etc)
- ✓ Certificaciones académicas obtenidas por Facultad y/o Dependencia.

CAPITAL RELACIONAL.

- ✓ Eficiencia de la enseñanza: tasa de graduación, tasa de abandono y tasa de rendimiento
- ✓ Empleabilidad de los graduados
- ✓ Encuesta de satisfacción de los alumnos graduados de pre-grado y postgrado.

- ✓ % de inscritos en 1ra. opción respecto a la oferta total de plazas
- ✓ Relaciones con alumnos (capacidad de respuesta a las necesidades de los estudiantes, relaciones con los ex alumnos)
- ✓ Tasa de realización de prácticas en empresas y organizaciones
- ✓ Relaciones con la actividad empresarial de la ciudad (proyectos de investigación + desarrollo con empresas)
- ✓ Relaciones con la sociedad en general (representación institucional en entidades externas)
- ✓ No. de programas de relaciones interinstitucionales
- ✓ No. de programas de extensión en desarrollo
- ✓ Valoración de la formación de universitarios por el empleador
- ✓ Valoración de la opinión de la sociedad sobre la imagen de la Universidad
- ✓ Colaboraciones y contratos con organismos públicos y privados
- ✓ Colaboración con otras Universidades
- ✓ Programas de Responsabilidad medioambiental
- ✓ No. de cursos de postgrados ofertados
- ✓ No. de cursos no conducentes a grado ofertados
- ✓ No. de programas de extensión aprobados y en desarrollo

Con estos indicadores de gestión establecidos en el Capital Humano, Relacional y Estructural quedaría estructurado el instrumento propuesto para evaluar el Capital Intelectual en la Universidad del Zulia; cabe destacar que en el mismo, se seleccionaron los indicadores más relacionados para medir la efectividad en sus diferentes dimensiones.

CONSIDERACIONES FINALES

Las instituciones de educación superior, deben darse cuenta que, más allá de las tecnologías y de los procesos, son los conocimientos y el saber de su personal, cada vez más preparados, los que aportan el valor añadido a la organización educativa. Una forma de potenciar su muy discutida aportación a la sociedad está en medir la potencialidad de su capital intelectual.

Sin duda alguna, el instrumento propuesto se considera hoy en día de gran utilidad, si se desea hacer no sólo una evaluación objetiva del capital intelectual en la Universidad del Zulia, sino también si se desea asumir con bases sólidas, los retos futuros a los que se enfrenta el sector universitario, los cuales requerirán una participación activa de todos los miembros de la comunidad universitaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación española de contabilidad y administración de empresas (AECA) (1998). Los Indicadores de Gestión en las Entidades Públicas. 17. Madrid: Comisión de Contabilidad y Gestión.
- Bezhani, I. (2010). Intellectual capital reporting at UK universities. **Journal of Intellectual Capital**, 11(2), (Pp. 179-207).
- Cañibano, L. y Sánchez, P. (2008). **Intellectual Capital Management and Reporting in Universities and Research Institutions**. Estudios de Economía Aplicada, 26(2), (Pp. 7-26).
- Cañibano, L.; Sánchez, P.; García, M.; Chaminade, C. (2002). **Directrices para la Gestión y Difusión de Información sobre Intangibles. Informe de Capital Intelectual**. Proyecto Meritum. Madrid: Vodafone Fundación.
- Casanueva, C. y Gallego, A. (2010). **Social capital and individual innovativeness in university research networks**. *Innovation: management, policy & practice*, 12(1), (Pp. 105-117).
- Danish ministry of science, technology and innovation (2000). **A Guideline for Intellectual Capital Statements-A Key to Knowledge Management**. Copenhagen: Danish Trade and Industry Development Council.
- Edvinson, Leif y Malone, Michael (1997). El Capital Intelectual: Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa. Barcelona, **Gestión 2.000**.
- Electronics and telecommunications research institute (ETRI) (2005). Electronics and Telecommunications Research Institute (ETRI) (2005): Intellectual Capital Report.
- Elena, S. (2007). **Governing the University of the 21st Century: Intellectual Capital as a tool for strategic management. Lesos from the European experience**. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid.
- European commission (2006): **Reporting intellectual capital to augment research, development and innovation in SMEs**. Report to the Commission of the High Level Expert Group on Ricardis.
- Fazlagic, A. (2005). Measuring the intellectual capital of a University. **Conference on Trends in the Management of Human Resources in Higher Education**, Paris, OECD.
- Federal ministry of education, science and Culture (2006). Verordnung ueber die Wiessenbilanz (Wissensbilanz-Verordnung-WV), BGB1, II Nr.63/2006.
- Gómez, María. (2010). **Modelo de indicadores para evaluar la gestión del capital intelectual en la extensión universitaria**. CONHISREMI, *Revista Universitaria Arbitrada de Investigación y Diálogo Académico*, Vol. 6, No. 3, Venezuela (Pp.65-78).
- González, B. (2003). **Necesidades de información financiera de los sujetos implicados en el desarrollo de la Universidad**. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, Vol. 13, (Pp. 401-412)

- Kaplan, Robert y Norton, David (1997). *El Cuadro de Mando Integral*. Barcelona, **Gestión 2000**.
- Leitner, K. (2004). **Intellectual Capital reporting for universities: conceptual background and application for Austrian Universities**. *Research Evaluation*, 13(2), (Pp. 129-140).
- Márquez, M. (2010). **Medición del capital intelectual en las universidades. Modelo para el Subsistema de la Investigación Científica de la UAM**. VIII Congreso Iberoamericano de Indicadores de Ciencia y Tecnología.
- Observatory of European of university (OEU) (2006). *Methodological Guide. Final Report of the Observatory of the European University*, PRIME Project.
- Ramírez, Y. (2010). **Análisis de las principales guías para la presentación de información sobre capital intelectual**. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(2), (Pp. 481).
- Ramírez, Y.; Lorduy, C.; Rojas, J. (2007). **Intellectual capital management in Spanish Universities**. *Journal of Intellectual Capital*, 8(4), (Pp. 732-748).
- Rivero, Diana; Vega, Vladimir y Balagué, Jordi. (2005). **La medición del capital intelectual en las universidades. Un modelo para potenciar su aportación a la sociedad**. *Capital Humano* No. 185, (Pp.30-36, febrero, 2005).
- Sánchez, P.; Elena, S.; Castrillo, R. (2006). **The Intellectual Capital Report of Universities. Guidelines for disclosing IC information**. Observatory of the European University: *PRIME-OEU Methodological Guide*, (Pp. 223-251).
- Warden, C. (2003). **Managing and Reporting Intellectual Capital: New Strategic Challenges for HEROs**. *IP Helpdesk Bulletin*, 8. http://www.ipr-helpdesk.org/newsletter/8/pdf/EN/N08_EN.pdf [Último acceso: Diciembre 2011].

SALARIO EMOCIONAL COMO ESTRATEGIA GERENCIAL PARA LA FIDELIZACION DEL TALENTO HUMANO

Rosa Virginia Barrios
rosa.barrios@ujgh.edu.ve

Universidad José Gregorio Hernández (UJGH)

RESUMEN

Se planteó analizar el Salario emocional como estrategia gerencial para la fidelización del talento humano. La Investigación se clasificó del tipo documental descriptiva. El diseño de la Investigación es del tipo Bibliográfico. La técnica empleada para la investigación fue la observación documental donde se analizaron textos, fuentes doctrinales, entre otros. La fundamentación teórica estuvo basada en los postulados de: Acosta (2002), Carrión (2008), Pérez (2002), Alcaide (2011), Gay Puyal (2009).

Para la técnica de análisis e interpretación de los datos se utilizó la hermenéutica, analizando los beneficios que le permitan a un trabajador equilibrar su vida personal, con su vida familiar, factores, que afectan evidentemente la calidad de vida del trabajador, logrando la fidelidad por la empresa, por lo tanto el salario emocional, juega un gran papel como estrategia Gerencial para atraer al personal, fidelizarlo de tal manera que este pueda prestar un servicio de calidad, irradiando una imagen corporativa en el mercado aumentando el valor de la organización. Se concluye: Que el salario emocional, como estrategia gerencial ofrece beneficios a la empresa como a los trabajadores, como instrumento innovador para la gestión competitiva

organizacional, donde los profesionales puedan desarrollar su talento, en las que trabajar sea una experiencia memorable.

PALABRAS CLAVE: Salario Emocional, Estrategia, Fidelización, Talento Humano

INTRODUCCIÓN

En la era actual, dentro de un entorno económico, empresarial, donde la gerencia se enfrenta a un fenómeno mundial, como la globalización, la competitividad, la evolución de las nuevas tecnologías y la naturaleza dinámica de los mercados contemporáneos, ante las exigencias de los distintos paradigmas en los entornos laborales asociados al salario emocional como un estímulo no monetario que contribuye en mantener el talento humano contento, atendido con beneficios extras que el trabajador disfruta, sin obviar la importancia de la remuneración metálica la cual es apetecible, pero el efecto motivador podría durar poco.

Este escenario a desarrollado, un nuevo pensamiento a nivel mundial conocido como salario emocional tal como lo señala Acosta (2002), el cual busca una armonía entre vida y trabajo, puede ser un sistema de gestión que integra soluciones encaminadas a fortalecer el balance entre los ámbitos personal y organizacional, en búsqueda del fortalecimiento del compromiso el cual va a generar valor para el logro de resultados, hacia nuevos dominios de acción sobre los empleados fidelizados condición que genere efectos sobre la productividad

No obstante, es necesario, cubrir sus necesidades intrínsecas que son vitales, por lo que cada vez más personas, incluidos los ejecutivos, prefieren renunciar a incrementos salariales (incluso a promociones), por mantener un adecuado equilibrio entre su vida profesional y familiar, en tal sentido con esta práctica las empresas elevan la productividad incentivan el trabajo en equipo, así como la empatía. Sin embargo, muchos gerentes olvidan que un personal fidelizado ofrece una mejor calidad de servicio y por ende clientes externos constantes y motivados.

En este sentido, el presente artículo se centra en el análisis del Salario Emocional cómo una estrategia gerencial el cual contribuye a la consolidación del Talento Humano en las organizaciones, como un recurso indispensable, el cual debe fidelizarse, manteniéndolo en armonía en un clima laboral agradable, por representar uno de los activos intangibles que generan valor a las empresas, representando un desafío innovador de los líderes actuales;

Con el fin de contribuir en la generación de lineamientos que permitan gestionar estas variables desde el enfoque estratégico.

ENFOQUES TEÓRICOS

Dentro del entorno empresarial Venezolano se presentan recurrentes preocupaciones que se escuchan constantemente en reuniones de trabajo o sociales al referirse a la fuga de talento, y las dificultades que presentan las empresas en retener el Capital humano, como en reemplazar a las personas una

vez que renuncian y cambian de empresa o simplemente se van del país. Esto se está volviendo un problema crítico en especial en la empresa privada, aún más cuando los beneficios económicos no son lo suficiente para equilibrar la vida personal y laboral, y a diferencia de otros retos como los de acceso a dólares o precios controlados, en tal sentido el salario emocional como una retribución intrínseca que busca el equilibrio entre la vida laboral y personal, aunado a una buena remuneración y un trato cordial como afectivo al recurso humano, que se sienta tomado en cuenta dentro de la institución.

El propósito es no sólo ofrecer un salario justo, sino suministrar una serie de beneficios que le permitan a un trabajador equilibrar su vida personal, con su vida familiar, un empleado se considera según las observaciones de la investigadora más agrado al tener calidad de existencia que ganar mucho dinero y no tener vida, por lo tanto ganar un sueldo justo y tener la opción de crecer en otros ámbitos que van más allá de su desempeño dentro de sus competencias, indudablemente prefieren fortalecerse profesionalmente, pero también recrearse e identificarse con su organización.

Antes de conceptualizar el constructo teórico del Salario Emocional, es pertinente señalar que existen distintos modelos de investigaciones previas, referentes al tema, mostrándose algunos elementos comunes entre ellos. Al respecto, (Correro, 2005), considera que en algún momento, la empresa deberá estancar el aumento del salario, pues el mismo, acorde al puesto, tocará un techo en el cual ya no podrá seguir incrementado. Esto provocará entonces que las empresas se vean en la obligación de buscar otras formas de retribuir a los sujetos por las labores que cumplen. Se postula entonces que la introducción del salario emocional será también un tema de necesidad.

En este orden de ideas, en su investigación, Barragán J; Castillo J y Guerra P. (2009), consideran que en cada organización se encuentre una de las tareas más primordiales: retener a los mejores trabajadores. Las organizaciones deben comprender de inmediato que la retención de empleados eficientes es realmente una acción estratégica que requiere principalmente de la apreciación de los niveles más altos de dirección. Actualmente son muy pocas las organizaciones que se ocupen no solo de las necesidades básicas de sus empleados y sus sueldos, sino de atender otras tales como la depresión o apoyar de alguna forma a un empleado que pasa por un proceso de divorcio, entre otras situaciones.

Por tanto, se puede citar estas como solo unas cuantas de las razones que para el empleado justifica su salida de la empresa. Este artículo tiene como objetivo el crear conciencia entre las organizaciones sobre la forma en que puede aprender la estrategia de retener a los mejores colaboradores y de esta forma optimizar su productividad y agregar valor agregado a la organización.

SALARIO EMOCIONAL

El salario emocional es una estrategia aplicada a los trabajadores que necesitan incentivos tanto extrínsecos como intrínsecos, para poder dirigir sus acciones de manera clara y precisa, por lo tanto, se considera, lo expresado por

Palomo (2010), como una retribución justa y competitiva, importante para las personas, pues un trabajador más que ganar dinero o que realizar una serie de tareas, donde un sueldo siempre puede ser mejorado por una empresa, sin embargo existen factores emocionales que marca la diferencia y el que hace que las personas sean leales y honestas con sus organizaciones.

En tal sentido, es un reto gerencial estratégico de las organizaciones Invertir en salario emocional para conseguir despertar el compromiso de las personas y conocer que es lo que los motiva realmente a cada uno. Al respecto, Carrión (2008), citado por Gómez (2011), plantea que las empresas saben que hoy en día hay que trabajar el marketing del talento a largo plazo, creando organizaciones en las que los profesionales puedan utilizar y desarrollar su talento, en las que trabajar sea una experiencia memorable, en las que el talento no sea sistemáticamente desaprovechado ante la indiferencia de todos

Tal lo referencia Gay Puyal (2009). Donde explica que “Se denomina salario porque se busca la identificación y la relación con contraprestación y, también, con reciprocidad, equidad y frecuencia”. Así mismo para el autor “Se califica de emocional porque, con independencia de satisfacción de necesidades personales, elementos satisfactorios en el contexto del clima laboral, se busca aportar satisfacción a algunos de los motivos intrínsecos” como lo son búsqueda del sentido y significado de la vida.

Por lo tanto, el salario emocional sería el que trata de brindar a los empleados beneficios, que les hagan sentirse cómodos, con un valor adicional. Aspectos que los hagan apegarse a su empresa de tal manera que la hacen diferente de las demás, como servicios concretos o dotaciones materiales, es por ello, que en momentos de crisis económica, el salario real y nominal es vital, pero a la pérdida de capacidad de compra de este, las empresas deben optar por una estrategia que fidelice a su personal.

De allí, que el secreto del salario emocional está en la motivación, así que se pueden tomar en cuenta factores tales como: Invertir en el desarrollo de un sistema de aprendizaje continuo dónde la formación profesional sea importante para la empresa, pólizas atractivas de HCM para el trabajador y sus familiares, planes de colegios e incentivos para sus hijos, que el trabajador cuente con asistencia legal, mensajería, agencias bancarias dentro de la organización como estrategia se puede considerar el artículo 105 de la LOTT, el cual establece los beneficios socioeconómicos, que no forman parte del salario, pero si pueden ser considerados como una inversión deducible del Impuesto sobre la Renta.

La legislación tributaria y la laboral establecidas actualmente en el país, favorecen la aplicación del salario emocional sin que se hayan desarrollado explícitamente para dicho tipo de salario, no obstante favorecen inversiones que se realicen sobre los trabajadores, que no se conviertan en salario en especie en lo que respecta a lo laboral y en partidas deducibles del pago del tributo en lo que respecta a la Ley de Impuesto sobre la renta.

El encabezado del artículo 31 de la Ley ISLR Reformada considera como enriquecimiento neto toda contraprestación o utilidad, regular o accidental, derivada de la prestación de servicios personales bajo relación de dependencia, independientemente de su carácter salarial, distintas de viáticos y bonos de alimentación, bajo esta consideración los gerentes pueden optar como estrategia Invertir en partidas que incentiven al trabajador pero que no formen parte del salario, por ende incrementar los pasivos laborales, pudiendo ser consideradas deducibles del impuesto.

Es por ellos, que para Abad, (2008), los trabajadores y las personas que se sienten apreciados muestran una actitud positiva, mayor confianza en sí misma, aunado a la habilidad para contribuir y colaborar, los trabajadores con autoestima, son potencialmente los mejores empleados, es importante resaltar que satisfacer de este modo al talento humano, es propicio para crear un entorno vital, agradable, motivador además de enérgico para triunfar del mismo modo, destacar en el mercado, en fin al incorporar el reconocimiento como base de la cultura organizacional, proporciona un clima laboral positivo y productivo

ESTRATEGIA GERENCIAL

En este mismo orden de ideas, Thompson y Strickland, (1999) suponen que “La estrategia de una organización consiste en las acciones combinadas que ha emprendido la dirección y qué pretende para lograr los objetivos financieros y estratégicos y luchar por la misión de la organización. Esto a la larga nos va a ayudar a cómo lograr nuestros objetivos y cómo luchar por la misión de la organización” así mismo Ansoff (1965) establece que “Las estrategias, son las expresiones operacionales de políticas en el sentido de que, dentro de un sistema administrativo, definen el criterio operacional sobre la base de cuáles de los programas específicos pueden ser concebidos, seleccionados e implementados.”

De todo lo anterior, se entiende la estrategia como un patrón a seguir para el logro de sus metas. Dicho modelo contiene el conjunto de acciones a seguir, en forma de planes específicos y con metas bien definidas, que contribuyen a un esfuerzo común por el cumplimiento de la misión de la organización.

Así mismo, la administración estratégica, la cual se llama también política de negocios, se refiere a la dirección de empresas, por lo que es de especial interés, la tarea principal del director de la empresa.

Las organizaciones independientemente de su tamaño, así como características siempre se encuentran compitiendo por recursos, clientes, y nuevos mercados con el fin de lograr mayores beneficios

En tal sentido, Hax (2003), considera que se requiere de una manera diferente de capturar al cliente donde la estrategia de la gerencia debe incluir dos llaves de decisión: definiendo el negocio, el que determina dónde competir, y desarrollar las competencias centrales del negocio, las que determinan los recursos y las capacidades necesarias para tener éxito.

Sin embargo para el autor en referencia existen dos tipos de información bien definida como articulada en la misión del negocio. Primero, el objetivo del negocio debe incluir una visión de la competencia de hoy con miras al futuro en cuanto a productos, cobertura, clientes y presencia geográfica. Segundo, las competencias esenciales deben incluir los recursos intangibles (Talento Humano) y tangibles necesarios para alcanzar la posición competitiva deseable. La misión debe mostrar (alertar) los cambios que el negocio necesita realizar. Como fidelizar a su personal si no hay cambios en la misión, existen pocas posibilidades de sobrevivir en este mundo dinámico, cada día más exigente

EFFECTOS DEL SALARIO EMOCIONAL COMO ESTRATEGIA PARA LA FIDELIZACIÓN DEL TALENTO HUMANO

Las personas son el recurso más valioso de una empresa, éste es su motor, su esencia y su razón de ser, no existe un negocio que pueda funcionar sin un mínimo de una persona, el talento humano es el esqueleto de cualquier organización así mismo sus capacidades de estas depende el éxito de la empresa, en tal sentido, la pérdida de un buen empleado implica la pérdida del costo de su capacitación, el tiempo invertido y la experiencia ya ganada.

Es por lo mismo, que la retención de talento es uno de los temas más importantes al cual se enfrenta una empresa, su búsqueda es un trabajo complejo pero el retenerlo se convierte en todo un reto. ¿Cómo lograr que el talento humano esté lo suficientemente motivado para que permanezca en su empresa?, tan simple como construir una marca, destacando como una buena empleadora, con un ambiente laboral diferente a las otras por su calor familiar, alineando su imagen externa con la interna, con valores comunes solidificando su sentido de pertenencia.

FIDELIZACIÓN

La Fidelización es aquella referida a la permanencia fiel a una organización a un producto, es un principio, es una estrategia que enmarca el desempeño para lograr una relación permanente estable, tanto de los clientes externos como internos, las empresas no deben descuidar la fidelización de los clientes y empleados, fidelizar un cliente suele ser más rentable que captar uno nuevo, debido a que genera menores costos.

Atendiendo, a lo expresado por Alcaide (2011), la fidelización se sustenta en una muy eficaz gestión de las comunicaciones empresa versus clientes. Cómo es sabido y ha sido innumerables veces demostrado y comprobado, la fidelización implica crear una fuerte connotación emocional con los clientes internos como externos. La fidelización requiere ir más allá de la funcionalidad del producto o del servicio básico y más allá de la calidad interna y externa de los servicios de la empresa. Es imprescindible establecer vínculos emocionales con los clientes, es decir, los llamados costes de cambio emocionales.

Tratando de profundizar, Pérez (2002), considera que aquellas empresas que se encuentran alejadas de ofrecer una adecuada satisfacción a los clientes y que aportan un escaso o nulo valor percibido para éstos, difícilmente podrían poner

en marcha un programa de fidelización rentable. Y es que el fondo, más allá del interés que cualquier programa de fidelización pueda tener, éste tiene que ser siempre rentable.

Por otra parte Domínguez (2013), considera que, se debe comunicarse plenamente con los empleados para que conozca lo que se espera de él, depositar en ellos confianza para que el empleado logre desarrollar el poder de expresar sus ideas e inconformidades, así como respeto para obtener una buena relación y comunicación con su jefe directo.

Sin obviar la creación de una carrera en la empresa dónde se tenga la posibilidad de contribuir en otras áreas con oportunidades de ascenso, considerando diseño del puesto de trabajo dónde se pueda disponer de un buen ambiente laboral, flexibilidad de horarios y autonomía en sus labores.

Gay (2009) afirma: El creciente ritmo de cambios que afecta a las sociedades exige a las organizaciones que sean competitivas; para ello, las empresas deben mejorar su productividad y su capacidad de innovación. Pero esos cambios afectan también a la personas y muchas veces derivan en estrés; para hacer frente a este riesgo, una buena herramienta es el salario emocional, que contribuye a la salud de los empleados, mejora la productividad e incrementa la innovación, lo que aumenta la capacidad competitiva de la organización.

Es por ello, que la gerencia debe considerar como importante el proceso de información claramente con sus trabajadores. Es significativo que se comprenda la importancia de las comunicaciones directas pues aportan seguridad como satisfacción a su recurso humano, con mayor énfasis en los empleados esto hace que el trabajador se sienta tomando en cuenta de tal manera que se afiance y mejoren las comunicaciones interpersonales afirmando los valores institucionales, los directores deben conocer cuáles son la expectativas que cada uno tiene de la organización donde labora, cuáles son sus prioridades, sin dejar de conciliar su ámbito familiar.

METODOLOGÍA

La Investigación se clasifico del tipo documental descriptiva. El diseño de la Investigación es del tipo Bibliográfico.

La técnica empleada para la investigación fue la observación documental donde se analizaron textos, fuentes doctrinales, entre otros. Para la técnica de análisis e interpretación de datos se utilizó la hermenéutica jurídica económica, factores socio-económicos, poder adquisitivo, entre otros factores, que afectan evidentemente la calidad de vida del trabajador, en esa medida se verá afectada la vida de los trabajadores.

En esta investigación efectivamente el salario emocional para los trabajadores es una estrategia óptima para mantener una buena calidad de vida. Lo analizado trajo como resultados importantes que el salario emocional coadyuva a la disminución de la precariedad laboral; insuficiencia de ingresos en Venezuela, producto de inflación.

CONSIDERACIONES FINALES

Finalizando este trabajo, el cual se considera una etapa dentro del camino de la investigación abordando el tema en referencia, donde se ha enmarcado e intentado plasmar al Salario emocional como una estrategia gerencial, siendo necesario reflexionar sobre la obtención de otras tantas informaciones que se han considerado relevantes en cuanto al diseño del ámbito más privado e inmediato de la vida de los trabajadores.

En tal sentido se han analizado las actividades preferidas y la estructura del ocio, los recursos económicos manejados, la exposición a medios de comunicación.

Siguiendo con la idea del párrafo anterior, Martínez (2007), establece que en las cuatro formas de derogabilidad y en la inaplicabilidad o inejecutabilidad, en la que se pueden advertir y establecer varias posibles combinaciones con respecto a las limitaciones de la vigencia de las normas, desde el punto del ámbito temporal más el ámbito personal. La limitación del ámbito personal puede ser: general, para todos los sujetos, o bien particular, para algunos o individuos, o individual.

Se infiere, que el salario emocional, como estrategia gerencial ofrece beneficios a la empresa como a los trabajadores, al considerarse como un instrumento innovador para la gestión competitiva organizacional, donde los profesionales puedan desarrollar su talento, en las que trabajar sea una experiencia memorable, del mismo modo las empresas al tener personal motivado, este talento humano puede ofrecer una mejor calidad de servicio, proyectando la imagen corporativa atrayendo los clientes externos y generando mayor valor de mercado.

Sin duda alguna, al finalizar esta investigación se habla de salario emocional, aunado al efecto que este puede ejercer sobre los trabajadores para incentivar a un empleado a cumplir con su trabajo, solo se consigue siendo generoso con halagos, deja a un lado la investidura de gerente, únete en equipo realiza las tareas con tus trabajadores, permitiendo que expresen sus ideas, sin críticas ni verbales ni gestuales, haciendo de todos un líder, reconociendo su desempeño, con una invitación a almorzar una vez a la semana o simplemente entrégales pequeñas recompensas, y no olvides compartir su dolor como sus alegrías, su fidelidad te compensará.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A (2002) **Recursos humanos en empresas de turismo y hotelería** Personé Educación .España
- Alcaide J (2011). **Fidelización de Clientes**. ESIC Editorial. Madrid España
- Ansoff, H. I. 1965. **Corporate strategy**. New York: McGraw Hill
- Barragán J; Castillo Villarreal J y Guerra Rodríguez P. (2009), **La retención de empleados eficientes: importancia estratégica de la Fidelización de los empleados**. Daena: International Journal of Good Conscience. 4(2): 145 159. Septiembre 2009. ISSN 1870-557X. <http://www.spentamexico.org/v4n2/4%282%29%20145-159.pdf>
- Carrión (2008), citado por Claudia Gómez R. (2011) **El salario emocional Borrador de administración # 47 Colegio de Estudios Superiores de Administración**. Bogotá

Correro, R (2005). La mejora económica abre paso al salario emocional en la empresa. Extraído el 25 de Marzo de 2009 de [El Modelo Delta Un Nuevo Marco Estratégico. Massachusetts Institute of Technology](http://www.cincodias.com/articulo/Sentidos/mejoraeconomica-abre-paso-salario-emocional-empresa/20051019cdscdicst_1/cds5se/Gay Puyal, F. (200, Diciembre).)

Martínez J. (2007), Fundamento para una introducción al Derecho. Editorial Universidad de Antioquia. Colombia Pérez E (2002) **La Comunicación Fuera de los Medios**. ESIC Editorial. Madrid España

Palomo, M. (2010) **Liderazgo y motivación de equipos de trabajo**. Sexta Edición. Esic. Editorial. Pozuelo de Alarcón Madrid España.

Soto, R. (2008) **Flexibilidad Laboral y Subjetividades: Hacia una Comprensión psicosocial del empleo contemporáneo**. Ediciones, Universidad Alberto Hurtado, 2008.

Thompson y Strickland (1999), **Dirección de Administración Estratégica**. México McGraw Hill.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO ESTRATEGIA EN LA GERENCIA PÚBLICA DE LAS ORGANIZACIONES LATINOAMERICANAS

Ing. Ivelisa Jossary Ardila Romero

ivelissaardila@gmail.com

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

Luis Joaquín Márquez Martínez

Luismarquez.0335@hotmail.com

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

RESUMEN

El propósito de este artículo fue explorar las estrategias tecnológicas de la innovación y el impacto que genera en la nueva gerencia pública, Para tal efecto se revisaron conjuntamente con el análisis de enfoques conceptuales la documentación pertinente a los temas tratados, tomando como fundamentación teórica a los autores; Hisrich, Peters y Shepherd (2005), Peña (2007). En tal sentido se desarrolló una investigación descriptiva, bajo la modalidad documental, arrojando como resultado que es necesario implantar competencias necesarias para establecer nuevos paradigmas en la gerencia pública de los próximos años; y así, aperturar nuevos contextos de desarrollo que contribuyan al avance de la sociedad; para alcanzar los objetivos, los cuales son elementales dentro de los invariables cambios que se están originando en el medio globalizado actual.

PALABRAS CLAVE: Estrategias tecnológicas, Innovación, Gerencia pública.

INTRODUCCIÓN

La simetría y la trascendencia de los cambios que se están generando en las organizaciones latinoamericanas y en los procesos que efectúan no tienen precedentes históricos; Es así como en un mercado cada día más globalizado y una intensificación de la competitividad, el incremento de adelantos tecnológicos, la masificación de las pretensiones de los consumidores donde son más exclusivos cada día, de igual manera los cambios en los modelos de legislación son algunos de los factores que están haciendo de las estrategias tecnológicas de la innovación un impacto en la gerencia pública.

Los antecedentes han indicado visiblemente cómo organizaciones que no han desarrollado una adecuada capacidad de transformación en innovación y tecnología se encuentran en un nivel donde su capacidad competitiva se encuentra reducida de forma reveladora. Para Latinoamérica y sus organizaciones la filtración de estos conocimientos demanda la implementación de procesos de información que exigen ser transferidos o compartidos a través de los diferentes tipos de comunicación. El conocimiento de la necesidad de establecer estrategias de reciprocidad en el desarrollo del proceso de innovación se basa en la necesidad de ampliar el conocimiento tecnológico en las organizaciones de Latinoamérica, que se estén asociadas de forma inmutable al uso de la investigación y el conocimiento.

Las empresas basadas en la estrategia para la implementación en sus administraciones de la innovación con la visión de ajustarse a los cambios tecnológicos, logrando así una gran resistencia productiva asumiendo en sí una máxima capacidad de respuesta a los cambios que el mercado genera, así como a las nuevas circunstancias comerciales que se presentan; así mismo es primordial llevar a las organizaciones establecidas como gerencias públicas hacia la conquista de sus objetivos apoyados no solo en el talento humano sino también en la tecnología de la innovación y en general todo lo que esto implica.

EXPLORACIÓN DE LA SITUACIÓN

Uno de los componentes que frenó el adelanto de la tecnología en el ámbito latinoamericano fue la presencia durante mucho tiempo de un mercado cerrado, de tal manera que frenaba la competitividad con el exterior; en consecuencia, este escenario ocasionó una cultura empresarial inexperta en las acciones y los procedimientos para hacer frente a la competencia global.

De igual manera, concurrieron elementos financieros que dificultaron el progreso de la gestión gerencial empresarial pública en Latinoamérica para adaptarse a nuevas tecnologías. Bajo este contexto, se acentúa una garrafal fluctuación que en varios instantes de la historia se ha percibido acerca del futuro, en igual medida la falta de financiamiento extranjero e interno apropiado, y, sobre todo, la idea persistente de que hay escasas posibilidades de recuperar la inversión de innovación, generando un ambiente de incertidumbre y escepticismo ante los cambios que se experimentan a través del tiempo.

La toma de decisiones en las organizaciones en afinidad a la tecnología e innovación estaría así encauzada en semejanza con las exigencias de las empresas como resultado de evitar las dilaciones en los procesos, el desgano en las administraciones, la invariable disculpa para no ejercer o ejecutar los compromisos

institucionales, y la no información, que impiden la funcionabilidad adecuada de la gestiones públicas, son un cumulo de complicaciones que se pretende corregir con la exploración y aplicación de estrategias tecnológicas de innovación.

CONCEPTUALIZACIÓN

Es preciso citar algunos conceptos claves en el desarrollo de este artículo de tal manera que facilita la comprensión y de igual modo la visión que se tiene sobre el contexto tratado; Para Hisrich, Peters y Shepherd (2005), cita que independientemente del grado de exclusividad o tecnología, la innovación en los últimos tiempos termina evolucionando y desarrollándose hasta alcanzar su comercialización mediante uno de los tres mecanismos existentes; el Gobierno, la iniciativa intra-empresarial, y la iniciativa empresarial. Realzando de esta manera, una perspectiva generalizada de las estrategias tecnológicas de la innovación en el contexto gerencial público.

La Innovación, consistente en la explotación comercial de una idea; innovar es convertir una idea de negocio en productos, procesos o servicios nuevos, en algunos casos innovar representa la mejora o la reinención de un producto o servicio donde tendrá valor en el mercado. Esencialmente, se trata de un hecho básicamente económico que amplía el volumen de producción de capital en una empresa, asimismo alcances sociales. Para Hisrich, Peters y Shepherd (2005), expresa que para toda teoría de desarrollo económico describe la innovación como la clave no solo para la mejora de nuevos productos (o servicios) para el mercado, sino también para estimular el interés no solo de las comunidades igualmente a las inversoras en nuevas empresas recién creadas

Esta definición debe ser deducida en un sentido amplio que cubre todo la visión de acciones de la empresa que aceptan un cambio fundamental en la manera de hacer las cosas, desde lo enmarcado a productos y servicios hasta la forma en que se produce y distribuye. Es decir, la invención, como creación de una idea latentemente productora de beneficios comerciales, económicos y sociales, pero no necesariamente efectuada de forma específica en productos, procesos o servicios. De tal manera que la Innovación

Tecnológica, surge tras la utilización de la tecnología como medio para introducir un cambio en la empresa. este tipo de innovación tradicionalmente se ha venido asociando a cambios en los aspectos más directamente relacionados con los medios de producción.

Por su parte Hisrich, Peters y Shepherd (2005), esta innovación contempla nuevos productos que representan un significativo adelanto tecnológico o cambios en este. Así, la Tecnología, puede ser instaurada por la propia empresa o adquirida a cualquier proveedor, público o privado, nacional o extranjero, es decir, el único agente preciso para que coexista innovación tecnológica es la empresa, ya que es la responsable de su uso para implantar el cambio. Provista su importancia, es

importante clarificar concisamente el concepto de tecnología, y distinguirlo de otros tipos de conocimiento.

De esta manera, el concepto de Tecnología es indeterminado, y con frecuencia se ha asociado la tecnología a máquinas o aparatos electrónicos, apartando los elementos relacionados con el conocimiento; en sí, la tecnología es mucho más que máquinas, ya que se trata de conocimiento práctico orientado a la acción, es decir, presume la aplicación sistemática del conocimiento científico u otro conocimiento organizado a trabajos prácticos, es un conocimiento cuya aplicación está orientada a un fin concreto, a resolver problemas de acción.

Gestión Pública; es una condición general relevante para la gestión gubernamental y, por ende, para la política tecnológica en los países menos avanzados es la política de adaptación estructural que muchos de ellos llevan a la práctica. En el pasado, esa política se desarrolló ante todo en el nivel macro; tan sólo en los últimos tiempos se vienen dirigiendo las miras hacia determinados sectores meso (p.ej. la agricultura). Al implementar futuros programas dirigidos a determinados sectores, debería hacerse más por reflejar y explicitar la dimensión tecnológica o de política tecnológica.

IMPACTO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA GESTIÓN DE LA GERENCIA PÚBLICA

Existe cierto consenso en cuanto a que innovar es producir y poner en práctica nuevo conocimiento (Peña, 2007: 19), es decir, no es aplicar conocimiento ya existente, sino generarlo. Esto nos remite a aclarar la diferencia entre innovación y modernización, en la primera un rasgo esencial es crear nuevo conocimiento, mientras que en la segunda es ponerse a tono con las tendencias dominantes, con las modas, las cuales son impuestas generalmente por los países desarrollados, sin considerar las necesidades ni el proyecto de sociedad que se quiere construir en los países llamados subdesarrollados o del tercer mundo. Con esto queremos dejar claro que la modernización permite a lo sumo pequeñas innovaciones, llamadas incrementales.

La tecnología se considera el conjunto de conocimientos e información propios de una actividad que pueden ser utilizados en forma sistemática para el diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de productos, o la prestación de servicios, incluyendo la aplicación adecuada de las técnicas asociadas a la gestión laboral. Efectos de la globalización en la gestión de la innovación tecnológica a la luz de este proceso, la tecnología desempeña actualmente el doble papel de factor que permite la globalización y de factor que ejerce una presión hacia la globalización creciente. Por un lado gracias por ejemplo a la telemática han tenido lugar grandes cambios en la localización espacial de las actividades, tanto en el interior de los países como fuera de sus fronteras.

En tal medida, gestionar innovación es un proceso que integra la organización y dirección de los recursos aprovechables que genera la empresa, convirtiéndose esta en un activo más para una organización; por tanto la tecnología

como la innovación se complementan como componentes en la creación de valor en las competencias empresariales.

GERENCIA PÚBLICA EMERGENTE

La nueva gerencia pública surge como una necesidad de enfrentar los cambios frente al manejo de los dogmas que se observan en las instituciones estatales que son regidas por parámetros convencionales que impiden el desarrollo de los procesos y proyectos con celeridad, limitando el manejo de los servicios y el desempeño laboral en forma eficiente.

Esto debido según Torres (1997), a los obstáculos que presentan, por un lado, una estructura organizacional burocratizada y por otra parte, los procesos administrativos sometidos mayormente "a la incertidumbre e inestabilidad que produce la inmovilidad gubernativa frente al cambio, así mismo Pérez (2000), sostiene que la nueva gerencia pública "busca ofrecer mecanismos más eficientes para la entrega de bienes y servicios y al mismo tiempo incrementar los niveles de desempeño.

LA INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN PÚBLICA ACTUAL

El mercado actual plantea un alto nivel en las competencias, esto implica que las empresas están obligadas al generar cambios de innovación y tecnología renovando sus estrategias para sobrevivir en el medio, incluyendo cambios internos en las organizaciones. Si se habla de aplicar conocimientos, estamos refiriéndonos a conocimientos tecnológicos, es decir conocimiento que permite modificar insumos, procesos y productos o servicios en cualquier organización sea pública, privada, del tercero o cuarto sector, de cualquier área de la economía, empresarial o sin fines de lucro.

Según Peña (2007), "Desde una perspectiva dogmática, la primera introducción de una innovación a la esfera socioeconómica se consideraba siempre asociada a los mercados. Ahora se entiende que ese primer uso exitoso puede producirse en otros marcos sociales distintos a los comerciales". La innovación implica crear tecnología o adaptar la existente a las necesidades del modelo de sociedad, de organización, de sector productivo, de insumo, proceso, producto, servicio, etc. que se quiere impulsar, esto significa que cuando nos estamos refiriendo a innovación no podemos perder de vista hacia dónde queremos ir, de lo contrario podríamos estar innovando para reproducir condiciones que en el fondo no compartimos. Esto nos remite a poner sobre el tapete la existencia de tipos de innovación y de tecnologías.

GERENCIA PÚBLICA EN ORGANIZACIONES LATINOAMERICANAS.

De esta manera, la presunción que se formula inscribe que a finales del siglo xx mana la incertidumbre por redefinir nuevos modelo de innovación dentro de la gestión pública, centrado en el desarrollo de las capacidades de gobernabilidad, incorporando fundamentos en sus modelos estructurales, y generando diferencia de los tipos gerenciales

De hecho, se ponen en práctica modalidades innovadoras en la gestión pública, haciéndola mucho más compleja, por cuanto requiere de una coordinación e interacción más estrecha entre los sistemas políticos y económicos y la propia sociedad civil, hacia la promoción de formas de autorganización a nivel local. Klijn (1995) y Meneguzzo (1996). Según el Banco Mundial en su informe de 2005, ha confirmado la importancia del paradigma emergente, deteniéndose en la exigencia de desarrollar capacidades de gobernabilidad y no sólo de gobierno, en el sector público.

En contexto la finalidad es que la nueva gerencia se fundamente bajo la conjunción con el desarrollo empresarial, los know-how de innovación y gerencial como mecanismos de la acción pública; complementando pero teniendo siempre presente que uno de los pilares fundamentales para el fortalecimiento del proceso de desarrollo local se va a encontrar en la capacidad que tengamos de ir conformando verdaderos laboratorios sociales en tanto núcleos innovadores, constituidos en redes de cooperación institucional e intersectorial y bajo el concepto de un Sistema Nacional de Innovación.

Las Organizaciones no Gubernamentales, las cooperativas y demás organizaciones comunitarias, dentro de los planes y proyectos de desarrollos locales tienen a su vez mucho que aportar en el marco de una nueva estrategia de reingeniería de procesos, en sustitución de los tradicionales, con la ampliación de la esfera pública no estatal o renovación de lo público (Cunill, 1999) y la incorporación del sector empresarial privado en todas aquellas actividades referidas a la planificación, ejecución y control en la fabricación de obras de infraestructura, servicios educativos, asistenciales, de capacitación y de protección al ambiente, así como en la fabricación de bienes requeridos por el sector; en fin, en tantas otras actividades conexas en las cuáles puede interactuar la sociedad organizada.

En síntesis, la reforma gerencial en América Latina tiene entre sus propósitos, una modificación de las estructuras del Estado y comprende así mismo, la instrumentación de nuevas formas de gestión, incorporando procesos innovadores dentro de los organismos públicos, tratando a su vez de enfrentar la pesada carga que representa la excesiva burocratización que han alcanzado los procesos de toma de decisiones y la realización de funciones dentro de la administración pública.

Se trata, en términos concretos, de la construcción de una nueva institucionalidad de un Estado que asuma el verdadero rol de fomento del Capital Social del conjunto de las organizaciones del país y de su propia organización.

El desafío se presenta, sin embargo, en poder enfrentar una realidad política estatal, que se ha enraizando en los Estados latinoamericanos dentro de las jóvenes democracias que se fueron conformando, una vez superados los regímenes autoritarios en las región. Para las pequeñas y medianas empresas (Pymes), la adaptación y el cambio a nuevas tecnologías no puede depender sólo del apoyo de instituciones externas a la empresa. Siguiendo la estrategia de los países que han sido grandes innovadores, las Pymes están obligadas a explorar opciones que les permitan superar esa deficiencia. Una de esas opciones es la de crear y poner en

marcha un departamento de Investigación y tecnología que participe en múltiples funciones: desde la búsqueda de innovaciones no patentadas, hasta el desarrollo experimental y la investigación aplicada.

LA INNOVACIÓN TECNOLOGÍA EN AMÉRICA LATINA

Numerosos países en vías de desarrollo han practicado anteriormente una estrategia basada en la sustitución de importaciones en caso de América latina; Cabe considerarla como un fracaso por sus debilidades intrínsecas; en sí, los motivos de ese fracaso pueden agruparse bajo conceptos como crisis de crecimiento, crisis de productividad, crisis de la deuda externa, crisis social y crisis del Estado. En el contexto del desarrollo de capacidad tecnológica reviste particular importancia la crisis de productividad: en una economía cerrada tras altas barreras arancelarias, la falta de competencia tanto interna como externa impidió modernizar dicha economía e incrementar su eficiencia en un grado suficiente.

En consecuencia, fue aumentando sin cesar la diferencia entre el nivel de producción internacional y el latinoamericano. De ahí que resultara casi imposible la gradual integración en la economía mundial que postulaban las concepciones teóricas. relativamente, los productores no se sentían presionados a mejorar todo el tiempo eficiencia y calidad, es decir, a practicar el upgrading o actualizaciones tecnológicas; una de las fuerzas motrices del cambio tecnológico es la competencia, al no haber presión competitiva, las empresas podían a menudo seleccionar sus tecnologías de manera arbitraria, y los institutos tecnológicos conseguían fijar a su antojo las prioridades de la investigación por cuanto los usuarios potenciales de sus resultados no tenían interés en ellos.

De la misma forma, para poder desarrollar capacidad tecnológica con que solucionar problemas nacionales apremiantes o implementar la competitividad internacional, hay que contar con condiciones macroeconómicas estables (sistema de precios eficiente, política competitiva y comercial, sistema financiero); el desarrollo tecnológico y el económico están muy vinculados entre sí, el desarrollo es la mejora de las condiciones de vida de la mayoría de la población; el requisito para ello es el despliegue de la producción agrícola, artesanal e industrial (así como los servicios necesarios a tal efecto); esto, a su vez, requiere de la capacidad tecnológica en el futuro, la tecnología asumirá aún más importancia como factor competitivo.

En tal sentido, la facultad de desarrollar capacidad tecnológica conformará más que nunca la determinante central de todo desarrollo económico. La creación de un sistema nacional de innovación será tarea ineludible no sólo para países emergentes, sino para otros de ingresos medios y por último también para apuntalar los esfuerzos propios de los países en vías de desarrollo y mejorar las condiciones previas de la cooperación para el desarrollo en el plano multilateral, cabe presentar dos planteamientos prácticos en el ámbito internacional:

Los gastos monetarios en investigación e innovación están poco desarrollados en los países de Latinoamérica. El gasto total por este rubro en estos países, según estudios realizados por la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad de Massachusetts (2009), representa apenas 0.31% del PIB de cada país. En cambio, en países como Alemania, Estados Unidos y Japón, representa en promedio 2.5% de los gastos totales que se realizaron en los últimos años en innovación y tecnología, 66% fue realizado por el gobierno a través de los fondos destinados a universidades públicas o centros de investigación, el sector propiamente productivo participó sólo con 17.6% del total y el resto correspondió al gasto realizado por el sector privado no lucrativo e instituciones de educación superior.

De lo anterior se concluye que el sector privado productivo no ha identificado el gasto de innovación y tecnología, como parte de una estrategia imprescindible para la competitividad; aun cuando es este sector el que más invierte en este campo. En Alemania, Canadá, Estados Unidos y Japón, los gastos de innovación y tecnología provienen en un 50% del sector privado productivo; de hecho, la participación de sus gobiernos en estas actividades, que era la mayoritaria hace treinta años, ha disminuido progresivamente, para ubicarse entre 25% y 30% del gasto total. Es decir, en estos países los gastos destinados a la generación y adaptación de nuevas tecnologías son realizados básicamente por departamentos del sector privado, con aplicaciones inmediatas a la industria.

Es necesario resaltar que en la mayoría de los países europeos, así como en Estados Unidos y Japón, las estrategias tecnológicas no se remiten exclusivamente a investigación propia de las empresas, ya que la política tecnológica está encaminada a que la gestión empresarial se apoye en los programas de vinculación universidad-industria. Bajo este contexto los empresarios tienen mentalidades distintas, los trabajadores tienen otra cultura técnica y por cierto otros salarios, esa máquina suele interactuar con otras de generaciones tecnológicas anteriores en vez de operar en un medio técnicamente homogéneo.

Pero además de por estas razones, la hipótesis de que lo que le hace falta a América latina en materia de tecnología se puede conseguir, como cualquier otra mercancía, en el mercado internacional, es inadecuada por profundamente anticuada. En efecto, la flexibilidad y versatilidad introducidas por las nuevas tecnologías, en particular las de origen microelectrónico. Así las soluciones estándar, válidas para procesos bien conocidos que operan en condiciones claramente establecidas, conviven crecientemente con soluciones.

Este incremento sustancial de la eficiencia tecnológica, derivado de la adaptación a condiciones específicas, se hace posible por la convergencia de dos elementos: la preeminencia del diseño en la concepción de soluciones y el abaratamiento y la estandarización de los elementos a partir de los cuales se implementan dichos diseños. Por lo tanto, ha dejado de ser técnicamente inevitable comprar una solución inadecuada por falta de alternativas; en sí, las alternativas, abiertas por la evolución tecnológica, pueden ahora ser construidas.

Pero más importante aún, por razones propiamente técnicas Para solucionar problemas de forma innovativa, hay que estar en estrecho contacto con la realidad sobre la que se quiere operar, lo que hace de la intensidad de la relaciones usuario-productos un elemento de vital importancia; dicha intensidad es, claramente, inversamente proporcional a la distancia geográfica y cultural entre usuarios y productores.

Para finalizar, La necesidad de tener capacidades de innovación tecnológica en América Latina puede explicarse, entonces, de aprovechar la evolución de las más modernas tecnologías para la solución de problemas propios.

CONSIDERACIONES FINALES

Lo que importa propiamente no es desde luego la mera existencia de esa clase de instituciones, sino su inserción en redes de cooperación tecnológica, por ejemplo, en forma de un proceso de estrecho intercambio con posibles usuarios de tecnologías, lo que lleva por último al surgimiento de un sistema nacional de innovación bajo esta perspectiva, muchos países en vías de desarrollo han subestimado los problemas relacionados con la innovación y la tecnología

Los centro de investigación del estado, no contribuyen en forma automática al progreso tecnológico en la agricultura y la industria en un país, sino que atribuyen una tendencia inherente a orientarse hacia la vanguardia internacional en materia de investigación, los conocimientos obtenidos a esa disposición estatal en el peor de los casos dichas instituciones resultan sencillamente ineficaces; después de lo planteado se puede deducir, de esta forma el modelo de cascada para las política de innovación y tecnología, tal como fue proyectado con vista a los países industrializados, no guardan ninguna concordancia al tratar de proyectarse en países en vías de

La ciencia y la economía suelen superponerse muy débilmente en el área de la investigación aplicada, la capacidad de innovación y tecnología está por lo general muy poco desarrollada en el sector de la economía, en particular Sumando entonces los argumentos hasta ahora presentados, puede afirmarse que la innovación tecnológica es un desafío fundamental para la región latinoamericana, y que en ésta hay puntos de partida para enfrentarlo; en sí, pero el desafío es demasiado fuerte como para no preocuparse por los apoyos que puedan presentarse de una voluntad colectiva expresada en políticas públicas de fomento a la innovación, es así donde la debilidad latinoamericana se manifiesta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amín And Thrift (1994). **La globalización, las instituciones y Desarrollo Regional en Europa**. Oxford University Press.
- Banco Mundial (2005), Informe de Indicadores sociales para América Latina.
- Calderón, F. (2002), **La reforma de la política, deliberación y desarrollo**. Ildis Friederich Ebert Stiftun, Fes. Ed. Nueva Sociedad. Bolivia.
- Cunill, N., (1999). **Repensando lo público a través de la sociedad. Nuevas formas de gestión pública y representación social**. Clad. Ed. Nueva Sociedad,

- Caracas. Fundes (Fundación Para El Desarrollo Sustentable). **Un apoyo para las Pymes, los obstáculos para su desarrollo.** Http//: www.Fundes.Org.Ve.
- Harvard Business Review (2000), **La iniciativa emprendedora.** Traducción por Mari Elena Aparicio, Ed. Deusto S.A. España
- Hisrich, R. Peters, M. y Shepherd, D. (2005), **Entre cadena de empresarios,** Sexta Edición. Traducido Yago Moreno, Ed. Mac Graw Hill. España.
- Massachusetts: Escuela de Administración de Empresas de la Universidad de Massachusetts, 2009
- Medellín, P. (1997). **“Inestabilidad, incertidumbre y autonomía restringida: Elementos para una teoría de la estructuración de políticas públicas en Países de baja autonomía gubernativa.** En: Reforma y Democracia. Revista Del Clad. No. 8 Pp.39-99.
- Meldenson H, Ziegler J. (2004), **Los cuatros principios de la empresa inteligente.** Ed. Deusto S.A. España.
- Moore, M. H. (1997). **Gerencia para la generación de valor: Estrategia organizativa en las instituciones con fines de lucro, sin fines de lucro y gubernamentales.** Traducción Hecha Mario Cortez. Indes 2000. Santiago De Chile.
- Pérez I. (2000), **“La inversión en recursos humanos de excelencia y la nueva Gerencia Pública”.** En Revista Centroamericana De Administración Pública. No. 38 39/Enero-Dic. Pp. 71-89.
- Pírela, A. (2003), **Venezuela: El desafío de innovar”** Cendes, Ed. Fundación Polar. Caracas. Compendium, Diciembre 2005 47
- Vignolo, C. (2002). **Sociotecnología: Construcción de capital social para el tercer milenio.** Revista Clad Reforma Y Democracia, Febrero, N° 22.

DEL MARKETING CON CAUSA SOCIAL A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: DEL GASTO A LA INVERSIÓN

Gómez, María Corina
Universidad del Zulia.

mariacorinagomez99@gmail.com

García de Fernández, Marianela
Universidad del Zulia.

nelagarciadf@hotmail.com

RESUMEN

El propósito del presente documento fue identificar aspectos relacionados con acciones de orden social, tales como el mercadeo social, mercadeo con causa social y responsabilidad social, para determinar si cada una de estas herramientas empresariales es usada como actividades de manera estratégica para buscar resultados comerciales y financieros; o son formas para cumplir con los compromisos sociales. Se trata de una investigación documental en la cual se revisaron diversos artículos del área, de autores como Kotler, Forero, Gómez, con la finalidad de establecer si estos aspectos son para las organizaciones un gasto o una inversión. Se concluye que son muchos los beneficios presentes y futuros como para no incluir el mercadeo hacia lo social dentro de las estrategias de la empresa. Por otro lado, la Responsabilidad Social Empresarial brinda numerosas oportunidades para reforzar el necesario papel de la empresa como agente impulsor del cambio social. Si este comportamiento responsable genera rentabilidad y es

valorado de forma continuada por el consumidor, el éxito sería completo, por lo que todas las acciones enmarcadas en estas estrategias significan una inversión, más no un gasto para las empresas.

PALABRAS CLAVE: Mercadeo social, mercadeo con causa social, responsabilidad social.

INTRODUCCIÓN

Es evidente que cada vez existe una mayor conciencia global sobre el impacto de la actividad económica de las organizaciones tanto en el aspecto social como en el ambiental. Ciertamente, en las dos últimas décadas del siglo XX comenzó una mayor preocupación así como una mayor responsabilidad por parte de las organizaciones ante la consideración del bienestar social y ambiental, lo cual ha motivado un progresivo cambio en sus orientaciones y actuaciones estratégicas y operacionales. Las organizaciones han comprendido que la sociedad a nivel mundial vive una profunda transformación, la cual ofrece grandes oportunidades así como también grandes amenazas a la humanidad.

En este orden de ideas, el objetivo de este documento es identificar aspectos relacionados con acciones de orden social, tales como el mercadeo social, mercadeo con causa social y responsabilidad social, diferenciando aspectos teóricos de los mismos, con el fin de determinar si cada una de estas herramientas empresariales son usadas como actividades de manera estratégica para buscar resultados comerciales y financieros; o son formas para cumplir con los compromisos sociales que han identificado valores y principios sobre los cuales han construido la misión y la visión, es decir, si la acción social corporativa contribuye efectivamente a la solución de importantes problemas de la sociedad o por el contrario, contribuye con pequeñas contribuciones que solucionan parcialmente problemas coyunturales y si estos aspectos son para las organizaciones un gasto o una inversión.

EL MERCADEO O MARKETING SOCIAL Y MARKETING CON CAUSA SOCIAL

El concepto de Mercadeo o Marketing Social data del año 1.971, cuando Kotler y Zaltman publicaron un primer artículo en el Journal of Marketing, donde proponen utilizar las mismas técnicas y metodología de la mercadotecnia comercial adaptándolas a necesidades de tipo social, planteando que se puede vender causas sociales de la misma manera que la mercadotecnia comercializa productos. En este artículo los autores definieron el marketing social como: “El diseño, implementación y control de programas dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados” (Kotler y Zaltman, 1971. p 3).

En 1.994, Andreasen publicó un artículo en el Journal of Public Policy and Marketing titulado “Marketing Social: Definición y Dominio”, en el que define el Marketing Social como la adaptación del marketing comercial a los programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia meta, con el

fin de mejorar su bienestar y el de la sociedad en general, por medio del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales.

Sin embargo, Pérez (2004) señala que esta definición no puntualiza el papel de la mercadotecnia social puesto que puede limitarse sólo a las dependencias gubernamentales y a las organizaciones no lucrativas. Por lo tanto, propone una definición de Marketing Social que considera más completa:

“El Marketing Social es una disciplina de las ciencias sociales y económico-administrativas que estudia e incide en los procesos de intercambio en beneficio de las partes involucradas y de la sociedad en general; este intercambio se presenta entre el agente de cambio, que identifica el problema social, estudia la población y detecta sus necesidades para diseñar, planear, administrar e implementar de manera solidaria y coparticipativa los programas sociales, en beneficio de la persona afectada y de la sociedad en general” (Pérez, 2004. p 5).

En síntesis, la finalidad primordial del marketing social es el incremento del bienestar de la comunidad y para ello se requiere del estudio de las necesidades sociales, las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de la población para poder diseñar y planear estrategias, así como ejecutar la mezcla de las 7 ps y los principios del marketing social a fin de que éstos contribuyan al bienestar de las partes involucradas.

Del mismo modo, Forero (2002) plantea una definición más amplia, que pueda ser fácilmente entendible, y por lo mismo, puesta en práctica: “El Mercadeo o Marketing Social es una estrategia que permite el cambio de ideas, creencias, hábitos, mitos, actitudes, acciones, comportamientos, valores o prácticas sociales para mejorar y desarrollar integralmente la salud de los individuos y las comunidades intervenidas por los planeadores de salud, mediante la investigación de necesidades, la planeación, ejecución y control de programas de comunicación y educación social en salud”. (Forero, 2002. p 23).

Según Kotler y Zaltman (2002), la Mercadotecnia Social es una gran mezcla de estrategias económicas, de comunicación y educativas; se apoya en otras disciplinas como la psicología, antropología, sociología y teorías de la comunicación que ayudan a comprender el comportamiento de las personas. En este mismo contexto Stead y et al. (2007) afirman que la mercadotecnia comercial promueve productos que pueden ser dañinos para la salud, como tabaco, bebidas alcohólicas y alimentos con alto valor energético, mientras que la mercadotecnia social utiliza las mismas estrategias y herramientas para promover conductas saludables respecto al consumo de estos productos.

Por otro lado, Fernández (2005) al referirse al concepto de Marketing con Causa, señala que bajo una perspectiva amplia, el marketing constituye un elemento de unión o vínculo de la organización empresarial con su entorno, a través del cual la empresa descubre la presencia de un mercado, evalúa sus necesidades y las afronta mediante las correspondientes decisiones sobre el producto, precio, distribución y comunicación. Indica que el fruto de todo este proceso será el posicionamiento de la empresa frente al resto con las que comparte el mercado.

Otra situación, es la referida al Mercadeo con Causa Social, en este sentido, la organización persigue vincular una causa con la marca de los productos o servicios con el nombre de la empresa. Motivado que hoy día los clientes son más leales a aquellas organizaciones que dan importancia y están comprometidos con problemas de la sociedad. En el fondo se trata de establecer una relación de intercambio, donde los beneficiarios del esfuerzo realizado por la empresa, reciben una ayuda que consideran de valor para mejorar su situación y la empresa recibe a cambio una contraprestación intangible difícil de cuantificar, como lo es usar públicamente su compromiso solidario en beneficio de su imagen corporativa, en consecuencia capitalizan y se benefician de tal situación.

En el mismo orden de ideas, Gómez (2.004) establece que el Mercadeo con objetivo Social es una relación a través de un proyecto concreto entre una empresa y una sociedad sin ánimo de lucro-Organización No Gubernamental (ONG), fundación o asociación, con el objetivo de conseguir fondos para ayudar en la solución de un problema social.

En tal sentido, se puede establecer que el Mercadeo hacia lo Social obedece a las posturas y expectativas de los clientes y no a la acción social emprendida desde la empresa como una manifestación de su interés por los menos favorecidos de la sociedad. Mientras la acción social no esté integrada a la personalidad de la empresa, siga orientada hacia los clientes y no a la sociedad en su conjunto, no podrá esperarse que las campañas de mercadeo hacia lo social tengan un efecto importante. Será una forma de solucionar problemas temporales, pero no creará las bases para el cambio.

Ante este contexto, el Mercadeo con Causa Social, ciertamente es una nueva herramienta que favorece los intereses de la empresa en lo que se refiere a su posición en el mercado y su reputación social e imagen de marca; sin embargo si la organización lo utiliza únicamente como un medio para una mayor cobertura del mercado, y no como una responsabilidad de la empresa para mejorar el bien de la sociedad, se quedará simplemente como otra estrategia de mercadeo en beneficio de la empresa, y no como un bien para la sociedad.

DE LA FILANTROPÍA AL MARKETING CON CAUSA.

La filantropía o el mecenazgo, por ejemplo, son algunas de las formas más tradicionales de acercamiento de las corporaciones a los problemas de la sociedad. Generalmente, las actividades filantrópicas de la empresa han sido consideradas como un gasto del que no se espera ningún retorno empresarial, la mayor parte de estas iniciativas han sido consideradas como un “peaje social” del que no se esperaba ningún beneficio para la compañía (Marín, 2.005).

A este respecto, la aparición del Marketing con Causa supuso un cambio de perspectiva en la colaboración entre la empresa y la sociedad. Con una evidente búsqueda de unificar los objetivos de beneficio empresarial y beneficio social, el marketing con causa suponía unificar la campaña de venta a un compromiso de colaboración con algún proyecto social.

De tal manera, los beneficios del Marketing con Causa son más que conocidos: posicionamiento de marca, incremento de visibilidad, incremento de las ventas, diferenciación de la competencia, fidelización de la clientela y acceso a nuevos clientes. Simultáneamente el Marketing con Causa recauda fondos, y puede suponer un instrumento de sensibilización de la población. En definitiva, la aparición del Marketing con Causa sirvió para integrar la actividad social con la consecución de objetivos comerciales (Martínez et al., 2.003).

Por otro lado, un 85% de los consumidores se muestran seguros de que las empresas que apoyan causas de interés social o cultural serán más apreciadas por los clientes, es decir, estarán más preparadas para diferenciar su oferta del resto de sus competidores (IESE, 1.995). Efectivamente, en la actualidad los consumidores son más exigentes, y gracias a las redes sociales, los mismos están informados logrando interactuar con las empresas con quienes realizan un intercambio comercial, y de igual manera son rigurosos cuando se trata de seleccionar una marca.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Existe un posicionamiento adicional en torno a las obligaciones que debe asumir la empresa moderna, que plantea la existencia de responsabilidades derivadas de su condición de agente económico, y como consecuencia de su interacción con la sociedad a través de diferentes grupos de interés (accionistas, empleados, proveedores, entre otros). Estos planteamientos reclaman un comportamiento responsable de las empresas motivado por la búsqueda de la excelencia empresarial y por criterios de legitimidad.

Con esta finalidad, se elaboró el Libro Verde de la Comisión de la Comunidad Europea (2001), titulado Fomentar un marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas, en el cual se definió por primera vez la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Este primer documento de la Comisión Europea, tras un período de 10 años, y en base al mayor conocimiento de la RSE así como de las experiencias llevadas a cabo, fue complementado con otro. En esta nueva referencia, la definición de RSE ha sido renovada por la Comisión de las Comunidades Europeas (2011) señalando “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad” y haciendo referencia expresa a la necesidad de colaboración con las partes interesadas para “integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica”

Tomando en cuenta los diferentes grupos de interés de la empresa, se puede apreciar que la RSE se desarrolla en dos dimensiones: interna y externa. Según la iniciativa de la Comisión de la Comunidad Europea (2011) estas dimensiones se dividen de la siguiente forma:

Dimensión interna: gestión del recurso humano, salud y seguridad del puesto de trabajo, gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.

Dimensión externa: comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible.

Actualmente, en el Informe Baldassarre (2013) sobre Responsabilidad Social de las Empresas expone que la Unión Europea se muestra firmemente partidaria de la RSE y considera que ésta, si se aplica correctamente, y si la practican todas las empresas y no solo las de gran tamaño, puede contribuir en gran medida a restablecer la confianza perdida, necesaria para una recuperación económica sostenible.

La Comisión Europea, en su “Libro Verde–Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2011), destaca algunos factores que motivan a las empresas en la adopción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), tales como:

- a)** Nuevas y diferentes preocupaciones y expectativas de un conjunto de entidades y ciudadanos, atendiendo al fenómeno de la globalización y los procesos constantes de cambio.
- b)** Un conjunto de criterios sociales que influyen las decisiones tanto individuales como de las instituciones, por parte de los inversores y consumidores.
- c)** Nuevas preocupaciones relacionadas con los efectos de las actividades económicas en el medio ambiente.
- d)** Nuevas exigencias a nivel de la información y comunicación, o sea mayor rigor y transparencia de las actividades de las empresas.

Se presenta en la siguiente tabla la evolución conceptual de la RSC:

TABLA No. 1
Evolución de los Conceptos de la
Responsabilidad Social Corporativa

Autor	Conceptos	Ideas Claves
Bowen (1953)	La obligación social del hombre de negocios de adoptar orientaciones, tomar decisiones y seguir líneas de acción que sean compatibles con los fines y valores de la sociedad.	Obligación social
Carroll (1979)	La responsabilidad social del negocio comprende la economía, legalidad, ética y expectativas distintas que la sociedad tiene en las organizaciones hasta un momento determinado.	Legalidad ética
Brown y Dacin (1997)	Se refiere al estatuto y al nivel de actividades de la empresa con respecto a sus objetivos sociales o por lo menos a las obligaciones con los stakeholders	Obligaciones
Comisión de las Comunidades Europeas (2001)	La integración voluntaria de las preocupaciones sociales y ambientales por parte de las empresas en sus operaciones y en su interacción con otras partes interesadas	Integración voluntaria
International Business Leaders Forum	Es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basada en valores éticos en lo que respecta a los empleados, comunidad y medio	Prácticas empresariales

(2003)	ambiente	
Asociación Española de contabilidad y Administración de Empresas (2004)	Capacidad moral, legal o mental de una empresa para responder en aquellas áreas referentes a la conducta y obligaciones concernientes a la sociedad	Capacidad
Morrós y Martínez (2005)	Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que los distintos grupos de interés tienen sobre su funcionamiento.	Respuesta a las expectativas
La Alianza Global Jus Semper (2006)	El objetivo de la responsabilidad social corporativa es hacer que la actividad de la empresa y su cultura sea sostenibles de acuerdo con tres dimensiones: económica, social y medio ambiental.	Sostenible
Organización de las Naciones Unidas (2007)	Este concepto incorpora un comportamiento empresarial respecto a la salud y seguridad, protección ambiental, protección de los consumidores, desarrollo de las comunidades, relaciones con proveedores, protección en el trabajo, practicas personales, así como otras políticas como el gobierno corporativo, ética en los negocios y derecho de los stakeholders.	Comportamiento
Lee (2008)	Conjunto de buenas actitudes y relaciones con los stakeholders, tanto de una forma ética como de una forma responsable.	Buenas actitudes
Turker (2009)	Comportamiento de las empresas con objeto de influir positivamente en una amplia gama de stakeholders, más allá de los intereses económicos.	Influencia positiva
Russo y Perrini (2010)	Orientación estratégica de las empresas capaz de implementar un comportamiento y una acción responsable.	Orientación estratégica
Scherer y Pallazzo (2011)	Compromiso corporativo verdadero de creación de valor interno y externo.	Nuevo desafío

FUENTE: Vaz y Gallardo (2013)

Además, según la Asociación Española de contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 2004) el concepto de la RSC envuelve un conjunto de principios básicos tales como la transparencia en el acceso a la información, atendiendo a las necesidades y expectativas de las entidades interesadas, verificabilidad externa de las empresas, una visión de amplios objetivos en un contexto de sostenibilidad, una mejora continua y una naturaleza social de valores por parte de la organización.

En la comunicación de la Comisión Europea (2011) se indica el carácter voluntario de las organizaciones. Al respecto, Schultz y Morsing, (2006), Bebbington et al., (2008) y Wettstein (2010) aseguran que el concepto de la RSC es esencialmente una noción por el cual las empresas, con una base voluntaria, deciden contribuir para lograr una sociedad más justa y un ambiente más limpio.

El concepto se amplía indicando además que “ser socialmente responsable no se restringe al cumplimiento de todas las obligaciones legales, implica ir más allá

a través de una mayor inversión en capital humano, en el ambiente y en las relaciones con otras partes interesadas y comunidades locales”. Por tanto, se deduce un comportamiento empresarial coherente con sus principios, sobrepasando el objetivo básico de la obtención de beneficios económicos, necesarios para su supervivencia

El “Libro Verde” de la Comisión Europea (2011), resume las principales características de la RSC que reúnen un consenso generalizado, siendo las siguientes:

- ✓ Un comportamiento adoptado por las empresas voluntariamente y más allá de las prescripciones legales, considerando su interés a largo plazo.
- ✓ Su estrecha asociación al concepto de desarrollo sostenible, dado que las empresas tienen que integrar en sus operaciones el impacto económico, social y ambiental.
- ✓ La relación de la responsabilidad social con la forma en que la empresa es dirigida, no siendo apenas un aumento opcional a las actividades principales de una empresa.

Tradicionalmente, la maximización del beneficio era el único criterio que legitimaba la actividad empresarial y por lo tanto, la base del diseño de la estrategia corporativa. Actualmente, a consecuencia de una fuerte influencia del mundo empresarial anglosajón y de un importante cambio de la demanda social, la legitimidad de la empresa se fundamenta además en planteamientos éticos que trascienden el cumplimiento de las leyes y sitúan las responsabilidades de las empresas más allá del único objetivo de obtención de beneficios defendidos por Friedman (1.970).

Parece entonces deseable desde el punto de vista ético, que el comportamiento responsable de la empresa responda más a una creencia corporativa que a una búsqueda de rentabilidad, por el valor agregado en relación con la lealtad de los clientes. Es decir, debe responder a su misión y valores como organización. Si no fuera así, se podría inferir que una vez que el comportamiento ético dejara de ser rentable, el comportamiento responsable desaparecería.

De acuerdo a Gómez (2004), los ciudadanos entienden de una manera intuitiva que una empresa socialmente responsable es aquella que, además de ser una entidad económica en sentido tradicional, tiene especialmente en cuenta una serie de factores relacionados con su integración en la sociedad.

Entre ellos se destacan la contribución de sus servicios para el bienestar general, el cumplimiento de la normativa vigente, el comportamiento ético y de sus directivos, la buena relación con los trabajadores, el respeto al medio ambiente y el apoyo a las personas más desfavorecidas en su entorno

En este orden de ideas, se podría considerar también que la empresa no es el ministerio del trabajo, ni tampoco el ente encargado de la seguridad social, a lo que incumben servicios y responsabilidades sobre determinadas situaciones a nivel nacional o internacional (FES, 1997).

De acuerdo a la Fundación Empresa y Sociedad (2001), la primera responsabilidad social de la empresa es la de competir con éxito en el mercado. Pero la misión de los empresarios no se agota allí. También incluye la acción social, que no ha de ser marginal y mucho menos culposa, sino una legítima y plausible extensión de la responsabilidad, cuyos resultados, como el de la actividad económica habitual, son provechosos tanto para la empresa como para la sociedad. Hoy la empresa se define como una institución social que maneja cuatro capitales: el económico, el humano, el medioambiental y el social. Su actuación ha de ser valorada en relación con los cuatro capitales, y no solo el primero de ellos.

De esta forma, la ética debe ser la base previa imprescindible para consolidar cualquier acción social. No tiene sentido realizar un planteamiento sobre acción social, sí por ejemplo, la empresa incumple la legislación, no atiende los compromisos con sus clientes o proveedores, no es adecuada la relación calidad-precio en sus productos, no respeta el medio ambiente o abusa de la situación de determinados países para producir a bajo costo.

Como consecuencia de la creciente vinculación de la ética al mundo de los negocios, ha surgido una nueva concepción de las entidades como “empresas ciudadanas”. Los objetivos tradicionales de obtención de beneficios y satisfacción de los accionistas, están siendo completados con aspectos relacionados con el respeto medio ambiental y los derechos humanos, que junto con las actividades filantrópicas constituye en esencia el núcleo de la denominada responsabilidad social de la empresa. Sin embargo, la organización debe consolidar la ética dentro de la misma, fomentarla y aplicarla con sus clientes internos, para luego poder demostrarla ante la sociedad.

En definitiva, de acuerdo a Marín (2005), la RSC brinda numerosas oportunidades para reforzar el necesario papel de la empresa como agente impulsor del cambio social. Si este comportamiento responsable genera rentabilidad y es valorado de forma continuada por el consumidor, el éxito sería completo. En el mismo orden de ideas, los ciudadanos y consumidores no sólo están demandando gestión de calidad en la acción social, actividad que debe ser parte de la misión de la empresa, sino que están dispuestos a premiar a aquellas empresas que apoyan proyectos sociales.

GASTO O INVERSIÓN

Según León (2008), los consumidores toman sus decisiones de compra no por la realidad objetiva, sino por lo que perciben de esa realidad. En otras palabras, lo que el consumidor perciba de los diferentes productos o servicios o de la empresa que los oferta (en función de sus deseos y necesidades) será lo que tome en cuenta en su decisión de compra. Los intereses de la sociedad, relacionados con la preocupación por el medio ambiente y el comportamiento social (enmarcado en el reconocimiento de los derechos humanos y laborales), han llevado a cambios en las percepciones y hábitos de consumo del consumidor, lo cual puede dar cabida a una atención selectiva sobre nuevas características diferentes al precio, calidad o distribución.

Asimismo, estas características podrían estar relacionadas con el comportamiento socialmente responsable de las empresas. Actualmente, los consumidores son más analíticos y conscientes a la hora de decidir qué productos o servicios comprar, lo que puede de alguna forma evidenciarse en la aparición de movimientos de consumidores y ecológicos.

Según Kotler y Armstrong (2001), los principales valores culturales de una sociedad se alimentan de la percepción que tienen las personas de sí mismas, de los demás, de las organizaciones, la sociedad, naturaleza y el universo. Las tendencias actuales, según estos autores, reflejan que los consumidores han evolucionado de ser meramente materialistas y con intereses personales o una “sociedad del yo” (años ochenta) a una “sociedad de nosotros”, más preocupados por la familia, el ahorro y por proporcionar ayuda a otros, con lo cual los productos y servicios de apoyo social tienen un repunte en su demanda.

En este orden de ideas, de acuerdo a Vives y Peinado (2003), la aplicación de la RSE y su consecuente percepción por parte de los consumidores proveen a la empresa de beneficios directos e indirectos, que pueden verificarse en el corto o largo plazo. La RSE parece estarse convirtiendo de una opción en el único camino a seguir porque las nuevas tendencias del comportamiento del consumidor exigen que así sea. Además, un comportamiento responsable, lejos de ser un gasto no retornable, debe ser considerado como una inversión social que trae a las empresas, entre otros, beneficios tales como:

- ✓ Mejora la imagen de la empresa y una buena imagen atrae no sólo consumidores, también inversionistas y capital humano de calidad.
- ✓ Vincula a las empresas con distintos grupos de interés (accionistas, proveedores, empleados, comunidad y gobierno).
- ✓ Mejora el posicionamiento de su marca o producto, al asociársele con acciones socialmente responsables o causas sociales, lo cual permite aumentar su participación en los mercados o penetrar en otros con productos nuevos o actuales, eliminando barreras de entrada.
- ✓ Incrementa las ventas y la lealtad de los clientes.
- ✓ Incrementa la habilidad de mantener y atraer clientes y empleados.
- ✓ Reduce la vigilancia regulatoria.
- ✓ Mejora el acceso a capitales.
- ✓ Cambia las expectativas de los accionistas de las ganancias hacia la empresa.
- ✓ Gana la confianza de proveedores y distribuidores.

- ✓ Aumenta el compromiso de los empleados, si éstos se involucren en estas causas sociales y éstas a su vez, estén consideradas en la estrategia corporativa.
- ✓ Mejora las condiciones de trabajo (menos ausentismo y rotación laboral y más calidad y productividad).
- ✓ Mejora la ejecución financiera, al reducir costos de operación.
- ✓ Fomenta el capital social.

Todos estos argumentos orientados a buscar mejores percepciones de los consumidores mediante comportamientos socialmente responsables, pueden corroborarse en resultados arrojados por algunos estudios previos, realizados en distintos países. Asimismo, Delgado (2007) concluye que en la sociedad estadounidense, la RSE contribuye al beneficio de las organizaciones en aspectos en aspectos tales como mejor ejecución financiera, mejor imagen y reputación, incremento de ventas y lealtad de clientes, productividad, atracción y retención de los mejores empleados, menos regulación, acceso a capitales, mayor interés de los clientes distribuidores y mayor demanda de información, tales como mejor ejecución financiera, mejor imagen y reputación, incremento de ventas y lealtad de clientes, productividad, atracción y retención de los mejores empleados, menos regulación, acceso a capitales, mayor interés de los clientes distribuidores y mayor demanda de información.

Actualmente pareciera ser tan ventajoso aplicar estrategias de mercadeo hacia lo social, que hasta en la cotización de la bolsa se perciben sus beneficios, las valoraciones de las empresas conocidas por sus campañas comerciales con fines sociales y las que desarrollan acción social como parte de su filosofía son superiores a otras que no contemplan estas actividades. En tal sentido, la organización no debe desviarse del objetivo medular de la acción social, para el bien común, ya que con una empresa comprometida con el progreso de su comunidad, se revertirá irremediamente en individuos seguidores y hasta defensores de la misma.

Es por ello, Las empresas que asumen la RSE como filosofía de gestión, encontrarán que su aplicación, lejos de considerarse un gasto sin retorno alguno, se consolida en una inversión que en el mediano y largo plazo dará sus frutos.

Los beneficios de los comportamientos empresariales se sustentarán en la buena percepción que los consumidores tienen de su reputación e imagen, lo cual además de generar satisfacción puede convertirse en lealtad y posterior rentabilidad (León, 2008).

Entre algunas de las empresas que mejor imagen tienen en el mundo por su actividad social son: British Petroleum, Ben & Jerrys, Body Shop, McDonalds, Cisco Systems, Hewlett Packard; Microsoft, Nokia, IBM, la gran mayoría de Estados Unidos y de Reino Unido. En relación con Venezuela, Rivera (2006) expresa que esta percepción está comenzando a impactar la actitud del consumidor venezolano. Según estudios que ha venido realizando desde hace tres años MERCACONSULT, el consumidor venezolano no solamente está manejando cada vez más lo que

significa la RSE, sino que están comenzando a tener jerarquías, recordación y valoraciones en cuanto a cuáles son las empresas más responsables en el país.

En este sentido, las campañas orientadas hacia la prevención del consumo de drogas, tabaco y alcohol; el uso de preservativos para evitar embarazos y el sida, el incremento del ahorro familiar, la conducción de vehículos e higiene dental son algunos de los ejemplos de campañas de marketing social.

Por otra parte, el Marketing relacionado con Causas Sociales puede también ser comprendido como la relación directa entre una actividad de consumo y una donación a la empresa. Por ejemplo AT&T dona 1 dólar a The Arbor Day Foundation para que plante árboles cuando los consumidores de la empresa aceptan recibir su factura on line desechando la impresa (Giuliani y et al., 2.012). Otro ejemplo de este tipo de Marketing, fue una empresa en España, llamada Lactaria Española, propietaria de la marca RAM. En 1.995, Lactaria Española vinculó las ventas a donaciones de su producto al Tercer Mundo en colaboración con UNICEF.

En Venezuela, se han empezado a desarrollar iniciativas que han recurrido al uso de mecanismos de acción social, para incorporar a los sectores de bajos ingresos a procesos económicos transformadores de la realidad. Estas son modalidades que intentan combinar la generación de beneficios sociales con el interés económico de la empresa, es decir, una inversión social estratégica. Se tiene por ejemplo, el programa de desarrollo de cadenas productivas de la Fundación Empresas Polar ilustra esta línea de acción. En el proyecto Cadena Agropecuaria cacao Birongo, los habitantes de esta localidad mejoran la calidad del grano del cacao, participan en actividades para su procesamiento industrial, produciendo chocolate y bombonería y comercializan una marca propia.

De manera similar, la empresa Ron Santa Teresa desarrolló el Proyecto Productivo Café Alcatraz, que tiene como propósito incorporar a los jóvenes del proyecto Alcatraz (proyecto de reinserción social de ex-delincuentes) a la cadena de producción de una marca de café. (Bruni y González, 2010).

CONCLUSIÓN

El mercadeo, como tradicionalmente es conocido, es una estrategia, que tiene diferentes calificativos, dependiendo del objetivo para la cual se esté desarrollando. En el mercadeo social, su finalidad es específicamente cambiar ideas o comportamiento en beneficio de la sociedad, en donde proponen utilizar las mismas técnicas y metodología de la mercadotecnia comercial, mediante el diseño, implementación y control de programas dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales o cambios de comportamientos.

En el caso, cuando se emplea la calificación de mercadeo con causa social, es igualmente una estrategia aplicada por una empresa con un objetivo de acción social, con el propósito de colaborar mediante acciones y/o actividades en respuesta a necesidades de una comunidad. Es una forma de ejercer la solidaridad y poder generar un impacto en el momento de su aplicación. Sirve para integrar la actividad social con la consecución de objetivos comerciales.

Con relación a la responsabilidad social empresarial, es un concepto amplio que se refiere a la integración, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en la interacción con sus relacionados. El objetivo de la empresa es la de competir con éxito en el mercado, pero en la actualidad incluye la acción social. Mientras que el mercadeo hacia lo social es un objetivo institucional, la RSE está claramente explícita en la misión de la empresa.

En líneas generales en la empresa entendida como una institución que debe tener gestiones hacia lo social, los consumidores sentirán más ascendencia por aquellos productos y/o servicios provenientes de aquellas empresas con un compromiso social, con un impacto legítimo hacia la colectividad, se transforman en consumidores leales y seguros, altamente posicionados en la mente de las personas como una diferenciación marcada de la competencia, en consecuencia, aquellas empresas con un compromiso sustentable hacia las comunidades tienen un aumento de las ventas por tener una mayor visibilidad y mejor imagen, evidentemente aquellas organizaciones que incluyen estas actividades, más que como una estrategia coyuntural, sino más bien como uno de los valores de su empresa, tendrán mayores beneficios económicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, AECA. (2004). **Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa**. España.
- Baldassarre, R. (2013) **Informe sobre responsabilidad Social de las Empresas: Comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible**. Comisión de Asuntos Jurídicos. Parlamento Europeo.
- Bebbington, J; Larrinaga, C y Moneva, J. (2008). **Corporate Social responsibility Reporting and Reputation Risk Management**. Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 21.
- Bruni, J. y Gonzalez, A. (2010). **Negocios rentables con impacto social**. Debates IESA. Vol. 15
- Carroll, A. y Shabana, K. (2010). **The Business case for Corporate Social Responsibility: A review of Concepts**. Research and Practice International Journal of Management Review. Vol.12.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). **Libro Verde de la Comisión Europea. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**. ESADE, Instituto, Persona, Empresa y Sociedad. España.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2011). **Estrategia renovada de la Comunidad Europea para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas**. ESADE, Instituto, Persona, Empresa y Sociedad. España.
- Delgado, C. (2007). **El desarrollo social de un buen negocio**. Revista Dinero. No. 194.
- Fernández (2005). **Administración de la responsabilidad social corporativa**. Thomson Editores. España.
- Forero, J. (2002). **El Marketing Social como estrategia para la promoción de salud. Hacia la promoción de la salud**. Departamento de Salud Pública de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Caldas 7: (Pp 23-41).
- Friedman, M. (1.970) **The Social Responsibility of Business is to increase its Profits**. The New York Times Company, Nueva York.

- Fundación Empresa y Sociedad FES (1997). **La estrategia social de la empresa, un enfoque de valor.** Madrid. España.
- Fundación Empresa y Sociedad FES (2001). **La empresa que viene.** Madrid. España.
- Gómez, J. (2004). **Mercadeo con Causa Social: ¿Responsabilidad Social o estrategia comercial?.** Economía. Gestión. Desarrollo. Cali, Colombia. No. 2, 123-147.
- Giuliani, A.; Montero, T.; Socorro, M.; Marcelo; Betanho, C. y Lima, L. (2012). **El Marketing Social, el Marketing relacionado con Causas Sociales y la Responsabilidad Social Empresarial. El caso del Supermercado Pao de Acucar, de Brasil.** Invenio. Vol. 15. Pp11-27.
- IESE Universidad de Navarra y Valores & Mercadeo (1995). **Estrategia competitiva y responsabilidad social. ¿Cómo hacerlas compatibles?** Barcelona: Prentice Hall.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2001). **Marketing.** Edición adaptada para Latinoamérica. Pearson Educación. 8va. Edición. México
- Kotler, P. y Zaltman, G. (1971). **Social Marketing: an approach to planned change.** Journal of Marketing (Pp 3-12).
- Kotler, P y Zaltman, G. (2002). **Social Marketing: Improving the quality of life.** California, Sage Publications.
- León, F. (2008). **La percepción de la Responsabilidad Social empresarial por parte del consumidor.** Visión Gerencial. No.1
- Marín, A. (2005). **Del Marketing con Causa a la Responsabilidad Social de la Empresa.** Investigación y Marketing. No. 85. Pp 48-51
- Martínez, J.; Simón, C. y Agüero, A. (2003). **La Acción Social de la Empresa,** Prentice Hall, Madrid. España
- Mujica, A.; García, A.; Gibaja, M. (2000). **Marketing con causa e imagen de marca: el caso de los cigarrillos fortuna y la campaña 0'7.** Ponencias Académicas. III fórum internacional sobre las ciencias, las técnicas y el arte aplicado al marketing Madrid: Universidad Complutensede Madrid.
- Pérez, L. (2004). **Marketing Social. Teoría y Práctica.** Primera Edición. México, Pearson Education.
- Rivera, I. (2006). **Revolución de la Responsabilidad Social en Venezuela.** Business. Venezuela. No. 277.
- Scherer, A. y Palazzo, G. (2011). **The new Political role of business in a globalized World: A review of a new perspective on CSR and its implications for the firm, governance and democracy.** Journal of Management Studies. Vol. 48.
- Schultz, M. y Moring, M. (2006). **Corporate Social responsibility communication; stakeholder information, response and involvement strategies.** Business Ethics: An European Review, Vol. 15
- Stead, M., Hastings, G. y col. (2007). **The meaning of effectiveness and future of social marketing.** Obesity Reviews. Vol. 8, No. (1). Pp 189-193.
- Vaz, F. y Gallardo, D. (2013). **Del Desarrollo sostenible a la Responsabilidad Social Corporativa: Evolución, Orígenes y dimensiones que la conforman.** España.
- Vives, A y Peinado, E. (2003). **La Responsabilidad Social de la Empresa como Instrumento de Competitividad.** I Conferencia Latinoamericana de Responsabilidad Social de Empresa. Octubre, Panamá.
- Wettstein, F. (2010). **For better or for worse: Corporate responsibility beyond do no harm.** Business Ethics Quarterly, Vol. 20

INCIDENCIA DE LOS EVENTOS ADVERSOS EN UNA INSTITUCIÓN DE SALUD PRIVADA DEL DISTRITO DE SANTA MARTA

Mónica Janeth Monsalve Prada
monicamonsalvep@hotmail.com
Universidad Cooperativa de Colombia (UCC)

RESUMEN

Hasta hace pocos años se creía que el tema de seguridad del paciente era algo implícito en el proceso de atención. Sin embargo, con el transcurrir del tiempo y teniendo en cuenta los procesos de calidad exigidos por el gobierno en materia de seguridad del paciente, fue necesario la implementación de estrategias encaminadas a disminuir los riesgos durante la atención en salud. Esta investigación tuvo como objetivo describir la incidencia de los eventos adversos en una institución de salud privada se Santa Marta identificando la causalidad atribuida, que permita el establecimiento de planes de mejoramiento en la institución. Fue un estudio cuantitativo, de corte descriptivo que solo pretende la aparición de los eventos adversos en una institución de salud privada. El desarrollo de este demostró, que cuando existen políticas de salud con una visión que lleve al mejoramiento y que permitan cuantificar la magnitud de los eventos adversos se contribuye a lograr que la seguridad del paciente sea una prioridad en todos los servicios de la Institución, involucrando no solo a los profesionales asistenciales, sino también a los administrativos a poner la seguridad del paciente en un lugar prioritario, dentro de las acciones que realice la institución.

PALABRAS CLAVE: Eventos Adversos, Salud, seguridad.

INTRODUCCIÓN

Se asume que el trabajador de la salud brinda la atención con ética y responsabilidad nunca con la intención de producir daño y de manera ingenua. Hasta hace pocos años se creía que el tema de seguridad del paciente era algo implícito en el proceso de atención. Sin embargo, con el transcurrir del tiempo y teniendo en cuenta los procesos de calidad exigidos por el gobierno en materia de seguridad del paciente, fue necesario la implementación de estrategias encaminadas a disminuir los riesgos durante la atención en salud.

El conocimiento de los eventos adversos y de los factores que contribuyen a su aparición, junto con la aplicación del mejor conocimiento disponible sobre la seguridad, son el fundamento de la seguridad del paciente y el cambio de cultura necesario para lograr una atención con calidad. (Rodríguez, 2004). Los mejores centros no son los que carecen de problemas, son aquellos que los detectan y hacen algo para solucionarlos. Los mejores hospitales están dispuestos a evaluar su práctica, porque están preocupados por el mejoramiento continuo.

La realidad de una asistencia en salud cada día más efectiva pero también más compleja, ha convertido la seguridad del paciente en una de las dimensiones

de la calidad asistencial más valoradas tanto por los usuarios como por los profesionales y gestores de los servicios de salud.

Los eventos adversos son sucesos aleatorios imprevistos e inesperados que producen daño al paciente o pérdidas materiales. Es importante identificar si se trata de un evento adverso o de un incidente adverso y para ello se hace necesario tener claridad entre los criterios que diferencian un evento de un incidente adverso.

Estudios realizados previos a esta investigación han demostrado que los eventos adversos en salas de cirugía aumentan las estadísticas en las instituciones de salud del mundo entero; en Colombia, los eventos adversos que se presentan con mayor frecuencia son las infecciones nosocomiales. Este comportamiento ha sido en general en Bogotá y otros municipios de Cundinamarca (Veeduría distrital de Bogotá, 2007).

En Santa Marta, no existía un estudio que pudiera demostrar el comportamiento de los eventos adversos en las Instituciones de salud de la ciudad y que permitiera identificar los riesgos a los que están expuestos los usuarios de salud. Este trabajo sirve de referencia para futuras investigaciones en la región y el país, ya que los eventos adversos continúan siendo un tema álgido en materia de salud teniendo en cuenta que la vigilancia y notificación de los eventos adversos son importantes para mejorar la calidad de la atención en salud.

Laguirre, menciona que la problemática de la seguridad en la atención no constituye una situación nueva en la salud pública. En las décadas de 1950 a 1960 algunos estudios ya reportaban la presencia de eventos adversos a través de estudios toxicológicos, específicamente de algunas drogas en animales.

Varios estudios han investigado la magnitud de los eventos adversos en instituciones de salud. La universidad de Harvard realizó un estudio hacia el año 2000 en el que concluyó que un 4% de los pacientes sufre algún tipo de daño en el hospital; el 70% de los eventos adversos provoca una incapacidad temporal, pero el 14% de los incidentes son mortales. Ese mismo año, El informe del Instituto de Medicina de los estados Unidos estimó que los “errores médicos” causan entre 44000 y 98000 defunciones cada año en los hospitales de los Estados Unidos de América, más que los accidentes de automóvil, el cáncer de mama o el SIDA.

En 2002 el Departamento de Salud del Reino Unido estimó que se producen eventos adversos en aproximadamente 10% de las hospitalizaciones, lo que representa alrededor de 850,000 eventos adversos al año. En México, en 2005, el Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias publicó la frecuencia de eventos adversos presentados en 2001; observando una prevalencia de 9.1%, provocaron incapacidad transitoria en 17% de los pacientes que sufrieron algún evento adverso, condicionaron prolongación de la estancia hospitalaria en 52% de estos pacientes, contribuyeron a la mortalidad en 26% en este grupo de enfermos, y 74% de los eventos eran prevenibles.

Recientemente se ha suscitado en Europa la necesidad de conocer y cuantificar los efectos adversos, entendiendo como tales todo accidente que ha

causado daño al paciente, ligado a las condiciones de la asistencia sanitaria y no al proceso nosocomial de base. Se ha cuestionado la necesidad de ampliar esta definición a los incidentes (siempre ligados a condiciones de la asistencia) que al no haber provocado daño, son difíciles de identificar, sobre todo a través de la historia clínica. Han merecido particular interés aquellos efectos adversos que contribuyen a prolongar la estancia hospitalaria (por su repercusión en los costos), o a la aparición de secuelas que ocasionan algún tipo de discapacidad, ya sea temporal o definitiva, o incluso la muerte del paciente.

Gaitán Duarte, H et al (2006), en su estudio denominado: "Incidencia y Evitabilidad de eventos Adversos en Pacientes Hospitalizados en tres Instituciones Hospitalarias en Colombia, 2006", en el cual participaron una institución pública de referencia de alta complejidad tipo hospital universitario, una institución privada de complejidad media que atiende preferentemente pacientes del sistema subsidiado y una institución privada concluye que la medición permanente de eventos adversos, podría favorecer la reducción de costos en salud, así como la morbilidad asociada a eventos adversos.

Por otra parte, estos estudios también concluyeron que los eventos adversos evitables que ocurren en países subdesarrollados se deben a eventos adversos quirúrgicos producidos por carecer de medidas de reutilización del material descartable, provocando un aumento en los costos, ya que en algunos casos prolonga la estancia de paciente o conlleva a la muerte del mismo desencadenando una serie de demandas por fallas en los procesos de atención y seguridad del paciente.

Así, mismo demostraron que industrias como la aviación y plantas nucleares, en la que los usuarios está expuestos a mayores riesgos, sus registros de seguridad son mejores que en los servicios de atención en salud; existe la posibilidad de producirse un daño en 1 de cada 1.000.000 de viajeros, mientras que en la atención en salud 1 de cada 300 usuarios está en riesgo de sufrir alguna lesión durante la atención.

Así mismo, las entidades de aseguramiento están adoptando estrategias de reporte y mecanismos de análisis de eventos adversos. Las instituciones educativas también están promoviendo el tema. Se conocen, al menos, cinco programas en el país orientados exclusivamente a la seguridad del paciente. En otras palabras en sólo dos años este tema ha permeado más al Sistema de Garantía de Calidad, sobre todo en lo que se refiere a profesionales de la salud.

Aun cuando la administración del riesgo no es una disciplina nueva, se había desarrollado principalmente en la administración de empresas privadas; en los últimos años la administración pública se ha ocupado con mucho interés de la gestión de las instituciones públicas, incluyendo la aplicación de metodologías y herramientas que les permitan a las entidades ser cada vez más eficientes, por lo que se hace necesario tener en cuenta todos los factores que puedan afectar el logro de los objetivos institucionales.

METODOLOGÍA

La presente investigación es un estudio descriptivo porque pretende describir la aparición de los eventos adversos en una institución de salud privada. Las fuentes de recolección de información utilizadas fueron: primarias que hace referencia a Libro de registro de eventos adversos en la institución estudiada, estadísticas de los eventos adversos reportados por la institución; las fuentes secundarias que se refiere a la norma que regula los eventos adversos en salud, como lo son: Ley 100 de 1993, resolución 1043 de 2003, resolución 1446 de 2006, decreto 1011 de 2006.

Tabla I: Operacionalización de Variables

TIPO DE VARIABLE	DEFINICIÓN DE VARIABLE	CRITERIOS DE MEDICIÓN	ESCALA DE MEDIDA
Tipo de evento adverso	Corresponde al tipo de evento que produjo daño en el paciente	Caída de su propia altura Flebitis medicamentosa Escaras Fuga de pacientes Error en la medicación	Ordinal
Edad	Corresponde al grupo de edad en el que se presentó el evento.	< 1 AÑO 1-15 AÑOS 16-45 AÑOS 46-65 AÑOS > 65 AÑOS	Razón
Genero	Corresponde al número de eventos por género masculino o femenino.	Femenino Masculino	Nominal
Servicio de Atención	Corresponde al área de la institución donde fue atendido el paciente.	Urgencias Hospitalización ginecológica Hospitalización pediátrica Hospitalización Adultos Cirugía Uci Neonatos	Ordinal

FUENTE: Elaboración propia (2015)

El procedimiento utilizado para la recolección de información consistió una plantilla o formato estadístico que permitió tabular el número de eventos adversos que se presentaron y clasificarlos según tipo y la relación o causa atribuible al fenómeno. Así mismo, el instrumento de recolección de los datos utilizado fue la ficha o formato de notificación que en ese momento empleaba la IPS estudiada para reportar los eventos adversos según la resolución 1446 de 2006 y que contiene la información que sirvió a su vez para describir cada variable dentro de la operacionalización de las mismas y que determinó el cumplimiento del proceso de notificación del evento adverso.

básicamente el instrumento contenía: datos demográficos y de identificación del paciente como son: edad, sexo, fecha y hora de ocurrido el evento; datos relacionados con el servicio: que corresponde al espacio dentro de la IPS donde ocurrió el evento, especialidad, centro de atención o servicio; datos del evento adverso: descripción, clasificación del Suceso, barrera y defensa, acción insegura, evento Adverso / tipo de Incidente, orígenes y factores, contributivos; Datos de

evaluación del proceso organizacional: organización y cultura, oportunidad de mejora, responsable de la mejora, cargo, tiempo de ejecución, oportunidad de mejora realizada, verificación del cumplimiento de la oportunidad de mejora.

RESULTADOS

El estudio realizado arrojó como resultado la presencia de 52 eventos adversos, distribuidos de la siguiente manera según la priorización de la incidencia: Caídas desde su propia altura, Flebitis medicamentosa, Escaras, Error en procedimiento, Error en la medicación, Fuga de paciente, Oportunidad en la atención, Error médico, Infección Nosocomial, Anafilaxias de Medicamento, Neumotórax por ventilación, Neumotórax con Colocación de Catéter venoso Central. Por otra parte, el estudio arrojó resultados relacionados con la gestión y organización de la administración, en el sentido que no estaban claras las políticas de calidad al no existir los protocolos de manejo de permitieran al personal asistencial tener una guía al manejo ante la aparición de eventos adversos.

DISCUSIÓN

Los eventos adversos relacionados con los cuidados ocuparon un primer lugar de aparición en el estudio realizado en esta institución, donde las caídas desde su propia altura tienen un frecuencia de aparición del 27%, siendo este un porcentaje significativo teniendo en cuenta que esta puede prolongar la estancia hospitalaria y traer consigo nuevos problemas de salud en el paciente, este resultado difiere del estudio IBEAS en Colombia, donde en primer lugar de eventos adversos está las infecciones nosocomiales, este comportamiento pudo producirse ya que en esta institución existen políticas definidas de prevención de infecciones nosocomiales.

La flebitis medicamentosa fue la segunda causa de eventos adversos encontrados en la institución estudiada con un 13% (7 casos) de aparición, lo que muestra una falla en los protocolos de manejo de la administración de medicamentos. Con relación a esto, difiere del estudio IBEAS, donde a pesar que los eventos adversos relacionados con los procedimientos ocupan un segundo lugar con 26.75%, la flebitis dentro de esta clasificación ocupa un 1 lugar con un 5.73%. (Estudio IBEAS).

El estudio IBEAS relaciona las úlceras por presión como eventos adversos relacionados con los cuidados, ocupando estos el 8.92% de estos eventos adversos; en institución estudiada este porcentaje se ubica en tercer lugar con un 12% de aparición, podemos decir que influye la estancia hospitalaria prolongada y fallas en los protocolos de atención de los pacientes con los diferentes diagnósticos que puedan prolongar la hospitalización.

La fuga de pacientes ocupa un cuarto lugar con un 8% de aparición, en el estudio IBEAS, no especifican la fuga como un evento adverso, es posible que esté incluido dentro del porcentaje de otros eventos adversos que corresponden a un 6.05% y está ubicado en el quinto lugar de aparición.

Según el estudio IBEAS, los eventos adversos relacionados con la medicación que más destacan son el retraso en el tratamiento y el tratamiento ineficaz, estos han sido considerados como errores en la medicación; en el estudio realizado en la institución, los eventos adversos que relacionados con la medicación ocupan el quinto lugar en porcentaje de aparición con 8%, lo que puede considerarse fallas en las prácticas de administración de medicamentos ocasionadas por los funcionarios de la IPS en estudio.

La edad no parece ser un factor asociado a la presencia de eventos adversos, sin embargo los pacientes con edad más elevada tienen mayor riesgo de sufrir eventos adversos, ya que se suponen que están más expuestos a un mayor número de cuidados, pruebas diagnósticas e intervenciones (Estudio IBEAS, 2006)

CONCLUSIONES

Del número de eventos adversos presentados, las cinco primeras causas: Caída de su propia altura se presentaron catorce (14) casos que corresponde a un 27%, en segundo lugar se presentaron las flebitis medicamentosa con siete (7) casos que indican un 13%, seguido de las escaras con seis (6) casos corresponde al 12%, fuga de pacientes ocupa el cuarto puesto con cuatro casos (4) equivalentes a un 8% y por último encontramos error en la medicación con cuatro (4) casos presentados que muestran un 8%, estos datos corresponde a las cinco (5) primeras causas de eventos adversos presentados en la Clínica el Prado en el periodo objeto de estudio por lo anterior se pudo concluir que difiere de los eventos adversos encontrados en estudios mundiales, Latinoamericanos y Colombiano, teniendo en cuenta el contexto socio-demográfico de la Región Caribe, donde la creencia de los usuarios y de los profesionales puede desencadenar cambios en su estilo de vida.

El proceso de notificación de eventos adversos en la institución estudiada se realiza a través de un formato diseñado que permite identificar el servicio, donde ocurrió el evento, además de las características del paciente que sufrió el evento y la descripción del mismo para poder tomar los correctivos necesarios, este procedimiento es llevado a cabo por el Coordinador Médico, Coordinadora de Enfermería y todos los coordinadores de las diferentes Centros de atención (Servicios) de la IPS, que a su vez hacen parte de la oficina de control de calidad y son los responsables de tomar las acciones de mejora dentro de la IPS. Este proceso está adoptado como política del Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad, sin embargo se observan muchas falencias en el proceso de notificación, teniendo en cuenta que algunas veces, los datos no son diligenciados de forma completa.

Las fichas de notificación que se encontraron correctamente diligenciadas fueron 52 de 62 eventos notificados, las principales fallas en el diligenciamiento correspondieron a 3 hacían referente a accidentes laborales, 3 eventos no contaban

con la información relacionada con la edad del paciente, 2 eventos no describía el tipo de evento adverso y 2 más fallaron en lo concerniente a falta de datos relacionados con el servicio.

El desarrollo de este estudio demostró, que cuando existen políticas de salud con una visión que lleve al mejoramiento y permiten cuantificar la magnitud de los eventos adversos, todo esto contribuye a lograr que la seguridad del paciente sea una prioridad en todos los servicios de la Institución, involucrando no solo a los profesionales asistenciales, sino también a los administrativos a poner la seguridad del paciente en un lugar prioritario, dentro de las acciones que realice la Institución estudiada.

Si todos los funcionarios de la esta institución continua uniendo esfuerzos para mejorar la seguridad del paciente, conseguirán cumplir el objetivo planteado que es ser el centro de referencia de la región en materia de seguridad del paciente.

RECOMENDACIONES

La seguridad es un principio fundamental en atención del paciente y un componente crítico de la gestión de la calidad. Mejorarla requiere una labor compleja que afecta a todo el sistema en la que interviene una amplia gama de medidas relativas a la mejora del funcionamiento, la seguridad del entorno y la gestión del riesgo, incluidos la lucha contra las infecciones, el uso inocuo de medicamentos, la seguridad del equipo, las prácticas clínicas seguras y un entorno de cuidados sano. Abarca todos los funcionarios de la clínica por tanto, requiere un enfoque general para identificar los riesgos reales y potenciales para la seguridad del paciente en cada servicio, y para encontrar soluciones generales a largo plazo para el conjunto del sistema.

De acuerdo con el estudio realizado en la institución acerca de la incidencia de los eventos adversos, se recomienda realizar las siguientes acciones de mejora:

SOCIALIZACIÓN

Los eventos adversos presentados durante el periodo estudiado, muestran un desconocimiento o falta de aplicación de los protocolos de manejo, por lo que se recomienda realizar la socialización de los mismos, de manera que los funcionarios de la Institución comiencen a aplicarlos de esta manera disminuirá el número de eventos adversos relacionados con manejos asistenciales.

CAPACITACIONES

Las capacitaciones que se recomiendan realizar deben estar dirigidas a todo el personal que labora en la institución y debe ser en los siguientes temas:

- Traslado y movilización de pacientes
- Cuidados en la administración de líquidos y medicamento intravenoso

- Cuidados durante la venopunción.
- Protocolos de manejo de medicamentos.
- Protocolo de alimentación enteral, realizando de ser necesario la inducción del manejo de estos.
- Capacitación en los protocolos del manejo de Sonda Vesical
- Colocación de Catéter venoso central.
- Transfusiones sanguíneas
- Cómo evitar úlceras por presión.

NOTIFICACIÓN

Durante la etapa de recolección de información, se presentaron muchas dificultades en materia de recolección, ya que aunque existe un formato establecido por la Clínica, este no es diligenciado de manera completa, lo que generó demoras en la recolección de datos, por lo que el investigador sugiere que se refuerce la cultura de la notificación de los eventos adversos y el clima de la seguridad del paciente y que este formato sea diligenciado de manera oportuna y completa, ya que de esta forma podrá utilizarse como una herramienta útil para la atención del usuario, ya que permite realizar acciones de mejora que redundarán en el beneficio de la atención y por ende de los usuarios.

POLÍTICAS DE CALIDAD

Es necesario que dentro de las políticas de calidad sea incluida la seguridad del paciente, ya que para lograr una atención segura, es necesario involucrar dentro de estas, acciones que lleven a evitar la aparición de eventos adversos dentro de la Clínica, por otro lado, deberán seguir realizando estudios de investigación que muestre nuevos resultados y que puedan contribuir a mejorar la seguridad del paciente y la calidad de los servicios asistenciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

American Psychological Association. (2010). **Manual de Publicaciones, guía de entrenamiento para el estudiantes** (segunda edición). México, D.F: Manual Moderno.

American Psychological Association. (2002). **Manual de estilo de Publicaciones** (segunda edición). México, D. F: Manual Moderno.

Bonilla, C. E (Ed). (2009). **La investigación, aproximaciones a la construcción del conocimiento Científico**. Colombia: Alfaomega.

Decreto 1011 de 2006 Ministerio de la Protección Social.

Documento CONPES 3446, **Lineamientos para una política de Calidad**, Dirección Nacional de Planeación, 2006.

Hernández, S. R (ed.). (2007). **Metodología de la Investigación**. México: Mac Graw Hill.

Incidencia y evitabilidad de eventos adversos en pacientes hospitalizados en algunas instituciones hospitalarias en Colombia (2006)

www.encolombia.com/medicina/academedicina/academ300408/premiosalaencislicas1.htm (8 de Febrero/2011).

Ministerio de Sanidad y política de España y la Organización Mundial de la salud (2006); estudio IBEAS: prevalencia de Eventos adversos en hospitales de Latinoamérica. Informe de resultados Colombia.

Ministerio de Sanidad y política de España y la Organización Mundial de la salud (2006); estudio IBEAS: prevalencia de Eventos adversos en hospitales de Latinoamérica.

Organización Mundial de la Salud, consejo ejecutivo (2001). Calidad de la atención: seguridad del paciente.

www.binass.sa.cr/seguridad/articulos/calidaddeatencion.pdf (10 de diciembre 2010).

Resolución 1446 de 2006 Ministerio de la Protección Social.

Resolución 1043 de 2002 Ministerio de la Protección Social.

Rodríguez, C E. (2004). **Estudio latinoamericano de seguridad del paciente y acreditación en salud**. [www.unydos.com/acreditación/catalogo/docs/estudio-IBEASpdf](http://www.unydos.com/acreditacion/catalogo/docs/estudio-IBEASpdf) (1 Enero / 11).

Superintendencia Nacional de Salud. Circular 030 de 2006. www.valledelcauca.gov.co/salud/descarga.php?CD=804.

Veeduría distrital (2007). **Guía para la implementación del modelo estándar de control interno (MECI) con enfoque sistémico**. <http://www.veeduriadistrital.gov.co/es/grupo/9258/att1197407625-2pdf> (11 Diciembre 2010)

COMPETENCIAS COGNITIVAS PARA LA ROBUSTEZ (HARDINESS) COMO MEDIO DE SOSTENIBILIDAD EN AMBIENTES CAÓRDICOS.

Maricarmen Soto O.
msoto@urbe.edu.ve

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
Cira Fernández de Pelekais
cirapelekais@urbe.edu

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE
Angel Acevedo
Aceved122@gmail.com

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, URBE

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue Analizar la importancia de competencias cognitivas desde la óptica de la robustez como medio de sostenibilidad en organizaciones caórdicas., fundamentándose en autores como Beorlegui (2014), Maddi (2013), Turienzo y Sala (2011), Sambrano (2010), entre otros. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva, de campo, con un diseño no experimental. La población estuvo representada por cuarenta y ocho (48) empleados de dos organizaciones públicas venezolanas. Con un instrumento bajo

escala Likert y sometido a validación de expertos, y todo el proceso estadístico, se aplicó a la población objeto de estudio, para luego elaborar con la data resultante una tabla que presenta los resultados del objetivo estudiado sobre competencias cognitivas. Los resultados reflejaron que las personas son capaces de llevar a cabo las actividades diarias desarrollando herramientas que permitan manejar mejor la adaptación y el stress como habilidades y destrezas personales que se desarrollan con la Robustez psicológica de cada individuo producto de un alto sentido del valor de vida, sin embargo, carecen de condiciones favorables para desarrollar su trabajo, concluyendo que a medida que se incrementa la robustez a través de competencias cognitivas existirá un clima laboral óptimo y adaptativo a cualquier circunstancia.

PALABRAS CLAVE: COMPETENCIAS COGNITIVAS, ROBUSTEZ, CAÓRDICO. INTRODUCCIÓN

En épocas de cambios constantes causados por la globalización, profundas crisis económicas y sociales como las ocurridas desde finales del siglo XX y principios del XXI, y los escenarios de incertidumbre, hace que cada vez las organizaciones se tornen más complejas. Por ello se habla de un caos + orden a la que el individuo está obligado a adaptarse, robustecerse u mejorar o morir.

En éste sentido, hay organizaciones que presentan un desempeño superior a otras de acuerdo a éste caos + orden, no sólo subsisten, mejoran sus resultados diferenciándose de otras, y esas otras son afectadas en su desenvolvimiento por las situaciones críticas, llegando en algunos casos a la quiebra y cierre.

Al respecto, existe una interrelación entre la organización y el individuo en la cual, todo aquello que apoye la salud y realización personal a los empleados, ciertamente preserva y genera las condiciones para desarrollar la capacidad de trabajo del individuo y desde el mismo, es solamente él quien puede utilizar su saber creativo para cambiar la dirección de las acciones en función de las variaciones del contexto en el cual se encuentra inmerso.

Sin embargo, en las organizaciones en general se observan trabajadores expuestos a fuertes presiones de diversas índole, bien sea por parte de su entorno familiar y laboral, se enferman alcanzando periodos de incapacidad para desempeñar sus funciones, no obstante, otros en las mismas condiciones logran superar los obstáculos, alcanzando altos niveles de eficacia, eficiencia y productividad, es lo que autores como Siebert (2007), identifican como resiliencia, la cual define como la capacidad de resistencia del ser humano para “construir en la adversidad” y salir fortalecidas de las situaciones difíciles.

En torno a lo expuesto, Sambrano (2010), habla sobre resiliencia, que es el paso anterior a la robustez, y expone que es necesario desarrollar ciertas competencias emocionales; que permiten el manejo adecuado de las exigencias y presiones del entorno, las cognoscitivas; relacionadas con la capacidad de aprender de las experiencias vividas, y las competencias éticas; son los principios, normas y valores socialmente aceptables, las cuales regulan el comportamiento de las personas, de acuerdo a sus valoraciones entre lo correcto, bueno y justo.

Así mismo, Turienzo y Sala (2011), expresan que la robustez o hardiness es afín a la resiliencia y es una característica de la personalidad que en individuos actúa como catalizador de la resistencia y estrés. Por ello, la robustez es una amalgama de elementos personales con carácter adaptativo, sentido de compromiso, desafío y oportunidad en situaciones de dificultad.

COMPETENCIAS COGNITIVAS PARA LA ROBUSTEZ

Partiendo del significado de cognitivo, Sambrano (2010), expone que es el conocimiento de la realidad, se percibe a través de los sentidos y luego es elaborada por un complejo sistema que interpreta y reinterpreta la entrada de datos, los elabora, almacena, utiliza y los transforma en información válida y transferible a situaciones diversas, es tratar de entender los procesos básicos (atención, observación, memoria, organización de la información, sensación, percepción) y complejos (toma de decisiones, creatividad y solución de problemas).

En este orden, se puede decir que las experiencias vividas contribuyen a consolidar los procesos cognitivos mediante el aprendizaje, que a su vez los refuerza, generando múltiples opciones para actuar en el entorno. Lo cierto es que las experiencias resaltantes, cristalizantes y poderosas del ser humano, le permite aprender a resolver las situaciones que se le presentan a diario, utilizando su intelecto y la capacidad de razonar.

Es por ello, que a continuación se le da profundidad a esas competencias cognitivas como una de las herramientas más importante para llevar a cabo el desarrollo de estas competencias en la organización

CREATIVIDAD

Existen unas habilidades cognitivas altamente desarrolladas, por ello, se conoce hoy en día la importancia de la creatividad en muchos aspectos de la organización. Al respecto, Sambrano (2010, p 44), la define como un “estado de conciencia que permite generar una red de relaciones para identificar, plantear, producir y resolver problemas de manera relevante y original”. Todas las personas tienen la capacidad para desplegar su talento genial, dependiendo de la estimulación del entorno que los rodea, de la motivación interna para cambiar las cosas y de una autoestima alta.

Cabe agregar, que el talento genial se ejerce cuando se combina y se relaciona realidades distintas y forma una nueva. Las personas robustas son creativas porque tienen sensibilidad, son empáticos, se adaptan con facilidad a situaciones nuevas, son dinámicos, son capaces de cuestionarse así mismo, utilizan la lógica, no se resisten ante los cambios, asumen los riesgos que se les presentan.

En los momentos de crisis, la creatividad es una aliada posible y adecuada para superarlas, puede contribuir a que las personas salgan de una situación difícil con apariencia de insalvable, permitiéndole al ser humano ejercer uno de las

habilidades más poderosas como es la de generar algo nuevo; utilizando nuevas relaciones entre componentes viejos aparentemente gastados. De allí que la intuición, la imaginación aunados a los deseos de cambio, lideran los momentos en los que las transformaciones tanto personales como sociales, son necesarias.

A pesar de esas habilidades básicas para generar creatividad, hay otras condiciones en los seres humanos que la limitan, representando un obstáculo, entre las cuales la mencionada autora refiere a la incapacidad para cambiar las respuestas estandarizadas, adaptar las formas de percepción, excesiva arraigo con un asunto, así como también cuando la personas consideran que saben demasiado de una sola cosa, que tienen una alta especialización y no hay quien lo superen, todo lo saben.

HUMOR

Está asociado al estado de ánimo de las personas, involucrando estados emocionales, afectivos y temperamento. Martin (2008), refiere que es reencuadre continuo que realizan los seres humanos ante situaciones estresantes, críticas, sin salirse de la realidad, generando emociones positivas, enseñando a aprender de los errores, fracasos y de las experiencias vividas, ayudando a mantener un ambiente agradable y relajado.

En el caso de las personas robustas; no toman las cosas demasiado en serio, son capaces de reírse de sí mismos, abandonando por momentos el ego solemne y exigente. Puede ser una herramienta crítica, se relaciona con el sentido del humor que se deriva del autoconcepto y el autoconocimiento, comporta una actitud inteligente ante la vida, en la que se observa una panorámica, se analiza, se compara y luego se resuelve de manera lúdica, el sentido del humor juega con las personas, situaciones y sucesos, se deriva el regocijo, la diversión, se aleja de la solemnidad y la gravedad.

El humor en el líder es primordial, desde la perspectiva de Hatum (2009), se refiere que cada persona, su cultura, educación recibida, procesando su información de una forma distinta, por tanto vive en su propio mundo, obedeciendo a la capacidad para detectarlo, disfrutarlo, apreciarlo tiene que ver con los lentes que se ven el mundo.

INICIATIVA

Asociada a los procesos cognitivos básicos, relacionándola con la disciplina, y la responsabilidad. Cuando las personas son capaces de iniciar acciones con creatividad, al enfrentarse a una crisis, actúa proactivamente, orientándose hacia el logro, solucionando situaciones. Sambrano (2010), agrega que una persona con iniciativa no se estanca en una situación que le produce angustia, estrés o malestar, o cuando es sometida a situaciones de maltrato. Salir de una crisis requiere iniciativa creadora, acción organizada y un sistema estructurado de trabajo, por lo que se requiere analizar los hechos, establecer prioridades de acuerdo a las categorías que se consideren importantes y luego inferir conclusiones. Es

importante también, tomar decisiones apropiadas mediante una acción sostenida, continua con perseverancia, dirigida a realizar los cambios que generen bienestar.

En este sentido, la iniciativa, sea cual fuere su definición, está estrechamente ligada al cambio, a la creatividad, a los conocimientos, a la innovación y a factores relacionados con la flexibilidad que cobran cada vez más importancia como fuentes de competitividad.

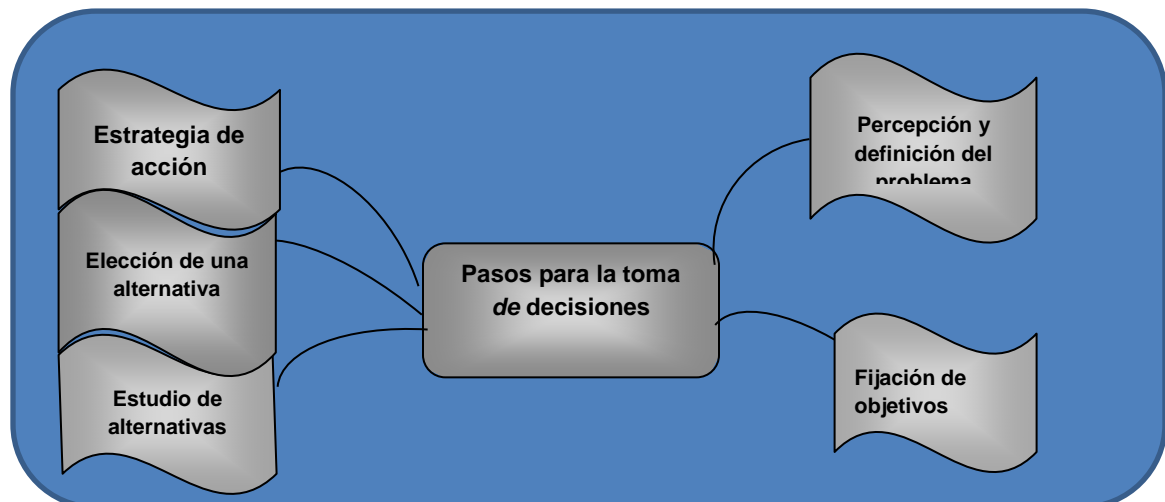
TOMA DE DECISIONES

Sambrano (2010), afirma que aprender a tomar decisiones es una de las características más importante de la resiliencia, es hacer un alto en la rutina, en lo cotidiano, es desechar lo que no sirve y saber seleccionar lo que en realidad puede traer beneficios, tanto para sí mismo como para las personas que conforman un equipo de trabajo. El tomar decisiones es un punto fundamental que enseña a considerar los factores involucrados en la soluciones, así como a estructurar el cambio de manera más organizada y coherente con los objetivos que se establecen.

Adiciona Sambrano (2010), que el ser robusto toma decisiones sin impulsividad ni atropellando a otros, en el caso que se cometa un error en el proceso de toma de decisiones, se vuelve al punto inicial, se aprende del error y se colabora con otros. Lo fundamental en la toma de decisiones es mantener la calma, serenidad, estudiando las posibles soluciones.

Lo fundamental en la toma de decisiones está en percibir y definir el problema, (recopilación de datos) fijar los objetivos de lo que se desea alcanzar (resultados deseados), estudiar las posibles alternativas (criterios con que se juzgaran las alternativas, elegir la más indicada y fijar la estrategia a seguir.

FIGURA 1
PASOS PARA LA TOMA DE DECISIONES Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS



FUENTE: Sambrano (2010, p 51)

EVIDENCIAS OBTENIDAS A PARTIR DE LA OBTENCIÓN DE DATOS ESTADÍSTICOS PARA ANÁLISIS DEL COMPROMISO COGNITIVO PARA LA ROBUSTEZ.

**TABLA 1
DIMENSIÓN COMPETENCIAS COGNITIVAS**

Indicadores	Ítems	Totalmente en desacuerdo (1)		Medianamente en desacuerdo (2)		Ni de acuerdo Ni en desacuerdo (3)		Medianamente de acuerdo Si (4)		Totalmente de acuerdo (5)		X	DE
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Creatividad	16	0	0	2	4	2	4	19	40	25	52	4,13	1,01
	17	3	6	3	6	1	2	24	50	17	36		
	18	4	8	1	2	2	4	27	57	14	29		
Humor	19	0	0	0	0	8	17	6	12	34	71	4,4	0,89
	20	1	2	0	0	1	2	18	38	28	58		
	21	3	6	2	4	0	0	23	48	20	42		
Iniciativa	22	5	10	21	44	8	17	14	29	0	0	3,97	1,23
	23	0	0	1	2	0	0	17	35	30	63		
	24	0	0	2	4	0	0	7	15	39	81		
Toma de decisiones y Soluciones de problemas	25	0	0	0	0	0	0	19	40	29	60	4,24	0,58
	26	0	0	0	0	6	12	35	73	7	15		
	27	0	0	1	2	0	0	38	79	9	17		

FUENTE: Elaboración propia (2015)

La tabla 1, correspondiente a la dimensión competencias cognitivas desde la robustez, muestra en el indicador creatividad que el 52% refieren que definitivamente si se adaptan con facilidad a situaciones nuevas sin resistirse a los cambios, el 50% probablemente si asumen con firmeza los riesgos que se le presentan en situaciones que aparentan ser poco productivas, y el 57%. El promedio de las respuestas es 4,13, el cual se categoriza como alta, con una desviación estándar de 1,01 la cual es media con respecto al promedio.

De acuerdo a los resultados en el indicador creatividad, se considera que posee un alto número, los profesionales logran adaptarse a los nuevos parámetros que se producen al no resistirse a los cambios organizacionales que se presentan en las respuestas ya establecidas, siendo capaces de ajustarse a nuevas respuestas, asumiendo con firmeza los riesgos a pesar que los mismos pareciesen insuperables muchas veces.

La creatividad siempre será un aliado para superar riesgos, puede contribuir a que las personas salgan de una situación difícil con apariencia de insalvable, permitiéndole al ser humano ejercer uno de las habilidades más poderosas como es la de generar algo nuevo; utilizando nuevas relaciones entre componentes viejos aparentemente gastados.

En el indicador Humor; los profesionales coincidieron en un 71% en que definitivamente si pueden reírse de sí mismos, abandonando por momentos el ego solemne y exigente, el 58% opina que definitivamente sí reconocen que tienen sentido del humor sin salirse de la realidad para enfrentar situaciones de estrés, mientras que para el 48% el humor permite mantener un ambiente agradable y relajado.

En este orden, los investigadores estiman, que el humor es una competencia fundamental para el desarrollo de actividades, pues les permite por momentos dejar a un lado la exigencia y la solemnidad, sin salirse de los parámetros establecidos, haciendo el ambiente relajado y agradable para enfrentar las situaciones del día a día y superar el estrés.

En este contexto Sambrano (2010), expresa que las personas robusta; no toman las cosas demasiado en serio, son capaces de reírse de sí mismos, abandonando por momentos el ego solemne y exigente. Puede ser una herramienta crítica, se relaciona con el sentido del humor que se deriva del autoconcepto y el autoconocimiento, comporta una actitud inteligente ante la vida, en la que se observa una panorámica, se analiza, se compara y luego se resuelve de manera lúdica, el sentido del humor juega con las personas, situaciones y sucesos, se deriva el regocijo, la diversión, se aleja de la solemnidad y la gravedad.

En el indicador iniciativa de la dimensión competencias cognitivas se observa que para el 44% de los encuestados probablemente las situaciones que producen angustias y estrés no le generan estancamiento hacia el logro de las metas, mientras que el 63% definitivamente si analizan los hechos para establecer prioridades de acuerdo a lo que se considera importante y luego inferir conclusiones, el 81% opina que definitivamente si hay que ser perseverantes para realizar los cambios que generan bienestar.

Partiendo de los resultados en el indicador iniciativa, se infiere que los profesionales son perseverantes, responsables y disciplinados, con amplia capacidad para emprender sus actividades con creatividad o talento genial en medio de las situaciones críticas, por lo que la angustia y el estrés no le generan

estancamiento hacia el logro de las metas, en razón de que logran analizar los hechos para establecer prioridades de acuerdo a lo que se considera importante y luego inferir conclusiones.

En torno a la iniciativa como indicador Sambrano (2010), argumenta que una persona con iniciativa no se estanca en una situación que le produce angustia, estrés o malestar, o cuando es sometida a situaciones de maltrato. Salir de una crisis requiere iniciativa creadora, acción organizada y un sistema estructurado de trabajo, por lo que se requiere analizar los hechos, establecer prioridades de acuerdo a las categorías que se consideren importantes y luego inferir conclusiones. Es importante también, tomar decisiones apropiadas mediante una acción sostenida, continua con perseverancia, dirigida a realizar los cambios que generen bienestar.

Sobre el indicador Toma de decisiones y solución de problemas, los encuestados refieren en un 60% que definitivamente si desechan lo que no sirve y saben seleccionar lo que en realidad puede traerles beneficios, mientras que para el 73% probablemente si toman decisiones sin impulsividad ni atropellando a otros, y el 79% probablemente si plantean varias alternativas para elegir la más indicada así como la estrategia a seguir.

A partir de los resultados se deduce que se caracterizan por ser asertivos en la toma de decisiones al solo tomar en consideración las alternativas que realmente les puede ser útil para resolver situaciones de manera satisfactoria tanto a nivel personal, del equipo de trabajo.

Sobre el particular Sambrano (2010), afirma que aprender a tomar decisiones es una de las características más importante de la robustez, es hacer un alto en la rutina, en lo cotidiano, es desechan lo que no sirve y saber seleccionar lo que en realidad puede traer beneficios, tanto para sí mismo como para las personas que conforman un equipo de trabajo. El tomar decisiones es un punto fundamental que enseña a considerar los factores involucrados en la soluciones, así como a estructurar el cambio de manera más organizada y coherente con los objetivos que se establecen.

ROBUSTEZ COMO MEDIO DE SOSTENIBILIDAD EN ORGANIZACIONES CAÓRDICAS.

Lo aportado por Turienzo y Sala (2011), nos expone que el cerebro es una red de sistemas que cumple funciones regulatorias y ejecutorias de la conducta, al mismo tiempo desarrolla una diversidad de subprogramas que contribuyen con el desarrollo de múltiples habilidades, se pueden mostrar. Los procesos cognitivos asociados a la resiliencia destacan; la creatividad, el humor, la iniciativa, la toma de decisiones y solución de problemas.

Ahora bien, la robustez requiere de sostenibilidad organizacional y en ese sentido se puede expresar que requiere de un trabajo interdisciplinar ya que para ser sostenible es imprescindible la colaboración de todos, es decir, departamentos y sectores empresariales que consiguen una comunicación óptima, integración y un

efecto positivo en la innovación que impulse la toma de conciencia hacia el equilibrio ecológico como nuevo paradigma de pensamiento.

Sobre el particular, es que se puede decir que los individuos robustos psicológicamente harán que una empresa caótica desaparezca. Hatum (2012), ha llamado este tipo de caos “esquizofrenia organizacional”, empresas desorientadas que generan el miedo en su personal, y en vez de innovar, castigan, empresas que expresan jugárselas todas por su gente, pero al momento de una crisis reducen nómina como primera política. Debiéndose esto a que la organización no adaptó sus sistemas y por ende no robusteció a su personal con capacitación.

CONSIDERACIONES FINALES

En estas líneas finales se hace una clasificación de herramientas sencillas como guía para obtener un equipo humano en la organización robusto y que se considera reúne una síntesis de lo desarrollado anteriormente. En éste sentido, para facilitar la implementación de la aptitud robusta se propone:

- a) **ELEGIR TU ACTITUD**, ya que en la medida que se afronte con positivismo el puesto desempeñado en la organización, así mejorará la vida en general transformándose el entorno.
- b) **JUGAR**, ya que el lugar de trabajo debe ser un sitio donde se pase bien. Ese contexto laboral debe ser un espacio como recreo para adultos. Cuando las personas trabajan contentas tratan de manera cordial y afectiva a los demás compañeros, creando en la organización un clima favorable.
- c) **ALEGRAR EL DÍA**, las dos actitudes anteriores, traerán como consecuencia el hecho de alegrar a los demás y seguro querrán participar en cualquier actividad planificada.
- d) **ESTAR PRESENTE**, siempre el líder debe estar presente en todo, su presencia refuerza a los miembros del equipo de trabajo y todos los procesos funcionarán mejor.
- e) **CREATIVIDAD**, hay que dejar salir las ideas, e impulsar que los compañeros de trabajo exploten la de ellos, descubriendo el verdadero potencial.
- f) **REÍR**, disfrutar de los que se hace es prioridad, y una tarea adicional es hacer reír a los que te rodean de significativa importancia para la robustez.
- g) **CALIDAD**, solo un servicio o producto será de calidad cuando el equipo humano de la organización sea robusto a través de la calidad de vida de cada uno de sus miembros, redundando en un clima organizacional también de calidad.
- h) **SORPRENDER**, hay que ser innovador, sorprender se refiere a ese hecho de realizar cosas diferentes que impresionen a la directiva de la organización.
- i) **UNIR**, es otro propósito y alimenta el espíritu organizacional y de su equipo de trabajo, lo ideal es no hacer nada solo.

- j) **BUSCA LA FAMA**, un individuo robusto debe darse a conocer para ser multiplicador, mientras más personas te conozcan más clientes se podrán conseguir.

Pudiesen haber muchos más tips pero debe comenzarse con éstos como elementos fortalecedores de la robustez en el personal de una organización que quiera pasar de caórdica a inteligente.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- Beorlegui, S. (2014). **El despertar de la conciencia. Coaching transformacional**. LID. Editorial mexicana. México.
- Hatum, A. (2009), **Alineando la organización. Estrategias y prácticas de recursos humanos para managers**. GRANICA. Argentina.
- Lorente, F. (2008). **Asistencia Psicológica a víctimas**. Emergencia. Mini manuales prácticos. Aran Ediciones.
- Martin, R. (2008). **The Psychology of Humor**. ELSEVIER USA.
- Sambrano, J. (2010). **Resiliencia. Transformación positiva de la adversidad**.
- Siebert, A. (2007). **La Resiliencia, construir en la adversidad**. Alienta Editorial. España.
- Turienzo y Sala (2011). **Gana La Resiliencia**. LID Editorial Empresarial, SL. España

RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO PROCESO FUNDAMENTAL DEL APRENDIZAJE EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS

Peñaloza Peñaloza, Enrique Luis
eltoype@hotmail.com

RESUMEN

La presente investigación está orientada a analizar la Responsabilidad Social como proceso fundamental del aprendizaje en universidades públicas. El tipo de investigación se cataloga como documental utilizando un enfoque cualitativo. Se fundamentó teóricamente en los planteamientos entre otros autores de Pelekais (2007), Pelekais y Aguirre (2008), Navarro (2012) y Guédez (2008), en referencia a la Responsabilidad Social. En lo relativo al Aprendizaje se sustentó en autores tales como Gagné y Briggs (2011) y Lafrancesco (2004) entre otros. Se concluye que las universidades públicas deben tener entre sus prioridades diseñar estrategias que tomen la Responsabilidad Social como elemento clave para que se dé un aprendizaje que contribuya al logro de los objetivos tanto de los estudiantes como de la universidad y por ende de la sociedad en la cual se encuentra inmerso en pro de la transformación social hacia la construcción de una sociedad más justa y más humana.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social, aprendizaje, Universidades Públicas.

INTRODUCCIÓN

Se vive una época de profundos cambios y transformaciones, donde el

conocimiento se ha convertido en el mayor activo con el que puede contar el ser humano y por ende la sociedad. Es por ello, que en la actualidad, lo nuevo, lo determinante, es el papel fundamental, que está jugando, cada vez más, la información y el conocimiento. En consecuencia, el vínculo sociedad-conocimiento, lleva necesariamente a considerar el aprendizaje como un factor fundamental, pasando los procesos de producción y distribución de conocimiento a ocupar un lugar clave en el sistema educativo.

Dentro de este contexto, es de gran relevancia destacar como la educación ha comenzado a ser considerada la variable fundamental para definir el futuro de una sociedad sustentada en el conocimiento, la cual, será más o menos democrática, según cómo defina la distribución de la educación. Es por ello, que si se pretende garantizar una sociedad con equidad social, con niveles de cohesión, es fundamental que todos reciban una educación de calidad, donde la Responsabilidad Social (RS), sea elemento clave para el logro de un aprendizaje, que se traduzca en beneficios tanto individuales como organizacionales y sociales en pro de la construcción de una sociedad más justa y más humana.

En consecuencia, las universidades tienen un gran compromiso con el tema de RS, pues no solo se trata de interactuar con el entorno y de una u otra manera ser socialmente responsable, se trata de utilizarla como estrategia, habilidad que le da beneficios permanentes dentro y fuera de ella.

El motivo principal de este artículo, es evidenciar que en el ámbito universitario hay falencias al momento de aplicar la RS, como el concepto o modelo que le permita ser competitivo, no como ese concepto altruista del que ya se conoce su aplicabilidad, las falencias básicamente están en su aplicación y tal vez en el desconocimiento de los beneficios y los diferentes programas existentes en materia de RS.

En este orden de ideas, en el contexto global, la institución universitaria se ha convertido en el centro de formación y generación del conocimiento necesario para la sociedad, es decir, “La sociedad del conocimiento requiere de la diversidad en los sistemas de educación superior, compuesto por una serie de instituciones con variedad de mandatos y dirigidas a diferentes tipos de estudiantes” (Unesco, 2009, pág. 2).

Por tanto, el contexto social reclama la acción de las universidades en su entorno, con el fin de aumentar las posibilidades de construir conocimiento para su población. De esta manera, la sociedad ejerce gran influencia sobre la institución universitaria y de la misma manera, esta tiene un alto impacto sobre la primera. En este sentido, lo que socialmente se puede pretender es, prioritariamente, que ese impacto que tiene la universidad sobre la sociedad en que actúa, sea de alto beneficio sociocultural.

Así, el estado, siendo el responsable socialmente del bienestar general de sus nacionales, también es el primer agente de protección de sus derechos generales más específicamente, de aquellos que se refieren a su educación y a la disposición de medios necesarios para el acceso equitativo a ella. Por lo anterior, la RS del estado, implica también la determinación de un contexto educativo, de unas

instituciones que permitan el ejercicio del derecho a la educación por parte de los ciudadanos.

Hay que anotar, que la globalización ha añadido un elemento nuevo a la competencia entre instituciones y a la estratificación de la educación superior. Las universidades de investigación siempre han competido por prestigio social y académico, y además se han involucrado en actividades académicas transfronterizas de mayor o menor envergadura.

En este marco de ideas, se podría vislumbrar que la RS es fundamental para que el proceso de aprendizaje en las universidades públicas, se lleve a cabo con altura y buen resultado en la formación de estudiantes y profesionales, como generalmente se plasman en las normativas y leyes de los países. Donde se dé en consecuencia, una gestión universitaria que realmente la convierta en una organización socialmente responsable, donde el estudiante aprende en y de la universidad, entre otras cosas, una cultura para la democracia, la importancia del bienestar social y el respeto al medio ambiente (conciencia ecológica).

En lo que concierne a Colombia, dentro de la Constitución Política Nacional se consagran los derechos fundamentales de los ciudadanos, los cuales se refieren también al acceso a la educación en todos sus niveles. Ahora bien, en el artículo 67 de la Constitución Política Colombiana, se estipula que la educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Además, señala el artículo que la educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz, a la democracia; en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

En este contexto educativo, las instituciones de educación superior cumplen un papel fundamental para el logro de los más altos niveles de bienestar social y de desarrollo humano sostenible, sobre todo por el alcance local, nacional e internacional que puedan obtener a través de los profesionales que forman en todos los ramos, quienes en el desempeño de su actividad profesional hacen parte de la dirección del país o de los sectores productivos de una nación.

Por ello, no solo el más inmediato entorno social es afectado por la universidad, sino que a través de la visión de un profesional acerca del papel que juega en la sociedad y el tipo de decisiones que toma con relación a su disciplina, impactan un entorno mucho más amplio. De esta forma, cada egresado transmite el conocimiento y su particular forma de interpretar los cambios deseables en la sociedad a partir de su actuar profesional.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Según Pelekais (2007), la RS tiene su fundamento en el interior de la organización, la cual asume los valores y principios que la regulan dentro de su plataforma filosófica, y es a través de la internalización de éstos que se exterioriza hacia el entorno en el cual se encuentra asentada. Así mismo, Barreto (2007),

establece que esta, se ejerce a través de una práctica de vida basada en principios y valores que posibilitan el desarrollo de las personas y la sociedad en un ambiente de respeto y de progreso económico, cultural y espiritual.

En el mismo contexto, para Guédez (2006), es el ejercicio ético y sustentable de la competitividad, y un conjunto de estrategias que permite identificar, atender, anticipar y sobrepasar las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés internos y externos. Del mismo modo, Jones y George (2006; pág. 134), explican la RS como “el punto de vista que tienen administradores y empleados sobre su deber u obligación de tomar decisiones que protejan, fortalezcan y promuevan el bienestar de los interesados y de la sociedad en general”.

De acuerdo con lo planteado por estos autores, se hace evidente la importancia que tiene la actitud que deben asumir los diferentes miembros de la organización, puesto que sobre ellos recae el compromiso de promover el bienestar de los miembros de la comunidad a la cual pertenecen. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.

Por otra parte para, Chiavenato (2005; pág. 243), cuando se refiere a la RS expresa que “es el grado de obligaciones que una organización asume por medio de acciones que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad, a medida que buscan satisfacer sus propios intereses”. En consecuencia, se puede inferir que la RS va más allá de un simple compromiso con los grupos de interés y con la sociedad, es mucho más que una acción de benevolencia, alianza, asociación, convenio, de un programa o una fundación; sin lugar a duda el concepto ha evolucionado y el compromiso social es realmente una fuente de crecimiento, reconocimiento y de innovación desde la perspectiva organizacional.

En este contexto, si se toma en cuenta la RS, como elemento fundamental para el aprendizaje en universidades públicas, el asumirla de manera asertiva y proactiva, contribuiría en consecuencia, a optimar la calidad de la educación impartida, permitiendo así egresar profesionales al campo laboral, con altos valores éticos y morales, que coadyuven a la construcción de una sociedad donde se tenga como centro al ser humano en sus múltiples dimensiones.

BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Los beneficios de la RS dentro de una organización se dan de acuerdo al objetivo de la aplicabilidad de la misma, sin embargo se han estipulado una serie de beneficios cuando una empresa u organización maneja la RS. En este marco, según Jiménez A. (2010), para la empresa, la RS es una buena forma de mirar hacia el futuro, y preguntarse qué está haciendo hoy, qué tendrá que hacer mañana y qué le falta por hacer. En definitiva, la RS si se hace bien es un buen negocio, porque crea valor y contribuye a la cuenta de resultados. Desde luego es un proceso largo y difícil, pero es muy valioso y muy remunerador para los que lo hacen bien. Si se hace mal es simplemente un gasto que puede aumentar la vulnerabilidad.

A partir de aquí se puede entender más fácilmente cuáles son los beneficios de la RS para la empresa en tres ámbitos interrelacionados; en el área directiva de la empresa, en los aspectos normativos, financieros, de innovación y gestión; la marca a través de la reputación y la competitividad; los trabajadores mediante la motivación, la pertinencia y los niveles salariales.

Los beneficios potenciales de la RS, pueden plasmarse en los aspectos normativos en una anticipación a las exigencias de las administraciones públicas en materias regulatorias y en el acceso a nuevos mercados y oportunidades de negocio, mediante la certificación y el cumplimiento de estándares. Ahora bien, generar valor, desde la perspectiva de la gestión socialmente responsable, implica crear beneficio económico ciertamente pero también medio ambiental, social y cultural. El autor Guédez (2006), se refiere en su libro que los beneficios de la RS, pueden darse de la siguiente manera:

BENEFICIOS A LOS GRUPOS DE INTERÉS RELACIONADOS CON LA EMPRESA

- Los accionistas se benefician por el valor de las acciones y por la sostenibilidad del negocio.
- Los trabajadores se benefician por el sentido de pertenencia, el crecimiento personal y las mejoras en la calidad de vida.
- Los clientes se benefician por la calidad, el servicio, los precios y las innovaciones en los productos y servicios.
- Los proveedores se benefician por el vínculo consolidado, por las especificaciones claras y por la demanda de sus productos.
- La comunidad se beneficia por las derivaciones de los proyectos sociales que despliega la empresa.
- Los gobiernos (nacionales, regionales y locales) se benefician por el apoyo y la alianza que se traducen en economías de escala.
- La sociedad se beneficia por el efecto de los proyectos y por la preservación del medio ambiente.
- El estado se beneficia por la corresponsabilidad que se asegura a favor de la sociedad en su conjunto.

BENEFICIOS ASOCIADOS A LOS RESULTADOS QUE OBTIENE LA EMPRESA

- Beneficios por la imagen, reputación y posicionamiento.
- Beneficios derivados de los resultados económicos.

- Beneficios asociados a las buenas relaciones y a la capacidad de interlocutor respetado en toda la sociedad.
 - Beneficios expresados en la incorporación y retención de talentos.
 - Beneficios en la cultura organizacional vinculados con el contagio de un desempeño responsable.
 - Beneficios de la expansión de la identidad y capacidad de aprendizaje derivados de la educación y el desarrollo del personal.
 - Beneficios de un entorno favorable al mejor desenvolvimiento del bien común y de la empresa.

En este marco de ideas, la RS se trata más bien de una estrategia del tipo gana-gana, en la que los comportamientos socialmente responsables aportarían a la universidad una mejora de su competitividad.

La adecuada gestión de las diversas expectativas puede conducir a un juego cooperativo en el cual todos pueden resultar beneficiados si la universidad acierta en el equilibrio que le corresponde y atiende a los demás actores como se debe.

En este contexto, el aprendizaje en las universidades públicas, se debe desarrollar con un alto contenido, y desde una visión holística, articulando las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social con altos principios éticos, promoviendo el desarrollo social equitativo y sostenible; de forma tal que se estimule la producción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos, igualmente responsables. En consecuencia, que esta sea una universidad socialmente responsable.

APRENDIZAJE

En referencia al aprendizaje Argüelles y García (2011), consideran que el ser humano aprende a desempeñarse en forma efectiva en el trabajo, obteniendo aprendizajes que facilitan las actividades y la interacción con el mundo en el cual el ser humano vive y trabaja, al mismo tiempo que mejoran su desempeño personal y profesional, por lo tanto se puede considerar el aprendizaje como una forma de evolución mediante la cual la persona se adapta al ambiente en el que interactúa para optimar su desempeño.

Ahora bien, dentro de las definiciones de aprendizaje se tiene entre otras, las siguientes: Para Garza y Leventhal (1998; pág. 14), el aprendizaje es el “proceso mediante el cual una persona adquiere destrezas o habilidades prácticas (motoras o intelectuales), incorpora contenidos informativos o adopta nuevas estrategias de conocimiento o acción”. Esta concepción presenta el aprendizaje como la capacidad de una persona para adquirir e incorporar, no manifiesta la importancia de la interacción con los semejantes y con el medio que los rodea.

En el pensamiento que Bohórquez (1985; pág. 180), tiene del aprendizaje, lo define como la “adquisición de nuevas formas de conducta o la adaptación a las situaciones de vida mediante la experiencia”. Así el aprendizaje es un proceso operativo, en el cual cumplen un papel fundamental la atención, el empeño y el esfuerzo del alumno.

Según Torre (1998, citado por Argüelles y García 2011; pág. 27), plantea que se deben considerar tres enfoques: desde la perspectiva experiencial o fenomenológica, la cual se encarga de la descripción de lo que los aprendices hacen, comenzando con la repetición literal hasta la interpretación y comprensión de la realidad. En referencia a la posición conductista, esta se centra en los cambios observables en la reacción de una persona a un estímulo situacional, igualmente observable. Y por último la óptica neurológica analizaría los procesos por los cuales el sistema nervioso se transforma por su propia actividad.

En consecuencia, integrando las diversas concepciones sobre aprendizaje se puede inferir que el aprendizaje es un proceso mediante el cual se adquieren y desarrollan habilidades y destrezas, dando como resultado nuevas formas de conducta, permitiendo que el ser humano, se adapte al ambiente en el que interactúa, transformándolo asertivamente, y optimando su desempeño. Es por ello, que las universidades públicas desempeñan un rol de gran importancia en la sociedad actual, ya que deben tener como propósito la formación integral del futuro profesional en las diferentes áreas del saber, el cual sea responsable socialmente, transformado su entorno con alto sentido ético y moral.

CONSIDERACIONES FINALES

La responsabilidad social en el contexto de educación superior representa un valor agregado de innegable relevancia para las universidades. En consecuencia, la universidad juega un papel central, puesto que su RS, debe ser la de orientar la formación general y especializada del estudiante hacia la promoción del desarrollo justo y sostenible, creando así un nuevo perfil del egresado universitario. Es decir el estudiante universitario y futuro profesional debe preocuparse por lo que sucede a su alrededor y con voluntad de comprometerse en acciones concretas, en búsqueda de la solución de los problemas que aquejan su entorno y por ende a la sociedad.

En este marco de ideas, la RS en las universidades públicas se debe propiciar un aprendizaje que contribuya al desarrollo de las capacidades y potencialidades del estudiante, estimulándole a estar informado, y ser capaz de contextualizar su saber especializado en vista a la solución de los problemas cruciales de su sociedad.

En consecuencia, la universidad debe instituir la problemática del desarrollo como tema fundamental en todas las carreras y propiciar los medios para formar al personal docente en el enfoque de la RS, reintegrando los saberes en el marco de la solución de problemas de desarrollo. Además, se debe enfocar en una nueva relación al saber decir que haya podido beneficiar de experiencias sociales formativas a nivel emocional, buscando formar al estudiante en la ética del dialogo de forma que éste, sea promotor de democracia y participación.

Se puede inferir entonces, que la RS, juega un rol preponderante en la educación del tercer milenio, donde se debe propiciar un aprendizaje significativo que promueva el desarrollo tanto del individuo como de la sociedad; y que el estudiante y el egresado universitario no solo se adapte a los cambios sino que sea capaz de generarlos en pro de la humanidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argüelles y García (2011). **Estrategias para promover procesos de aprendizaje autónomo**. Universidad EAN. Bogotá Colombia.
- Barreto, A. (2007). **Construcción de líneas de investigación en la facultad de derecho**. Bogotá. Universidad Cooperativa de Colombia.
- Bohórquez, C. (1985). **Curso de Pedagogía Moderna**, segunda edición, Bogotá, Cultural Colombiana, 1985.
- Cortés, F. (2008). **Marketing y Ética**. La ética empresarial y sus implicaciones en el ámbito del marketing. España. Editorial Asociación Cultural de Almería Cabal.
- Chiavenato, I. (2005). **Administración de recursos humanos**. Bogotá. McGraw Hill.
- Gagné R. y Briggs L. (1976). **La Planificación de la Enseñanza**. Editorial Trillas. Reimpreso (2011).
- Guédez, V. (2006). **Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial**. El aporte de la empresa al capital social. Venezuela. Editorial Planeta.
- Guédez, V. (2008). **Ser confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial**. Editorial Plantea. Caracas.
- Jiménez, A. (2010). **Hacia una nueva ética económica global**. Editorial Huygens. Barcelona. España.
- Jones, G. George, J. (2006). **Administración Contemporánea**. México. McGraw. Hill.
- La Francesca, Giovanni. (2004). **La evaluación Integral y del Aprendizaje Escuela Transformadora Magisterio**. Colombia.
- Navarro. F. (2008). **Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica**. España. Editorial ESIC.
- Pelekais, C. (2007). **Hacia una cultura de responsabilidad social**. México. Prentice Hall.
- República de Colombia (1997), **Constitución Política Nacional**, Bogotá. Legis.
- UNESCO (2009), **Las Nuevas Dinámicas de la Educación Superior y de la Investigación para el Cambio Social y el Desarrollo**. Paris. Conferencia mundial de educación superior.

LA ÉTICA Y EL CAPITAL INTELECTUAL EN LAS UNIVERSIDADES

Raquel Irene Laguado Ramírez
 raquelirenelr@ufps.edu.co
 Universidad Francisco de Paula Santander.
 Fanny Yurley Hernández Villamizar
yurleyhv@gmail.com
 Universidad de Pamplona

RESUMEN

El presente artículo, se centra en realizar una reflexión sobre los principales factores que permiten o imposibilitan la adecuada gestión universitaria. A partir de la valoración de las dimensiones abordadas por Edvinsson y Manole (1997) sobre el Capital Intelectual: capital estructural, capital relacional, capital humano, se destacan como éstas desde un adecuado o inadecuado manejo de la ética pueden llegar a afectar al crecimiento de manera positiva o negativa la excelencia académica en las Instituciones de Educación Superior (IES).

PALABRAS CLAVE: Ética, Capital Intelectual, capital relacional, capital estructural, capital humano, excelencia académica.

INTRODUCCIÓN

Las universidades actualmente se enfrentan a una serie de cambios para ajustarse al crecimiento de la calidad y la excelencia académica, sin embargo, cuando las mismas no son vistas como Instituciones de Educación Superior (IES) que propenden por la formación de profesionales integrales encargados de impulsar el desarrollo de su países, éstas pierden valoración por el entorno académico y terminan afectado la comunidad que espera que sus servicios educativos den frutos en el crecimiento económico de sus regiones.

Las universidades desempeñan un papel fundamental en todos los sistemas nacionales. Muchos países le han apuntado a la inversión en innovación, investigación, perfeccionamiento de los modelos pedagógicos entre otros con el fin de lograr que las IES sean reconocidas a nivel local, regional, nacional e internacionalmente como instituciones que forman líderes altamente cualificados al servicio de las diferentes comunidades, sin embargo, los diferentes procesos que permiten este tipo de transformación al interior de las universidades en algunas ocasiones no propenden por prácticas éticas a nivel gerencial, convirtiendo las universidades en empresas que pierden el propósito para el cual están hechas. Al interior de las universidades se encuentra un Capital Intelectual valioso el cual puede verse afectado por la inadecuada administración de los líderes que la gerencian y que no ven en el Capital Intelectual que poseen una fuente de riqueza.

APROXIMACIONES

Para entender los cambios que enfrenta la educación es preciso destacar que algunos factores no permiten la adecuada orientación de la educación universitaria. Como cualquier organización las universidades enfrentan cambios que en algunos países han sido debate y causales de protestas de estudiantes, profesores y administrativos de educación superior que desean a través del debate mostrar a sus dirigentes que la educación superior se ve afectada por la burocracia y la falta de líderes que gestionen adecuadamente la IES y valoren internamente el Capital Intelectual que poseen.

CAPITAL INTELECTUAL: Al destacar el concepto de propiedad intelectual en las universidades es necesario resaltar que el Capital Intelectual se divide en tres dimensiones: el Capital Humano, el Capital Estructural y el Capital Relacional (Petty y Guthrie, 2000; Ordóñez de Pablos, 2002, 2003; Roos et al., 2001).

CAPITAL HUMANO: Es el Capital que genera valor en las organizaciones, es fuente potencial de innovación, a partir del Capital Humano se generan las ideas y se construye conocimiento. El Capital Humano está conformado por todos los miembros que conforman las empresas. En una Universidad su Capital Humano está definido por sus trabajadores, docentes, administrativos, estudiantes y que generan valor a la misma. Según (Roos y otros, 2001) dentro del Capital Humano se Pueden definir los siguientes componentes:

- Los conocimientos generados por los miembros de la empresa, las capacidades de los miembros de la empresa, el talento de los miembros de la empresa.
- La actitud, motivación, la ética de los miembros de la empresa.
- La agilidad intelectual para generar nuevos conocimientos que permitan nuevos productos y servicios
- **CAPITAL ESTRUCTURAL:** El capital estructural está representado por el conocimiento de los miembros de la organización e integra los conocimientos estructurados que a su vez están conformados por la eficacia y la eficiencia de la empresa.

Según (Edvinsson y Manole, 1997) el Capital Estructural está dividido a su vez en tres componentes:

- **CAPITAL ORGANIZACIONAL:** Inversión en sistemas, herramientas, flujo de conocimientos y canales de abastecimiento y distribución.
- **CAPITAL INNOVACIÓN:** Capacidad de renovación que posee la organización y que conlleva a la generación de nuevos productos o servicios.
- **CAPITAL PROCESOS:** Procesos de trabajo, técnicas de gestión.

CAPITAL RELACIONAL: Grupo de activos intangibles, también es conocido como Capital Externo, es el conjunto de interacciones que mantiene la relación de la organización con su entorno.

Dada su importancia y valorando el Capital Intelectual que poseen las IES desde sus estudiantes, docentes, administrativos y personal en general es importante tener en cuenta que actualmente las universidades se enfrentan a continuas revisiones en todos sus departamentos de gestión de la académica y la administración, por lo tanto, sufren procesos de transformación que tratan de crear IES más competitivas y transparentes. Aspectos como la motivación, la comunicación y la burocracia deben ser valorados y abordados para entender cómo afectan a la ética de las universidades y su gestión académica.

Diferentes autores han abordados diferentes posturas sobre la valoración del Capital Intelectual en las organizaciones. En el Cuadro 1 se refleja la metodología de (Serrano, 2003, López y otros, 2007, Hagemeister 2010, Meng-Yuh, 2010)

Cuadro 1: Teoría de las empresa basada en el Capital Intelectual

AUTOR	AÑO	DESCRIPCIÓN
-------	-----	-------------

Serrano, Mar y Bossi	2003	Identifican cuatro tipos de activos intangibles relevantes en el sector público: organización interna, capital estructural externo, capital humano y compromiso ambiental y social.
López y otros	2007	Exploran el impacto de las diferentes manifestaciones del Capital Intelectual sobre la capacidad de innovación en empresas de alta tecnología.
Hagemeister y Rodríguez-Castellanos	2010	Presentan 26 conductores de Capital Intelectual cruciales en la absorción de I+D generado externamente. Demuestran que actitudes hacia los factores cruciales clave para el desarrollo de la capacidad absorbidora de las compañías de I+D generado externamente difiere ampliamente entre industrias.
Meng-Yuh y otros	2010	Analizan las relaciones de creación de valor entre cuatro componentes del Capital Intelectual así como los efectos causales de éste sobre el desempeño.

Fuente: Adaptado de OCHOA, Magda., PRIETO, María y SANTIDRIÁN, Alicia. (2012:38): Una revisión de las principales teorías aplicables al Capital Intelectual. Revista Nacional de Administración, 3(2):35-18

LA ÉTICA EN LAS ORGANIZACIONES

Según (Menéndez, 2013) La ética es la ética. Si tu deseas ser ético, tú vives un solo estándar. Los educadores, filósofos, teólogos y abogados han tomado lo que es verdaderamente simple y lo han hecho confuso. “Vivir una vida ética no siempre es fácil, pero no debe ser tan complicado” Partiendo de este aporte se comprende, que es en diario vivir donde se enfrentan situaciones que permiten a las personas un actuar ético que corresponda con las reglas, normas y direccionamientos de la sociedad.

Es así, como en las universidades existen normas que rigen al Capital Intelectual que tienen unas funciones definidas para el caso del personal que está vinculado en la administración, la docencia, los servicios generales y reglamentos para los estudiantes que allí se encuentran vinculados. Sin embargo, es la apropiación de este conocimiento el que permite que los actores anteriormente mencionados, desarrollen las actividades que corresponden a su actividad y den sentido a lo que se plasma en dicha normatividad, de esta forma, orientar los procesos éticos en cuanto a su desempeño laboral. De allí, la importancia de la existencia de departamentos encargados de control y revisión de los manuales de funciones, que permitan una interacción adecuada entre el desempeño y el cumplimiento de las actividades en la labor que desempeñan los diferentes funcionarios y estudiantes de las IES.

Para González, (2009) las organizaciones honestas y disciplinadas tienen más éxito en el largo plazo que organizaciones de débil contextura ética. Esta consideración lleva a la reflexión del papel que desempeñan las universidades, para el caso particular, es preciso profundizar en la valoración del Capital Intelectual, considerando el análisis reflexivo de su importancia y funcionamiento interno. La apreciación que determine internamente las IES sobre el desempeño de su Capital Intelectual, permite tomar decisiones en función de los indicadores que se reflejen como positivos y para aquellos en los que se encuentran debilidades, direccionar un

plan de mejoramiento con el propósito de potenciar la formación de personas integrales donde la ética se convierta en una dimensión que los caracterice en todos los ámbitos, tanto profesional, personal, familiar, laboral entre otros.

Por lo tanto, esta valoración debe ser analizada para los docente, administrativos, personal de servicios, de esta forma en el tiempo la ética se convierte en la universidades en una cultura donde los diferentes actores son preocupados por hacer de su diario vivir y actuar una necesidad para aplicar cuando se encuentre en cualquier ámbito. Como indica Fullat (1989) citado en (MARTÍNEZ y otros 2003) “quien mantiene una actitud de tensión hacia lo verdadero sabe que se trata de algo que no puede imponerse. Huir de dogmatismos es mostrar talento y carácter universitario por parte de quien desde la docencia o la investigación procura la construcción y la difusión del conocimiento y de la verdad”. Es deber de las IES procurar espacios de reflexión y crecimiento de la principios y valor ético a su interior.

Hernández, (2003) trae a consideración la postura de Rawls, (1995) donde indica “la ética es la primera condición que debe cumplir cualquier organización decente. La ética no es un accesorio de lujo que pueden o no adoptar las organizaciones, públicas o privadas”. En este sentido, las IES están son organizaciones que presta servicios educativos y están llamadas a cumplir principios éticos en cada uno de los eslabones de su estructura organizacional.

Martínez y otros (2003) argumentan sobre la ética en las universidades “la incorporación de cuestiones éticas y la modificación o creación de condiciones que hagan posible que el escenario de aprendizaje universitario también lo sea de aprendizaje ético, requerirá sin duda algún establecimiento de pautas o de un marco normativo. Avanzar hacia un modelo de universidad que comparta la conveniencia de incorporar en sus programas de formación contenidos de aprendizaje relacionados con valores y actitudes, requiere que en cada titulación se establezcan objetivos terminales referentes a lo ético y lo moral en sus diferentes etapas”.

Por lo anterior, la ética se convierte en una dimensión, que valorada a través del Capital Intelectual puede convertirse en una herramienta que permite el impulso de la universidades en principios coherentes a la realidad, los cuales unidos en armonía en todos los procesos en las que se ven inmersas las IES llegan a brindar un potencial de beneficios para un país: profesionales integrales, trabajadores éticos que a través de su labor benefician una región, proyectos de investigación, actividades académicas, profesionales, laborales o personales que se permite una identificación clara de mejora en la calidad de vida y el desarrollo económico en cualquier país.

En el Cuadro 2 encontramos los diferentes puntos de vista sobre el concepto de la excelencia académica.

CUADRO 2: LA EXCELENCIA ACADÉMICA

Autor	Año	Concepto
Bello y otros	(2013:13)	El concepto de excelencia resulta ser relativo, pues lleva implícito la necesidad de evaluar un conjunto de aspectos que hagan a una

		determinada cosa, diferenciarse del resto. Igualmente dicha evaluación debe realizarse siguiendo una serie de normas y procedimientos estandarizados, capaces de permitir al evaluador juzgar su mayor o menor adecuación a los modelos de referencia.
Documento de trabajo. <i>Universidad Francisco Marroquín</i>	2009	Excelencia académica es la calidad de ideas, principios y actuaciones de quienes, como profesores o alumnos, se sitúan habitualmente por encima del simple cumplimiento material y rutinario de su deber, constituyendo ante todo un ejemplo vivo de vida coherente. La excelencia así entendida solo es posible en un marco de libertad, competencia y respeto.
La Real Academia de la Lengua Española. Citado en HERRERA, L.	2013	Define la excelencia como “superior calidad o bondad que hace digno de singular aprecio y estimación algo” y por calidad “propiedades o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permite juzgar su valor”, de igual forma define academia como el “establecimiento docente, público o privado, de carácter profesional, artístico, técnico o simplemente práctico” y por valor el “grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite”

FUENTE: Elaboración propia (2015)

En este sentido, se considera pertinente, que las universidades desde su quehacer, objeto social propenda por los principios éticos en todos sus ámbitos: docencia, investigación, extensión, formación para lograr que todos sus actores: estudiantes, docentes, administrativos y trabajadores en general se apropien de una cultura ética, exista comunicación y sea esta dimensión una alternativa de crecimiento, desarrollo e impacto social y desarrollo de los países sin olvidar que poseen un Capital Intelectual como motor y base para desarrollar y propiciar principios éticos y hacer de estos una cultura universitaria que refleje una sociedad más digna, honesta y trabajadora. Es así, que se propone la profundización de una investigación piloto donde se identifique la ética como dimensión fundamental del Capital Intelectual y establecer un modelo de medición de la ética como generadora de una adecuada cultura organizacional que permite proyectar la razón de ser de las IES.

CONCLUSIONES

El papel que desempeñan las universidades en un país es muy importante, dado que a su interior se forman los futuros líderes, empresarios, emprendedores, profesionales de las diferentes disciplinas que desde su conocimiento le aportan riqueza y brindan servicios a su países.

El Capital Intelectual se centra en tres dimensiones básicas que son Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional. Para el caso de las Universidades se convierten en una herramienta fundamental donde la generación de conocimiento por parte los miembros de la misma se potencializa y se torna en una cultura de su diario vivir y actuar.

Las universidades que propendan por el camino de la excelencia académica deben actuar éticamente y valorar positivamente su Capital Intelectual.

En las universidades es fundamental que todos los actores: estudiantes, docentes, administrativos y trabajadores en general se apropien de una cultura ética y logren con ella generar espacios de comunicación que direccionen un ambiente basado en principios éticos y hacer de estos una cultura universitaria que refleje una sociedad más digna, honesta y trabajadora.

Es preciso profundizar en una investigación que permita conocer el modelo que medición que se ajusta a una IES, donde la ética como dimensión se convierte en herramienta generadora de valor y apropiación de ésta como cultura a su interior, a partir de esta investigación, determinar si el modelo puede ser adaptado a las diferentes IES y lograr el propósito de convertirse en ejemplo a seguir por organizaciones que no solo se dediquen a prestar servicios de educación, sino por aquellas que deseen hacer de la ética una dimensión cultural para todo su Capital Intelectual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belo, m.; leal, p. y maya, f. (2013) La producción intelectual como indicador de excelencia del capital intelectual en las universidades. VI Jornadas de investigación URBE–Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín p.5-16
- Documento de trabajo. La Excelencia Académica.** Universidad Francisco Marroquín. Disponible en <https://www.ufm.edu/images/d/d5/Excelencia.pdf>. Consultado el 24-07-2014
- Edvinsson, I. y Malone, m. (1997): El Capital Intelectual: cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa, Barcelona, Gestión 2000.
- González, F. (2009) La ética en las organizaciones y el desarrollo local. Documento de trabajo. Provincia 21(1).
- Hagemeister, Markus, y Rodríguez-castellanos, Arturo. (2010): Organisational capacity to absorb external R&D: industrial differences in assessing intellectual capital drivers. Knowledge Management Research&Practice (8): 102-111.
- Hernández, a. (2003) La estructura ética en las organizaciones; herramientas para la gestión de la ética en organizaciones. Documento de trabajo.
- Herrera, I. (2013) Conceptualización académica de la excelencia en el ámbito universitario. Revista Omnia, 19(1), pp. 86-98
- López, s. p., navas López, j. e., delgado, v. m. y Martín de castro, g. (2007). El papel del Capital Intelectual en la innovación tecnológica, ponencia, XIV Congreso AECA Empresa y sociedad: respondiendo al cambio, Valencia, 19-21 de septiembre.

- Martínez, m.; buxarrais, maría.; y esteban, f. (2003) **La universidad como espacio de aprendizaje ético OEI** - Ediciones - Revista Iberoamericana de Educación– 29(1). Disponible en: <http://www.rieoei.org/rie29a01.htm>. Consultado el 07/07/2014.
- Menéndez, F. (2013) **La ética en las organizaciones (I): ética y negocios** Documento de trabajo de Instituto Politécnico Nacional. Disponible en: <https://www.bbvaopenmind.com/la-etica-en-las-organizaciones-l-etica-y-negocios/>. Consultado el 03/06/2014.
- Meng-yuh, cheng; jer-yan, lin; tzy-yih, hsiao, y thomas w. lin (2010): **Invested resourse, competitive intellectual capital, and corporate performance**. Journal of Intellectual Capital 11 (4): 433-450.
- Ochoa, m., prieto, m. y santidrián, a. (2012:38): **Una revisión de las principales teorías aplicables al Capital Intelectual**. Revista Nacional de Administración, 3(2):35-18
- Rawls, J. (1995) Una teoría de la justicia, F.C.E., México.
- Roos, g., Bainbridge, a. y Jacobsen k. (2001): **“Intellectual capital as a strategic tool”**, Strategic & Leadership, Vol. 29, No. 4, pp. 21-26.
- Serrano, c. c., mar, m. c. y bossi, q. a. (2003): **The measurement of intangible assets in public sector using scaling techniques**. Journal of Intellectual Capital 4(2):249-275.

INTELIGENCIA ÉTICA: ESTRATEGIA QUE POTENCIA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL HUMANIZANTE

Ariza Quintana, Diana Patricia.
darizaq@misena.edu.co

RESUMEN

El presente estudio tiene como finalidad analizar la manera como la inteligencia ética incide en las personas para que actúen bajo una plataforma de principios y comportamiento éticos que contribuyan con el buen funcionamiento de los seres humanos en sociedad. En tal sentido, es apropiado enlazar los criterios de ética e inteligencia como una dualidad útil que coordine la capacidad de una persona para reflexionar hacia la toma de decisiones de acuerdo a cada circunstancia, de tal manera que genere un comportamiento ético y al mismo tiempo inteligente. Es posible entonces, hablar de una inteligencia ética como una teoría que aporte a la conducta humana, a partir de la actuación consciente que adopte las mejores estrategias para alcanzar un fin y un bienestar tanto individual como colectivo permitiendo la estabilidad de las personas, organizaciones y sociedad. Teóricamente la investigación está soportada bajo la doctrina de los autores como Cortina (2014), Seijo, Fuenmayor y Barros (2011), Soto (2013), García (2013), Alles (2009), Belohlavek (2007), Galtón (1869), Coulter (2005), Fernández (2005), Ribes (2002), Gardner (1983), Sternberg (2005); bajo el tipo de investigación bibliográfica, con un análisis documental, y la utilización de la metodología cualitativa, obteniendo como resultado final el reconocimiento de la inteligencia ética como estrategia para potencializar las capacidades de las personas, orientadas hacia un mejor desempeño en todos los ámbitos de la vida, teniendo en cuenta la utilización de sus propios recursos, habilidades y pensamientos, al mismo tiempo que proporciona herramientas para que las organizaciones fortalezcan sus procesos de desarrollo

humano en los colaboradores logrando optimizar su talento humano, generando cambios en la práctica de su labor a nivel personal y profesional convirtiéndose en empresas humanizantes, moralmente sustentables y sostenibles.

PALABRAS CLAVE: Inteligencia, ética, desarrollo, humanizante, valor agregado.

INTRODUCCIÓN

El estilo vanguardista del mundo empresarial se encuentra representado en el renovado reconocimiento, referido a que son las personas las que hacen una organización de éxito o de fracaso, sus competencias y habilidades se convierten en la base principal de la nueva organización, dejando de ser un simple recurso y pasando a ser consideradas seres con inteligencia, personalidad, conocimientos, habilidades, competencias, aspiraciones y percepciones singulares. Por lo tanto, son los nuevos asociados de la organización, los cuales se presentan para crear la transformación de ellas destacándolas en el medio empresarial.

El tercer milenio apunta a cambios cada vez más rápidos en el contexto, en las organizaciones y principalmente en las personas, caracterizados por tendencias globalistas, tecnológicas, de información, el conocimiento, los servicios, la importancia del cliente, la calidad, la productividad y la competitividad, a partir los cuales los empresarios adoptan las nuevas tendencias del mercado. No obstante, al mismo tiempo el tema se convierte en una tarea difícil de cumplir, teniendo en cuenta la implicación actuaciones que confluyan congruentemente entre el accionar empresarial y las estrategias para hacerlo.

Relacionando lo anterior, se plantea la inteligencia ética como una oportunidad para potencializar a las personas haciendo uso de sus propios recursos como persona para el desenvolvimiento, como punto de partida para aportar al logro de lo que la organización y sus empleados quieren conseguir, dominando los procedimientos a través de éste modelado de la excelencia. Es por ello, que se requiere la aplicabilidad de esta estrategia que catapulte tanto a la organización como a sus trabajadores a establecer una congruencia entre los objetivos y metas de ambas partes y una práctica coherente frente a los patrones de conductas que se modelan alrededor de lo bueno y lo malo.

INTELIGENCIA Y ÉTICA: UNA DUALIDAD ÚTIL PARA COORDINAR LAS CAPACIDADES DE LAS PERSONAS

Se considera viable iniciar el sustento teórico analizando si el uso de la inteligencia requiere de la ética. Pues bien, se puede interpretar que efectivamente el proceso de cambio permite que se den espacios reflexión en el ejercicio de una función. El hecho ético de la acción va mucho más allá de querer ser el más listo o dar respuestas más eficaces y oportunas a problemas concretos. El hecho de saber cómo responder ante situaciones determinadas requiere de una reflexión que traspasa lo técnico y los límites de las capacidades individuales.

La inteligencia permite hacer una asertiva toma de decisión, pero la ética orienta las mejores opciones para que esa decisión realmente este acorde con lo que se necesita en condiciones de beneficio, desarrollo, estabilidad, tranquilidad y las consecuencias que de ella se deriven. Se deben tener claros los límites de las acciones, no basta con manejar información para saber qué hacer, se requiere ser prudente con ella, tener discreción y mesura, pues de lo contrario, un hombre con poder y desconocimiento de sus límites sería un riesgo latente en cualquier ámbito de desempeño.

Gardner (1983), planteó la teoría de las inteligencias múltiples, mediante la cual explica, que todo ser humano posee al menos siete tipo de inteligencias y clasificó posteriormente veinticinco sub inteligencias, así mismos señala unas características esenciales del cerebro el cual es más flexible y multidimensional que cualquier computador, aprendiendo siete datos por segundo cada segundo y aún tiene espacio disponible para aprender más; así mismo mejora con la edad si lo usa adecuadamente. La inteligencia no está distribuida sólo en el cerebro sino en todo el cuerpo humano integrando mente, emoción y cuerpo.

La ética por su parte, refiere a la complejidad del ser humano y su diversidad en relación con las funciones que desempeña y los recursos que utiliza para el aprovechamiento de su total potencial intelectual e individual. Así mismo, se cita la inteligencia como base para el desarrollo humano convirtiéndola en una herramienta de doble beneficio entre ambas partes colaboradores y empresa.

Por lo tanto, el éxito de las organizaciones está relacionado con aspectos esenciales del su talento humano como los comportamientos y la práctica ética, la buena administración de su personal, habilidad, asertividad para la toma de decisiones, la cooperación, el grado de motivación de los miembros en la organización y finalmente el grado de satisfacción.

Al relacionar los conceptos de ética e inteligencia, surge un apropiado enlace entre ambos criterios a saber: la ética y la inteligencia unidas coordinan la capacidad de una persona para reflexionar adoptando las mejores acciones de acuerdo a cada circunstancia, de tal manera que genere un comportamiento adecuado que de acuerdo a patrones establecidos sea considerado como ético y al mismo tiempo inteligente.

Es posible entonces, hablar de una inteligencia ética como una teoría que aporte a la conducta humana, a partir de la actuación consciente que adopte las mejores estrategias para alcanzar un fin tanto individual como colectivo que permita la estabilidad de las personas, organizaciones y sociedad. Es válido inferir de acuerdo a lo planteado; que la inteligencia ética inicia un recorrido de lo particular a lo general; primero se integra a la persona para que ésta pueda asumir comportamientos de acuerdo a estructuras sociales como un ser humano que hace parte de una sociedad que al integrarse a ella le permite generar actitudes que deben considerarse beneficiosas para una colectividad.

Entonces, como líder o colaborador debe generar un valor agregado que permita obtener una ventaja competitiva en el contexto y consolidar una

organización de éxito, pero cómo puede lograrlo; pues bien, entra en juego en este momento todo el conocimiento y experiencia, es decir, dependerá de la visión de la persona que llegue a la organización apropiarse en cada miembro de la misma no sólo la aplicabilidad de sus competencias técnicas, sino también el desarrollo de comportamientos que permitan un ambiente sano y éticamente productivo.

En tal sentido, la inteligencia y la ética como dualidad útil, aporta dándole una visión holística al ser humano, basada en principios y valores que promueva en los contextos empresariales el sentido más humano, el discernimiento entre lo bueno y lo malo para actuar de manera responsable y objetiva que permita a las empresas ser competitivas, mantener su estabilidad económica, pero también generar en su cultura una tranquilidad y un compromiso que armonice los procesos de manera más apropiada y comprometida por parte de todos sus miembros.

Por lo tanto, las personas éticamente inteligentes son aquellas que aprenden y que reúnen competencias de diferente índole de donde se deriva el potencial apuntando a integrarse en torno al valor principal que es la vida que no sobrevive ni vive, sino que se construye desde un conjunto de valores que median su accionar.

DESARROLLO ORGANIZACIONAL HUMANIZANTE COMO RESULTADO DE LA INTELIGENCIA ÉTICA

Fernández (2005), señala que la inteligencia ética corresponde a la capacidad de manejar información y utilizarla para resolver los problemas complejos de manera reflexiva y acorde a la realidad actual teniendo en cuenta el contexto y sus propias condiciones con el propósito de considerar una toma de decisiones más pertinente y asertiva a las necesidades requeridas, por lo cual implica, análisis, reflexión, estudio consciente y objetivo.

Es válido inferir de acuerdo a lo planteado, que la inteligencia ética inicia un recorrido de lo particular a lo general; primero se integra a la persona para que ésta pueda asumir comportamientos de acuerdo a estructuras sociales como un ser humano que hace parte de una sociedad que al integrarse a ella le permite generar actitudes que deben considerarse beneficiosas para una colectividad.

Ahora, bien, de acuerdo con Belohlavek (2007), la ética evoluciona a partir del menor nivel considerado como ética de la supervivencia a partir de la cual el individuo vive e inicia un proceso evolutivo en sociedad, en tal sentido, a medida que los seres humanos aprendan a vivir con lo requerido para su bienestar en esa misma medida se podrá hablar de una evolución a otro estadio superior donde lo más importante ya no es sólo garantizar un bienestar para cubrir necesidades básicas sino apropiarse de las habilidades que le permitan aportar desde otro punto de vista.

En tal caso, se va ascendiendo de nivel una vez satisfecha la necesidad específica y en esa medida será notoria la involución o evolución de los niveles de inteligencia de las personas frente a la toma de decisiones, la capacidad recursiva de cambiar una realidad, de seguir desarrollando y descubriendo otros campos, generando nuevas inquietudes y transformando la realidad actual. Es así, como la

inteligencia ética se puede desarrollar y catalizar la maduración a través de una decisión individual y personal mediante una metodología objetiva y de autocontrol.

Ahora bien, en la ejecución de un proyecto de vida personal se encuentra inmerso como quiera que se convierte en una condición de vida la incursión al mundo empresarial como líder o como colaborador; en este plano, las personas que ya cuentan con una estructura de vida basada en valores, principios, normas, entre otros aspectos; llegan para aplicar sus conocimientos y su experiencia, la cual debe ceñirse a varias condiciones: las tendencias empresariales actuales, las necesidades individuales y las necesidades colectivas; aunando estos tres aspectos.

Entonces, como líder o colaborador debe generar un valor agregado que permita obtener una ventaja competitiva en el contexto y consolidar una organización de éxito, pero cómo puede lograrlo; pues bien, entra en juego en este momento todo el conocimiento y experiencia, es decir, dependerá de la visión de la persona que llegue a la organización apropiar en cada miembro de la misma no sólo la aplicabilidad de sus competencias técnicas, sino también el desarrollo de comportamientos que permitan un ambiente sano y éticamente productivo.

En tal sentido, la inteligencia ética en las empresas, coadyuva a la creación de un clima laboral cálido, productivo, creíble, a partir del cual se promueven sin mayor esfuerzo compromisos en torno a los propósitos de las mismas. Apunta hacia una gerencia del talento humano donde la persona sea lo más importante, o por lo menos ese sea el sentir de todos los colaboradores, pues de ellos depende la eficiencia, eficacia, el establecimiento de unos canales de comunicación efectivos que permitan el desarrollo de acciones no sólo encaminadas a la sana convivencia y a la toma de decisiones asertivas, sino también a que se generen creativamente ideas como respuesta a esa gerencia inteligente.

LA INTELIGENCIA Y LOS COMPORTAMIENTOS INTELIGENTES

Galtón (1869), fue el primero en interesarse por explicar las diferencias individuales como diferencias de inteligencia heredadas, influido por Spencer, quien a su vez planteó que la inteligencia le permite al hombre ajustarse al medio. Éste autor, realizó estudios con pruebas sencillas para evaluar las inteligencias individuales obteniendo como resultado que la inteligencia alcanzaba su plenitud a los 18 años de edad y que se heredaba intrafamiliarmente, sus observaciones se basaban en que durante 200 años las mismas familias ocupaban puestos importantes en el gobierno británico.

Por otra parte, Sternberg (2005), propone la teoría trídica de la inteligencia, la cual se basa en operaciones mentales que puede realizar una persona, donde cada conducta tiene como objeto la adaptación consciente, la selección y la configuración del medio ambiente en función de sus intereses y necesidades particulares, por lo tanto, ésta puede ser modificable, parcialmente definida por el contexto dentro del cual la persona debe actuar, aprovechando al máximo sus cualidades y compensando sus limitaciones.

Según esta teoría, la inteligencia consta de tres aspectos globales relacionados con la Inteligencia componencial (lógico - analítica), respondiendo a la habilidad para adquirir y almacenar información; contempla todos los procesos mentales como la habilidad de aprender, adquirir nuevos conocimientos, resolver problemas y realizar tareas con eficacia. En segunda instancia se puede citar la inteligencia experiencial (creativa) orientada a la conducta inteligente distinguida por asumir tareas novedosas y por la capacidad de ser eficiente y automático en el pensamiento y la solución de problemas. Por último la inteligencia contextual (práctica), la cual está relacionada con el ambiente que rodea al individuo. Las personas inteligentes adaptan sus habilidades de procesamiento de la información (inteligencia componencial) con sus deseos personales y las demandas del medio.

Teniendo en cuenta lo anterior, la inteligencia no es una propiedad del comportamiento sino, una demanda de la situación, pues, el comportamiento inteligente depende de las habilidades que son pertinentes de acuerdo a una situación, por ende, las habilidades son contingentes de una competencia determinada que generan los comportamientos inteligentes. Dado esto, la inteligencia no es una función del individuo, sino una atribución de la conducta que se ajusta a un criterio que estructura la circunstancia.

Dentro de los comportamientos inteligentes se puede expresar lo que Soto (2013), citada por (Soto, y otros 2014), ha aportado al tema donde un individuo inteligente es Psicocompetitivo. Expone que el ser humano debe ser psicológicamente armónico, sano, por ello, nace la temática sobre la neurogerencia y dentro esta las diversas inteligencias producto de la plasticidad neuronal, en respuesta a un proceso más humano y de adaptación a los cambios organizacionales, emergiendo de la naturaleza del Ser, ayudando a que el individuo sea singular y con un cerebro único que a través de los estímulos logre una cosmovisión.

CONSIDERACIONES FINALES

El mundo contemporáneo requiere que las personas actúen bajo una plataforma de principios y comportamiento éticos que contribuyan con el buen comportamiento de los seres humanos en la sociedad. En este sentido, la ética aporta desde el punto de vista consciente permitiendo realizar una toma de decisiones claras y pertinentes orientadas bajo preceptos del bien y del mal que definen los comportamientos ante las diferentes circunstancias.

A partir de esta realidad, se cataloga una acción de acuerdo a los patrones establecidos a partir de la moral conjugándose al tiempo con la capacidad de análisis y razonamiento de las personas que puedan generarle una construcción asertiva de su actuación como seres capaces de reflexionar y utilizar su capacidad intelectual. En tal sentido, la capacidad inteligente entra a jugar un papel preponderante.

Es válido entonces inferir, que la inteligencia como proceso ligado a la capacidad de reacción de una persona, busca entender la forma cómo el ser humano ejecuta una acción, los recursos que utiliza, en qué momento actúa y si las estrategias utilizadas le permitieron resolver una tarea alcanzando los resultados

propuestos. En tal sentido, se relaciona directamente con un proceso gerencial, dada la demanda de una estructura que permite a una empresa responder ante las necesidades del entorno cambiante y de la demanda quien define en últimas la oferta organizacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, se entiende, que la inteligencia no es una propiedad del comportamiento, sino, una demanda de la situación, pues, el comportamiento inteligente depende de las habilidades que son pertinentes de acuerdo a una situación, por ende, las habilidades son contingentes de una competencia determinada que generan los comportamientos inteligentes. Dado esto, la inteligencia no es una función del individuo, sino una atribución de la conducta que se ajusta a un criterio que estructura la circunstancia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles M. (2009). **Nuevo enfoque, diccionario de competencias**. La trilogía. Ediciones Granica S.A. Argentina.
- Belohlavek P. (2007). **Introducción a la inteligencia ética**. Ediciones Blue Eagle group. Buenos Aires.
- Cortina A. (2014). **Ética en la empresa: No sólo responsabilidad social**. Revista portuguesa de filosofía.
- Coulter R. (2005). **Administración**. Editorial Pearson. Educación. México.
- Fernández E. (2005). **Filosofía y ética gerencial para las empresas del siglo XXI**. Venezuela.
- Gardner H. (1983). **Estructuras de la mente**. Editorial Basic Books.
- Ribes E. (2002). **El concepto de competencia: su pertinencia en el desarrollo psicológico y la educación**. Universidad Veracruzana. México.
- Seijo, Fuenmayor y Barrios (2011). **Las inteligencias múltiples: Una aproximación hacia la inteligencia ética como característica congruente de la actuación humana**.
- Sternberg, R. (2005). **Creatividad e inteligencia**. Revista científica. Madrid, España
- Soto, M. y otros (2014) **Inteligencia Gerencial en el sector educativo universitario: Una mirada desde la Neurogerencia**. Memorias de la I Jornada Binacional de Investigación y Postgrado de URBE. Venezuela.

CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS TIENDAS DE BARRIO: UNA MIRADA DESDE LA ÉTICA BASADA EN VALORES

Kitty Margaret Owen Martinez
kittvowen@gmail.com

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE

RESUMEN

El propósito de este estudio consiste en indagar sobre el desarrollo organizacional de las tiendas de barrio de Santa Marta, en función de la cultura organizacional apoyado en los criterios de Páramo & Ramírez (2013), Marín (2002), Gan & Triginé (2012) y Kotter y Heskett (1995), entre otros. La metodología utilizada corresponde al paradigma positivista y un enfoque cuantitativo, a fin de estudiar el proceso

cultural que se desarrolla dentro de estos comercios. El tipo de investigación que se trabajó fue exploratorio y estudio de caso, mientras que el diseño fue trabajo de campo. El universo poblacional lo compuso el 10% de las empresas con mayor enfoque gerencial y ventas en Santa Marta, por lo que se realizó un muestreo convencional o accidental. Los datos fueron obtenidos a través de un cuestionario conformado por 10 ítems. Los resultados arrojaron, que en el sector de las tiendas los gerentes ejecutan elementos de la cultura organizacional de manera empírica, sin saber que están aplicando un proceso empresarial. El realizarlos de esta forma limita el progreso de sus negocios puesto que sus accionares están estrechamente ligados a las decisiones que se toman como núcleo familiar, extendiendo el hogar hasta el negocio, evidenciando de esta manera una cultura de clan.

PALABRAS CLAVE: Cultura organizacional, ética, valores, conocimiento, tiendas.

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas unidades de negocios, se han constituido en una fuente importante de generación de empleo independiente para los dueños de estos establecimientos, que fortalecen la economía del país. Pese a esto la falta de una cultura organizacional clara basada en valores limita la visión que deben tener como empresa.

Por este motivo, el objetivo de este trabajo es indagar sobre la cultura organizacional que manejan las tiendas de barrio actualmente, con el fin de conocer su tipo de cultura y la asociación frente al tema de la ética y los valores, ya que este sector de la economía en Colombia deja significativos aportes.

Por consiguiente, la investigación que se realizó busca un acercamiento al patrón cultural de las tiendas de barrio en Santa Marta, ya que este escenario puede ser causante de futuras investigaciones, las que crean un nuevo paradigma del gerente o líder que debe tener estos comercios, el cual permita ir incorporando planteamientos teóricos a las acciones gerenciales que deben asumir.

EL PROBLEMA

Las tiendas de barrio en Colombia hacen parte de la cultura del país, puesto que es un sitio de reunión para amas de casa, amigos con ganas de celebrar y punto de encuentro entre otros. A principios de la década de los 90, se vaticinaba un derrumbe de estos sitios (Salem 1992 en Páramo & Ramírez 2013), por la llegada de grandes las superficies. La realidad en la actualidad es otra, ya que se encuentran vigentes y con grandes demandas. Aunque en ocasiones les afecte la competencia sus ventas, las tiendas son más que un negocio, es una cultura.

Debe señalarse, que existen pocas teorías sobre este campo, pero si se evidencia un gran número de publicaciones que reflejan su realidad y su cotidianidad. Los tenderos son una muestra de desarrollo económico principalmente en Latinoamérica, sin embargo su administración se encuentra limitada de conocimientos gerenciales para poner en práctica.

Dentro de este orden de ideas, basado en Marín (2002), los dueños de estos negocios con solo una caja de madera que guarde el dinero para pagar arriendo, reponer inventario y sostener a su familia, ya considera promisorio el puesto de trabajo. Pese a que este puede ser solo su panorama, las tiendas tienen un desarrollo organizacional escondido, convertido en un tesoro inexplorado.

Se plantea entonces el problema, que hasta el momento no se ha logrado ayudar a consolidar la estructura organizacional de una tienda de barrio de forma teórica en la cual su cultura organizacional sea preponderante y fundamentada en valores para que beneficie a la comunidad y el progreso del negocio que puede ser convertido en una gran empresa.

GÉNESIS CULTURAL

La cultura organizacional está presente en las empresas, además en cada uno de sus accionares. Para llegar a esta definición se ha tenido en cuenta una evolución histórica desde los tiempos de la administración científica, con varias contribuciones como la de Taylor, Fayol, Weber, en especial Elton Mayo. (Robbins & Coulter, 2007).

Dentro de este marco, según Fernández & Sánchez (1997), el proceso de evolución de la cultura organizacional se puede estudiar desde los factores históricos, filosóficos y teóricos. El primero de ellos apuntó su mirada a la empresa japonesa, la cual había desarrollado un sistema de dirección oportuno para dar rendimiento y eficacia a su industria.

Por su parte, el factor filosófico, se encuentra dividido en tres supuestos, dos derivados desde la antropología el cual se enfoca en la parte social, como satisfacer las necesidades biológicas, entrenar a los jóvenes, cuidar a los ancianos; y el otro veía a la cultura como símbolos compartidos. Mientras tanto el supuesto del psicoanálisis analiza el tema con un componente inconsciente por parte de las personas.

En esta perspectiva, el concepto también es apoyado por Kotter y Heskett (1995), quienes aseguraron que el término tiene sus orígenes en los estudios sobre las sociedades primitivas, acuñado este a la definición de transmitir de generación en generación las cualidades de las personas, siendo este proceso parte del estudio de la antropología social a finales del siglo XIX y comienzos del XX.

Se puede conceptualizar que la cultura en la organización es la aplicación de elementos sociales que nacen de la identificación de las costumbres del entorno de la organización, y de la cual son parte activa el público interno, ya que cada individuo trae desde su entorno planteamientos que nutren a la organización.

Con ello se quiere significar, que el panorama que se establece de manera teórica sobre la cultura en las organizaciones y la identificación temprana de este en la organización, ayudará a la consolidación de estrategias que como empresa pueden poner en marcha las tiendas, para aprovechar los elementos culturales que trae consigo desde el público interno hasta el externo que acude a la empresa.

LA CULTURA ÉTICA EN LAS ORGANIZACIONES. EL VALOR Y LAS NORMAS.

En este mundo globalizado las acciones que las empresas lideren basada en valores, entregarán mayor confianza a quienes trabaja en ella y a sus clientes, lo que permitirá una cultura fuerte debido a que los miembros de la organización se apoyan por la convicción frente a las creencias de su empresa y los valores establecidos en ella.

Visto de esta forma, los valores se convierten en un planteamiento transversal de la empresa a las acciones y decisiones de la misma. Es por ello que para Gan & Triginé (2012), los valores son las pautas que influyen y moldean a la cultura. Sostiene que a partir de estos se detectan una serie de acciones que consolidan los procesos en la organización, como lo son las prioridades que tiene la empresa.

En la perspectiva que aquí se adopta, se es claro la necesidad de una comunión entre los postulados y los hechos que el gerente debe aplicar en su cotidianidad, convirtiéndose en un articulador de conceptos con realidades para el aprovechamiento de su organización, a fin de que la misma cultura y los actores que hacen parte de ella en sus comercios, sean los que refieran e indiquen basados en sus experiencias y necesidades los aspectos innovadores que se han de realizar. Solo queda de parte del gerente saber canalizar y estructurar en los recursos que tenga a su disposición en la empresa el planteamiento.

MÉTODO

Las características de esta investigación plantean un enfoque cuantitativo positivista, teniendo en cuenta que se busca comprender las actuaciones de los tenderos mientras realizan su trabajo y al mismo tiempo medir y comprobar los fenómenos organizaciones desarrollados en sus negocios.

Para este análisis, el universo de trabajo se enfocó en el estudio de un sector económico que partió de la base de datos de afiliados tenderos a la Unión Nacional de Comerciantes, Undeco Santa Marta, la cual reporta 650 personas. De estos, la organización identifica las 100 tiendas con mayor posibilidad de acciones gerenciales, basados en la evolución del negocio, por lo que se trabajó una muestra del 10% de estos dueños de tienda, seleccionada a través de un muestreo convencional o accidental, el cual refiere “recopilar datos de los sujetos de estudio más convenientes”, (Namakforoosh, 2014).

De esta manera, el estudio se focalizó en indagar sobre el desarrollo organizacional de las tiendas de barrio, en función de la cultura organizacional, desde la ética. El tipo de investigación consistió en un estudio exploratorio desde el planteamiento de “encontrar lo suficiente acerca de un problema para formular hipótesis útiles. Empieza con descripciones generales del problema”, (Ibíd., pág. 72.).

Sin embargo, también se puede referenciar como una investigación de estudio de caso, teniendo en cuenta la definición de Tamayo (2014), quien plantea que “este tipo de investigaciones es apropiado en situaciones en las que se desea

estudiar intensivamente características básicas, la situación actual e interacciones con el medio de una o unas pocas unidades tales como individuos, grupos, instituciones o comunidades” (Pág. 57).

De igual forma, en cuanto al diseño de la investigación, se plantea de campo, ya que en esta se realiza “cuando los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual lo denominamos primario”. (Ibíd. Pág. 114). Otro de las posturas es la definición planteada por Arias (2012), quien indica que “la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados” (Pág. 31).

En este sentido se comprende, que es importante identificar la cultura organizacional desde cada uno de los actores que hacen parte del proceso, ya que sus características y elementos utilizados, servirán para identificar patrones de conducta, creencias y valores repetitivos que servirán de referencias sobre el comportamiento dentro de las tiendas.

INSTRUMENTOS

Para esta investigación se realizó la técnica de la encuesta, con el cuestionario como instrumento de medición. Siguiendo los planteamientos de Namakforoosh (2014), se trataron preguntas basadas en hechos, la cual busca “obtener información objetiva de los entrevistados, respecto a sus antecedentes, su medio ambiente, sus hábitos y sus gustos”, con el objetivo de caracterizar a la población objeto del estudio. (p.166).

De igual modo, se enfocó en la “suma total de inclinaciones, prejuicios, ideas, temores y convicciones acerca de cualquier tema específico” (Thurston, 1928 citado en Namakforoosh 2014). La encuesta tuvo una variable subjetiva enfocada en la ética, con tres dimensiones y 10 ítems. (p.166).

La primera dimensión llamada valores, se trabajó con tres ítems, la segunda normas y conductas con cinco ítems y por último la motivación y ritos con dos ítems, a través de la escala tipo Likert. Los cuantificadores utilizados para dar respuesta a la encuesta y la intensidad de la categoría se ordenó a través de la siguiente serie: 1. Muy de acuerdo, 2. De acuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. En desacuerdo y 5. Muy en desacuerdo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación identificó que dentro de estas unidades de negocio se desarrolla el concepto de cultura organizacional de forma empírica, teniendo en cuenta que aplican algunos aspectos del concepto de “cultura de clan como lo son el trabajo en equipo, la autoadministración y la influencia social”, y la cultura emprendedora la cual “tiene altos niveles de asunción de riesgos, dinamismo y creatividad” (Hellriegel, 2009, p. 389,390).

Desde la perspectiva más general, por ser una cultura organizacional empírica, las acciones éticas, de conducta, ritos y motivación son impuestas por el

dueño de la organización, basada en sus propias costumbres que nacen de su formación como persona. Sin embargo los tenderos realizan estas actuaciones organizacionales con el desconocimiento de que estos elementos corresponden a funciones del proceso administrativo.

Uno de los componentes más importantes, son las características sociales. El 90% de los tenderos corresponden al género masculino y el 10% al femenino, evidenciando que son los hombres, aquellos que se inclinan entre esta comunidad a llevar las riendas del negocio. El nivel de escolaridad más alto se identificó en la primaria con el 90%, seguido del 10% en la secundaria incompleta y 0% para la educación superior, comprobando que los alcances académicos son básicos o muchas veces nulos, minimizando oportunidades de desarrollo empresarial.

Por otro lado, el estado civil de los participantes es predominante al matrimonio, por ello el 80% se reportó casado y el 20% en unión libre, siendo la pareja el principal apoyo en la consolidación de su negocio. Estos hogares están compuestos en un 40% por dos hijos en su porcentaje más elevado, seguido de tres hijos con el 30%, y 10% para uno, cuatro y cero respectivamente

Así mismo, el enfoque administrativo arrojó que el 60% de las personas consideran que su tienda es un negocio y el 40% asegura ser una empresa. Sin embargo de este último el 30% tiene un empleado en su unidad de negocio, mientras que el 70% restante no tiene empleados en su local. Aunque los datos anteriores arrojan en su mayoría en no tiene empleados, este mismo porcentaje refiere que existen dos personas dedicadas a la atención del establecimiento comercial y un 30% reporta hasta tres individuos en la tienda como personal colaborador.

Dentro de este marco, al evidenciar el fenómeno se les pregunto sobre la participación de estos miembros, quienes explicaron que son parte del grupo primarios de la familia (padres e hijos), pero sin sueldo, más si le atribuyen una remuneración a través de la manutención. Lo anterior, evidencia que para los administradores de las tiendas el talento humano que trabaja en el establecimiento comercial es de tipo obligatorio por ser parte de su familia y no a través de una selección idónea del personal.

Sin embargo, para que una empresa repunte y se mantenga, necesita de sus colaboradores bajo una buena y clara estructura organizacional que les permita crear estrategias y fortalecer acciones para el trabajo diario. En atención a la problemática expuesta, los dueños de estas empresas, no ven al conyugue y a los hijos como un trabajador de su empresa. Pese a lo anterior es necesario que la estructura sea la adecuada, a fin de garantizar orden, eficiencia, políticas y liderazgo (Garcés, 1999), acciones que moldearán la cultura organizacional de la empresa.

Si bien es cierto, los tenderos motivan a sus colaboradores a ser partícipes de actuaciones religiosas, advirtieron de manera espontánea que no contratarían a

una persona con diferente culto a la de ellos. El reconocimiento de la espiritualidad por parte de los gerentes hacia los colaboradores ayuda a articular los valores como persona en la profesión u oficio que desarrolle. (Robbins, et al., 2007).

CONCLUSIÓN

Ante la falta de un conocimiento sobre el tema de la cultura ética en las tiendas, los dueños de estos negocios han limitado su potencial crecimiento, los cuales tiene posibilidades de ser uno de los más prósperos y con altas ventas en la economía nacional. Los resultados en el estudio confirman la importancia de la identificación de la cultura organizacional en las empresas o negocios, para potenciarla y concebir nuevos planes.

Lo anterior ha sido una de las preocupaciones de su gremio, Undeco, el cual ha empezado a diseñar capacitaciones no formales en procura de mejorar su nivel intelectual para que puedan apuntar a trabajar estos temas organizacionales. Por ejemplo, desarrolló el Diplomado en Administración y Gestión Financiera, con el objeto de fortalecer al sector.

Finalmente se puede decir, que la cultura organizacional se encuentra en todas partes, por muy pequeña que sea la organización, empresa o negocio, este siempre va a tener activos intelectuales que ayudarán al fortalecimiento de los componentes culturales.

Por último, es conveniente anotar, que básicamente depende de que existan más de dos personas en un mismo espacio para que se ponga en práctica los atributos que incluyen el concepto de cultura organizacional. Lo preocupante es saber que hasta el momento estas unidades de negocio no tienen este tema identificado y como prioridad dentro de sus administraciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. G. (2012). **El proyecto de investigación** (Sexta edición ampliada y corregida ed.). Caracas: Episteme, C.A.
- Fernández, M & Sánchez, J. (1997). **Eficacia organizacional: Concepto, Desarrollo y Evaluación**. Madrid: Diaz de Santos .
- Gan, F & Triginé J. (2012). **Cultura de empresa y gestión de cambios**. Madrid: Diaz de Santos.
- Garcés, C. M. (1999). **Los recursos humanos párr La Pequeña y Mediana Empresa**. Recuperado el 14 de Enero de 2015, <https://books.google.com.co/books?id=Li6utAkc7kC&pg=PA16&dq=el+rec+so+humano&hl=es419&sa=X&ei=ijs3VJH7AoedNvXxglAC&ved=0CE4Q6AEwBg#v=onepage&=el%20recurso%20humano&f=false>
- Hellriegel, D. (2009). **Comportamiento Organizacional**. Obtenido de [http://www.academia.edu/8478303/Comportamiento Organizacional](http://www.academia.edu/8478303/Comportamiento_Organizacional) 10ma_Edici*o*n_10ma_Edici*o*n_Don_Hellriegel_and_John_W._Slocum_-_FL

- Kotter, J & Heskett, J (1995). **Cultura de empresa y rentabilidad**. (C. S. Soriano, Trad.) España : Diaz de Santos .
- Marín, Á. (2002). **Cómo recuperar su empresa, el método C**. Bogotá: Norma.
- Namakforoosh, M. (2014). **Metodología de la Investigación** (Segunda ed.). México: Limusa.
- Páramo, D. & Ramírez, P. (2013). **Incidencia de la Cultura sobre el Marketing Relacional practicado entre consumidores y tenderos en la tienda tradicional**. Robbins, C & Coulter, M. (2007). **Administración** (Octava Edición ed.). (J. F. Martínez, Trad.) México: Pearson.
- Tamayo, M. T. (2014). **El proceso de la investigación científica** (Quinta ed.). México: Limusa.
- Undeco. (29 de junio de 2013). **Unión Nacional de Comerciantes**, Undeco. Recuperado el 13 de 01 de 2014, de <http://www.undeco.com.co>

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL SUSTENTADA EN LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA

Elberto de Jesús Pumarejo Cotes
epumarejo@urbe.edu.ve
Álvaro de Jesús Mendoza Montenegro
almemo12@hotmail.com

RESUMEN

El propósito de la presente investigación estuvo en describir la comunicación organizacional sustentada en la inteligencia emocional desde el contexto de las universidades públicas de Colombia, enfatizando la importancia de impulsar el fortalecimiento de las interacciones humanas abarcando aspectos técnicos además de las condiciones en la que ocurre el acto comunicativo y de manera primordial, el manejo de las emociones derivadas al momento de producirse intercambios comunicacionales. El estudio concentra conceptualización de la comunicación organizacional, su abordaje estratégico y el aporte de la inteligencia emocional, basado en las ideas de: Chiavenato (2007), Cooper y Sawaf (2002), Koontz y Weihrich (2004), Newstrom (2007). La metodología es de tipo documental, con diseño bibliográfico. Se concluyó que la comunicación organizacional puede ser impulsada desde la inteligencia emocional, en los procesos de interacción consigo mismo (intrapersonal) y con los demás (interpersonal), enfatizando el control tanto de las emociones propias como de los otros, minimizando las barreras de comunicación además, aplicando para ello, la empatía y la retroalimentación.

PALABRAS CLAVE: comunicación, inteligencia, emociones, organización, universidades.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los procesos centrales en las universidades públicas como organizaciones educativas, se orientan en la actualidad a alcanzar un abordaje integral de las acciones relacionadas con la formación, la investigación y el trabajo de conexión con el contexto comunitario, para lo cual se considera sumamente

importante llevar a la práctica cotidiana herramientas que permitan atender de modo efectivo la calidad de las interacciones ocurridas entre los diferentes miembros de estas casas de estudios, pues en esa interacción, se perfila el logro de las metas establecidas a nivel institucional.

En este orden de ideas, conviene unificar esfuerzos a favor de atender la comunicación organizacional por ser la base de las interacciones humanas derivadas de las distintas actividades realizadas en el funcionamiento cotidiano de las universidades públicas, abarcando toda la dinámica implicada en la conducción de cada uno de los procesos implementados desde la docencia, la investigación, la extensión comunitaria y la cooperación internacional; es decir, la comunicación organizacional puede representar un componente fundamental para alcanzar entendimiento y la comprensión necesaria al momento de contraer acuerdos en torno a los objetivos planificados.

No obstante, cuando se asume la comunicación organizacional se enfatiza como una de las principales acciones a emprender en las universidades públicas de Colombia, procurando atender el mejoramiento de las demandas emergidas de las distintas interacciones que ocurren entre los miembros de la organización, por lo cual conviene abordarla sobre la base del manejo de emociones; de tal manera, se pueda transitar desde situaciones emotivas hacia la adquisición de conocimiento útil partiendo de las actuaciones prevalecientes en los involucrados en la dinámica propia de estas organizaciones educativas.

En este sentido, la comunicación organizacional implica el proceso de intercambio permanente de ideas y opiniones entre dos o más personas en la empresa, donde también intervienen los sentimientos y las emociones como factores determinantes del éxito en el acto comunicativo, razón por la cual, se ha considerado focalizarla desde la perspectiva de la inteligencia emocional orientada al desarrollo de habilidades en las personas para reconocer las emociones y aprender a controlarlas, con el fin de alcanzar comportamientos favorables a la interacción social exitosa.

El principal beneficio de esta asociación entre la comunicación organizacional y la inteligencia emocional es la posibilidad de generar un ambiente laboral armónico, desde el cual se impulsa la comprensión y el entendimiento de los mensajes intercambiados por coordinadores, docentes, estudiantes y demás personal involucrado en las distintas actividades inherentes al funcionamiento de las universidades públicas.

Atendiendo las ideas previamente referidas, la presente investigación se orientó según el propósito de describir la comunicación organizacional sustentada en la inteligencia emocional desde el contexto de las universidades públicas de Colombia, realizando para ello, un arqueo de fuentes bibliográficas siguiendo secuencias metodológicas de la investigación documental.

Sobre la base de la revisión realizada, fueron precisados los aspectos centrales concentrados en definiciones, descripciones y explicaciones sobre la

comunicación organizacional sustentada en la inteligencia emocional, desde una visión actualizada de las teorías administrativas y gerenciales que aportan cualidad tanto académica como científica al estudio, encaminado los esfuerzos a obtener una mejor comprensión de éstas temáticas objeto de investigación.

Cabe destacar, que la indagación efectuada condujo a la identificación de definiciones clave sobre la comunicación organizacional y la inteligencia emocional, siendo posible ubicar los componentes estructurales de ambas temáticas, además de conjugarlas mediante un ejercicio de reflexión propia, iniciado con la formulación de tres preguntas puntuales: ¿Qué aspectos involucra la conceptualización de la comunicación organizacional desarrollada en universidades públicas de Colombia?, ¿Cómo es el abordaje estratégico de la comunicación organizacional?, ¿Qué elementos involucra la comunicación organizacional desde la perspectiva de la inteligencia emocional?

Ahora bien, el interés por encontrar respuestas a estas inquietudes, derivó la estructuración de la presente disertación bajo el desarrollo de tres ideas: conceptualizar la comunicación organizacional, abordaje estratégico de la comunicación organizacional y acción comunicativa desde la perspectiva de la inteligencia emocional, descritos a continuación.

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional es un acto de interacción entre seres humanos en el cual se produce un intercambio. Así, lo expresa Chiavenato (2007, p.59), cuando la define como “transferencia de información o de significado de una persona a otra incluye la manera de relacionarse con otras personas a través de ideas, hechos, pensamientos y conocimientos comprende transacciones entre ellas”; es decir, la ejecución de trabajos, tareas y actividades, deriva intercambios entre las personas dentro de las relaciones establecidas en el funcionamiento organizacional.

Por su parte, Koontz y Weihrich (2004, p. 324), enfatizan la importancia de atender la comunicación organizacional considerando que la misma se orienta a fortalecer el desarrollo efectivo de las diferentes funciones planificadas en los objetivos y metas institucionales: “el objetivo de la comunicación en una empresa es suscitar un cambio, mover a la acción para el bien de la compañía, siendo la comunicación esencial para el funcionamiento interno de las empresas porque integra las funciones administrativas”.

Siendo así, mediante la comunicación organizacional en universidades públicas de Colombia se procura mantener interacciones en sus distintos miembros, mediante acercamientos donde sea posible intercambiar ideas, opiniones, sentimientos en un contexto determinado, que permita llegar a acuerdos y en consecuencia, derive entendimiento entre las partes involucradas en los actos de comunicación establecidos.

Para alcanzar tal aspiración, resulta necesario buscar maneras idóneas de impulsar la comunicación organizacional en universidades públicas de Colombia, de

tal forma que permitan mantener y mejorar las relaciones entre los entes gerenciales, docentes y demás miembros mediante mecanismos novedosos, acordes con las expectativas de los involucrados, para generar éxito en las transacciones establecidas.

Uno de estos mecanismos, se enfoca en la propuesta de impulsar una comunicación de apoyo entendida la interacción establecida entre gerentes y docentes con el fin de compartir información así como ayudar a los otros a mejorar sus habilidades laborales. En este sentido, Whetten y Cameron (2007, p. 215), plantean la comunicación de apoyo orientada a “preservar una relación positiva entre los comunicadores en el momento en que están abordando el problema en cuestión permite promocionar retroalimentación negativa, o resolver un asunto difícil con otra persona, y como resultado fortalecer su relación”.

Siguiendo con los criterios teóricos antes reseñados, al aplicar la comunicación de apoyo, no sólo se entrega mensajes en forma precisa, sino que la relación entre las partes comunicantes es apoyada y hasta mejorada por el intercambio, teniendo como resultado, relaciones interpersonales positivas, pues se logra establecer relaciones productivas, gestionando el manejo de la información.

Al respecto, Newstrom (2007, p. 507), refiere que cuando se asume la práctica de la comunicación de apoyo, se busca llevar a los trabajadores al máximo de sus capacidades, por ello “preguntan, escuchan, sondean, apremian, incitan, inspiran y apoyan a otros en sus intentos de ponerse metas, identificar obstáculos y elegir un plan de acción”; por esta razón, la comunicación de apoyo es aplicable mediante acciones de coaching, el cual enfatiza la ayuda ofrecida por el directivo a los docentes para que éstos puedan disponerse a alcanzar el máximo desarrollo de sus capacidades.

Las ideas antes referidas, permiten deducir que el componente gerencial de las universidades públicas de Colombia tiene el reto de gestionar efectivamente el proceso de comunicación de apoyo para que pueda generar buenos intercambios entre docentes y demás miembros, pues a partir de allí, es posible contrastar tanto ideas como pensamientos, para alcanzar acuerdos y consensos que se traduzcan en beneficios para la consolidación de los procesos educativos orientados hacia la calidad; es decir, es necesario contar con gerentes competentes para impulsar la comunicación de apoyo.

Desde esta perspectiva, Alles (2008, p. 153), señala que el gerente con competencia de comunicación tiene capacidad de “escuchar, hacer preguntas, expresar conceptos e ideas en forma efectiva”; estas capacidades le permiten saber cuándo y a quién preguntar para llevar adelante un propósito, escuchar a los demás, comprenderlos, comunicar por escrito con concisión y claridad.

En este orden de ideas, se destaca otro aspecto central de la comunicación organizacional referido al conocimiento que amerita tener la gerencia sobre la comunicación verbal y no verbal. De acuerdo con Rodríguez (2005), ambas se complementan para apoyar la comprensión de las ideas y conocimientos compartidos, así como las emociones y actitudes.

Continuando con la visión del autor precitado, la comunicación verbal se fundamenta en la palabra hablada o escrita, las cuales tienen diversas acepciones que se concretizan en el contenido completo de la frase donde están insertas. Asimismo, las palabras tienen diverso valor según el contexto en el cual se dicen, poseen el poder de evocar otras palabras y llevan un componente afectivo, de grado y signo diferente, según las circunstancias; mientras que la comunicación no verbal, incluye gestos faciales, corporales que se producen cuando la persona habla para apoyar la expresión de la idea pensada y sentida. Los gestos se evidencian en la mirada, los movimientos faciales, de brazos y manos, así como la postura corporal.

Asimismo, la capacidad para manejar las comunicaciones verbales se manifiesta en el uso de instrumentos de comunicación porque constituyen medios utilizados para establecer contacto comunicacional. Señalan, Koontz y Weihrich (2004), la comunicación organizacional puede ser apoyada por medio de la utilización de diferentes medios e instrumentos, los cuales deben estar directamente relacionados con el tipo de comunicación ya sea escrita u oral.

En este sentido, conviene precisar que la comunicación escrita proporciona registros, referencias y protecciones legales, así como la uniformidad de políticas y procedimientos; mientras que la comunicación oral es la realizada utilizando el medio natural de la voz, es un encuentro frente a frente entre dos o más personas o en la exposición ante un público. De igual manera, en la selección de instrumentos se debe considerar al comunicador, al público y la situación.

De tal modo, queda en manos de la capacidad del gerente o del equipo gerencial de las universidades públicas, la selección de los instrumentos que se adapten más a las necesidades evidenciadas en la dinámica comunicativa desarrollada, abarcando instrumentos orales, escritos y electrónicos como se puede observar en el siguiente cuadro.

**CUADRO 1
TIPOS DE INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN. FINALIDAD Y APLICACIÓN.**

	FINALIDAD	MODALIDAD DEL INSTRUMENTO	APLICACIÓN
INSTRUMENTOS ORALES	Permiten mantener contacto directo con los sujetos interactuantes de acuerdo con el uso de las cuatro formas principales en las cuales se utiliza la palabra hablada: discursos, ruedas de prensa, convenciones o congresos y seminarios o talleres.	Charlas informales	Adecuadas para contactos diarios, instrucciones, intercambios de información, revisiones de progresos y algunas sesiones disciplinarias. Para mantener relaciones personales efectivas.
		Citas planeadas	Apropiadas para las revisiones regulares de apreciación, las sesiones repetidas de trabajo conjunto y casos similares.
		Llamadas telefónicas	Útiles para las inspecciones rápidas, para dar o recibir información clave, instrucciones

			o datos.
--	--	--	----------

	FINALIDAD	MODALIDAD DEL INSTRUMENTO	APLICACIÓN
INSTRUMENTOS ESCRITOS	Facilitan la permanencia del contenido de los mensajes transmitidos, los cuales están a disposición para ser releídos si fuera necesario, hasta alcanzar su comprensión.	Memorandos internos	Usados para registrar indagaciones o réplicas informales, también pueden ser valiosos si se ha de transmitir un mensaje extenso a varias personas.
		La carta	Útiles para noticias oficiales, declaraciones registradas formalmente y comunicaciones largas.
		Reportes (informes)	Utilizados para transmitir información, análisis y recomendaciones a superiores y colegas.
MEDIOS ELECTRÓNICOS	Permiten manejar volúmenes de información considerables; además, facilitan el trabajo en redes y apoyan las relaciones con otras organizaciones.	Computadora e Internet	Para ofrecer información acerca de los procesos administrativos. Como estrategia para hacer pública las diferentes experiencias desarrolladas en la casa de estudio.

FUENTE: Elaboración propia basado en las ideas de Newstrom (2007)

Tomando en cuenta los diferentes instrumentos propuestos para apoyar la comunicación organizacional tanto desde la perspectiva oral como escrita, resulta necesario precisar que la determinación de su uso debe estar íntimamente asociada al conocimiento del contexto de aplicación, implicando tener claridad sobre las características personales de quienes intervienen en el proceso comunicativo.

ABORDAJE ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Impulsar la comunicación organizacional desde una orientación estratégica supone fundamentalmente, prestar especial cuidado de los intercambios que ocurren entre los distintos miembros de la organización, colocando el énfasis en el mejoramiento continuo de las interacciones personales, pues ello, garantiza que la comunicación cumpla, realmente, su función.

Garrido (2006. P.13), plantea el abordaje estratégico de la comunicación organizacional como un “planteamiento metodológico acerca de cómo coordinar las

acciones de las diferentes partes de una organización con el fin de asegurar su desarrollo y mantenimiento en el espacio y en el tiempo”; el objeto de interés es la comunicación, para la cual se determina un norte, ameritando ser desarrollada bajo principios metodológicos que aseguren el éxito en la consecución de las metas planteadas.

Atendiendo lo antes expuesto, el manejo de la comunicación organizacional desde principios estratégicos implica partir de una situación inicial, pero direccionada a una realidad nueva, a la cual se accede mediante el empleo de diferentes métodos y procedimientos, traducidos en acciones encaminadas a la optimización de la comunicación, enfatizando el escenario para ejercerla, la comprensión del proceso y la forma cómo opera; además, se incluye el análisis de dificultades que puedan surgir, así como el diseño e implementación de acciones estratégicas.

En primer lugar, el abordaje estratégico de la comunicación organizacional enfatiza poseer con claridad una visión anticipativa que provee el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro; la misma según Serna (2010, p. 173), “señala el camino que permite a la alta gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo esperado de la organización en el futuro”, por ello, la visión facilita anticiparse a los cambios derivados en la realidad externa de las universidades públicas.

Sobre la base de lo antes expuesto, la visión anticipativa de la comunicación en universidades públicas, debe convertirse en un sueño de largo alcance, el cual para lograrlo se requiere del esfuerzo de todos los miembros involucrados, así como el convencimiento que ese futuro deseado puede ser alcanzado con el esfuerzo unificado y la participación activa. De tal manera, la visión anticipativa de la comunicación proyecta lo que se pretende alcanzar en el proceso comunicacional desarrollado tanto al interior como en el contexto externo de la organización, lo cual favorece la interacción armónica entre todos sus miembros, generando sentido de trabajo en equipo favorable al desarrollo exitoso de las acciones consideradas necesarias para el éxito en las acciones emprendidas.

Otro aspecto, involucrado en el abordaje estratégico de la comunicación organizacional, es el diálogo con el entorno porque permite conocer los aspectos que caracterizan el pensamiento y las actuaciones de quienes integran el contexto comunitario, lo cual es importante para poder impulsar una comunicación efectiva, a partir del reconocimiento de los elementos que poseen significados especiales para las interacciones entre la universidad y la comunidad.

En este sentido, el diálogo con el entorno se establece con el fin de potenciar la comunicación organizacional, mediante la aplicación del diagnóstico estratégico, que según Serna (2010, p. 84), “sirve de marco de referencia para el análisis de la situación actual, tanto internamente como frente al entorno”; lo cual es apoyado por Garrido (2006, p. 92), cuando destaca la indagación mediante “cinco grandes bloques temáticos: cultural, económico, tecnológico, político y legal”; de esta manera, el conocimiento del entorno implica una revisión de estas dimensiones a fin de alcanzar una visión completa de las demandas en su totalidad.

Continuando, la descripción del abordaje estratégico de la comunicación organizacional, se destaca la proyección de la identidad institucional que para Guédez (2006, p. 71), “remite al conjunto de sus datos de identificación y a sus estilos de desempeño”; en este sentido, la identidad de una organización se asocia con su historia, sus productos y servicios, su comportamiento, su misión y visión, su infraestructura y arquitectura, además de todos los aspectos que conforman las formas de ejercer las distintas funciones y tareas según el interés pautado en las metas institucionales.

Atendiendo lo antes planteado, se destaca la identidad institucional como un aspecto que le atribuye carácter propio a la comunicación desarrollada en las universidades públicas de Colombia, las cuales requieren conocer su historia y su estado actual para proyectarse con fuerza hacia el futuro pretendido; es decir, la identidad institucional representa un paso importante para emprender procesos de cambios, sobre la base del conocimiento pleno de sí mismo, debido a que este conocimiento atribuye sentido de pertenencia a las diferentes acciones consideradas importantes para alcanzar una comunicación eficaz en el desarrollo de los procesos llevados a cabo al interior de las organizaciones de educación universitaria.

ACCIÓN COMUNICATIVA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Partiendo de asumir la inteligencia emocional como “habilidades para reconocer y regular emociones en sí mismo y en los demás, que se refleja en la manera como las personas interactúan con el mundo”, (Goleman, 2001, p. 68), se plantea la conexión con el proceso de comunicación organizacional pues abarca competencias o habilidades cognitivas y atributos de personalidad como el optimismo y la perseverancia.

Conviene entonces, profundizar los aportes de la inteligencia emocional para emprender una acción comunicativa exitosa y favorable al crecimiento de las interacciones humanas en universidades públicas de Colombia. Chiavenato (2007) plantea, para lograr tal cometido, atender la percepción social pues se puede mejorar si se considera que el conocerse a sí mismo hace más fácil ver a los demás de una manera más objetiva, así como al tener presente que la persona que se acepta a sí misma, está más propensa a ver de manera favorable los aspectos de otras personas.

Desde esta perspectiva, la práctica de la inteligencia emocional constituye una estrategia valiosa para minimizar la distorsión de mensajes y en consecuencia, permite mejorar la comunicación en las organizaciones. En efecto, la inteligencia emocional, tal como lo exponen Cooper y Sawaf (2002) se asocia a la habilidad de formar una visión verídica de sí mismo y ser capaz de utilizar ese modelo para operar efectivamente enfrentando las circunstancias de la vida; además, permite entender cómo generan los consensos y la cooperación entre ellos.

En este orden de ideas, la inteligencia emocional permite a gerentes, coordinadores, docentes y estudiantes, darse cuenta y poder diferenciar sus

estados de ánimo, intenciones, motivaciones y temperamento, lo cual favorece una mejor comunicación a través del manejo efectivo de las interacciones sociales, por lo que se facilita la buena orientación de la percepción social.

De manera concreta, la inteligencia emocional aporta a la comunicación organizacional la posibilidad de ser impulsada mediante procedimientos que favorecen el entendimiento entre seres humanos, pues toma en cuenta, en los actos comunicativos, además, de las condiciones en que se producen, las situaciones técnicas y de manera especial, cuida el clima afectivo mediante el control emocional.

Un aspecto importante, es la retroalimentación, pues mediante ella se consolida el intercambio de opiniones e ideas entre las personas que se comunican en las universidades públicas, permitiendo dar curso a las conversaciones a partir de las respuestas aportadas por los interlocutores. Para Robbins (2010, p. 241), la retroalimentación es “una característica del líder que busca de manera especial, el desarrollo del potencial en el personal a su cargo e interiorice la misión de la organización”.

Es así, como la retroalimentación resulta fundamental para orientar la comunicación impulsada desde universidades públicas, porque permite culminar las interacciones comunicacionales iniciadas por algún miembro, reflejando respeto hacia los demás, que merecen recibir respuestas ante los planteamientos presentados en un momento determinado de la dinámica universitaria; sienta las bases para que fluya la comunicación en distintas direcciones.

Resulta pues, importante promover la retroalimentación cuidando el trato y el acercamiento entre los miembros actuantes en las universidades públicas de Colombia, siendo recomendable escuchar a los demás, a fin de nutrir más la retroalimentación, dándoles oportunidades de que digan lo que piensan y sienten. Sólo si se escucha con cuidado, se descubrirá las razones de una determinada decisión, es allí donde conviene entonces, negociar acciones que favorezcan el mejoramiento de las relaciones personales.

En esta línea de pensamiento, Koontz y Wehrich (2004, p. 613), destacan la importancia de escuchar al empleado, ya que ello constituye la clave para comprender, por lo que se afirma que el tiempo, empatía y concentración en los mensajes del comunicador son prerequisites de la comprensión. “A la gente le gusta que se le escuche, se le tome en serio y se le comprenda”.

De igual manera, se destaca dentro de la inteligencia emocional la empatía, como factor clave para apoyar la comunicación organizacional, pues representa uno de los componentes centrales por facilitar la comprensión entre las personas involucradas en eventos comunicativos, tal como lo refiere Moller (2004), saber escuchar y admitir que los otros tienen maneras de pensar diferentes a la propia, que su comportamiento es diferente y por lo tanto, pueden hacer las cosas diferentes.

Por su parte, Pérsico (2006), destaca que algunas claves para saber escuchar con empatía, abarcan lo siguiente: interesarse realmente por lo que el otro dice, olvidarse de sí mismo, centrarse en oír y percibir al interlocutor, comprender que el protagonista es el otro, mirar a los ojos al interlocutor, respetar el ritmo ajeno del relato, tener una escucha activa, asentir, no impacientarse ni interrumpir.

Finalmente, se aborda el control de barreras en la comunicación como una de las acciones más importantes desplegadas desde una visión de inteligencia emocional. Según, Chiavenato (2007, p.65), el control de barreras se relaciona con la habilidad de la persona para evitar la distorsión en la comunicación, la cual “ocurre cuando el mensaje sufre alteración, tergiversación, modificación que afecta o cambia su contenido y significado original”.

Cabe destacar, que según este autor, la distorsión de los mensajes en la comunicación se debe a que cada persona tiene su propio sistema cognitivo, sus percepciones, sus valores personales y sus motivaciones, que constituye un patrón personal de referencia, el cual hace su interpretación de las cosas muy personal y singular.

Esta situación, es descrita por Robbins (2010, p. 560), destacando que los individuos dan forma a su mundo mediante sus percepciones y una vez erigido este mundo, se resisten a cambiarlo; por tanto, los individuos son culpables de procesar selectivamente la información para dejar intactas sus percepciones, “oyen lo que quieren oír, ignoran la información que desmiente el mundo que crearon”.

De tal manera, cuando se aborda la comunicación bajo parámetros de la inteligencia emocional, se apertura la posibilidad de manejar el procesamiento selectivo de la información, el cual para Chiavenato (2007, p.63), constituye una barrera personal o interferencia, que “proviene de las limitaciones, emociones y valores humanos de cada persona”; todo ello, es manejado mediante la posesión de una imagen personal, la identificación de emociones y el consecuente manejo de las mismas desde una doble perspectiva intra e interpersonal.

REFLEXIONES FINALES

La comunicación organizacional es un componente fundamental en el funcionamiento de organizaciones universitarias por cuanto abarca el conjunto de intercambios ocurridos entre los diferentes miembros que la integran, siendo importante para hacer fluir información bajo el impulso de una comunicación de apoyo, para lo cual se hace necesario contar con competencias comunicativas para el manejo de instrumentos de comunicación tanto oral como escrita.

El abordaje estratégico de la comunicación organizacional permite a las universidades públicas de Colombia, contar una visión clara comprometida con el desarrollo de procesos de comunicación eficaces, siendo importante para ello, contar con una identidad institucional que valore la comunicación como proceso central en el funcionamiento académico, organizativo, de investigación y extensión; además, se puntualiza el establecimiento de un diálogo con el entorno, a fin de aplanar distancias entre la universidad y la comunidad, auspiciando la integración a partir de la comunicación permanente.

En cuanto, a la acción comunicativa desde la perspectiva de la inteligencia emocional implica tomar las bondades de las emociones y aplicarlas a la comunicación, principalmente en los procesos de interacción consigo mismo (intrapersonal), con los demás (interpersonal), colocando el énfasis en el reconocimiento y control tanto de las emociones propias como de los otros, las cuales están presentes en las barreras de comunicación además de las distorsiones; para ello, se busca aplicar la empatía y la retroalimentación a través de encuentros para compartir ideas, e incluso para la recreación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Lles, M. (2008). **Gestión por Competencias**. Editorial Granica. Argentina.
- Chiavenato, I. (2007) **Administración de Recursos Humanos**. Octava Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Cooper, R., y Sawaf, A. (2002). **La Inteligencia Emocional aplicada al Liderazgo y a las Organizaciones**. Norma. Colombia.
- Garrido, S. (2006). **Dirección Estratégica**. McGraw-Hill Interamericana, S.A. España.
- Goleman, D. (2001). **La Inteligencia Emocional. Por qué es más importante que el coeficiente intelectual**.
- Guédez, V. (2006). **Responsabilidad Social en las Organizaciones**. Colombia: Norma.
- Pérsico, L. (2006). **Inteligencia Emocional**. Técnicas de Aprendizaje. LIBSA. España.
- Koontz, H. y Wehrich, H. (2004). **Administración**. Una perspectiva global. 12ª edición. Colombia. Mc Graw Hill.
- Moller, J. (2004). **Liderazgo y Stress**. Manuscrito. IESA. Centro de Desarrollo Gerencial. Venezuela.
- Newstrom, J. (2007). **Comportamiento humano en el trabajo**. Duodécima edición. Mc Graw Hill. México.
- Robbins, S. (2010). **Comportamiento Organizacional**. Décima Edición. Pearson Prentice Hall. México.
- Rodríguez, C. (2005). **Pedagogía Integradora. Los Retos de la Educación en la era de la Globalización**. Editorial Trillas. México.
- Serna, H. (2010). **Gerencia Estratégica**. Global Ediciones S.A. Colombia
- Whetten, D. y Cameron, K. (2007). **Desarrollo de Habilidades Directivas**. México: Pearson Prentice Hall.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS EN LA GESTIÓN DE NEGOCIOS DE ORGANIZACIONES DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA LA INDUSTRIA PETROLERA VENEZOLANA.

Indriago, Fulvy
Sarcos, Hender

sarcoshen@gmail.com

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE

RESUMEN

La gestión de negocios está enmarcada en una gama de oportunidades que se presentan por la diversidad de actividades mercantiles que son necesarias para sostener el aparato productivo de la nación. El Estado garantiza las inversiones a través de la normativa vigente relacionada al sector comercio incluyendo las empresas de capital nacional y extranjero; la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela hace énfasis que no se superarán los beneficios para empresas foráneas. Un reto de las economías es propiciar un ambiente de prosperidad para satisfacer las necesidades de un conglomerado, donde se garantice seguridad y confianza para multiplicar el capital inicial aportado, basándose en las teorías de algunos autores: Deusto (2006); Hurtado (2012); Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2000), entre otros. La metodología utilizada es de tipo documental; el diseño de la investigación es de campo, no experimental y transaccional.

PALABRAS CLAVE: Gestión de negocios, oportunidades de negocios, garantías constitucionales.

INTRODUCCIÓN

En un ambiente donde todos eslabones que conforman el sistema económico, productivo, social, político, deben funcionar e ir en balance con sus homólogos a nivel mundial, para así satisfacer las necesidades y brindar seguridad en el goce de sus derechos y la construcción de un futuro sólido e integral. El Estado garantizará estabilidad y seguridad, fijando pasos a seguir en lo referente a materia económica para así crear un entorno confortable y prometedor donde día a día se fortalezca el aparato productivo de una nación, donde todos los ciudadanos aporten de diferente manera a su consolidación y bienestar a futuro.

Para respaldo de todas las actividades dirigidas al bien de la población, se debe resaltar el protagonismo del hombre como actor que impulsa el alcance de todas las obligaciones bajo parámetros reglamentados por leyes, tratados o convenidos internacionales, organismos y algún otro ente que participe en el cuidado y tutela de todas las personas y grupos para el libre goce de sus derechos fundamentales, en marco de un Estado de Derecho que les garantice su ejercicio y apoyo en caso de su vulneración.

Bajo esas premisas, el acto jurídico tiene tendencia a la protección ya que prevalece el derecho de sancionar en caso de producir efectos de la manifestación

de voluntades cuando se crea, modifica, coarta o extingue el derecho; es decir, que se dé o derive una alteración de las relaciones jurídicas preexistentes y se busque blindar.

En este aspecto, resalta el principio de la justicia proporcionando una plataforma orientada a brindar con mayor facilidad, el camino para hacer valer los derechos e intereses de cada individuo, enmarcado en un clima de confianza y otorgar credibilidad para impulsar la economía hacia una vía de progreso, siendo una de las herramientas para llevar a cabo la gestión de negocios sustentada en una base jurídica y con índices bajos de incertidumbre.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS DE LAS NEGOCIACIONES DE ORGANIZACIONES PRESTADORAS DE SERVICIOS ESPECIALES EN LA INDUSTRIA PETROLERA VENEZOLANA

La base fundamental de toda acción, está enmarcada en la plenitud del ordenamiento jurídico, considerando lo que sustenta por tener valor de justicia y definirse como positivo o negativo. Más sin embargo, sirve de soporte y guía para establecer el fundamento jurídico cuando este se haga presente por contener elementos que sirven como estrategias para la transformación en pro del bienestar social, económico, moral, psicológico de un conglomerado.

Por tanto, la necesidad del ser humano de crear un ambiente propicio para llevar a cabo actividades que le benefician, se vale de la actividad comercial para desarrollarla y llevarla a cabo a través de la negociación, haciéndolo con normas y disposiciones para así, tener un panorama donde el campo de acción sea conocido, con el propósito de cumplir los objetivos propuestos y sostenibles en el tiempo.

Luego de la Segunda Guerra Mundial, en 1944, que nace la formación de la Organización Mundial del Comercio. Para tales efectos, se acordó un sistema monetario y nacieron el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial dando origen a otra institución destinada a la cooperación económica internacional denominada Organización Internacional del Comercio (OIC) la cual no fue concretada en ese momento y en sustitución surge el GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) para soportar todo en materia de tarifas y el comercio, con vigencia desde 1948 hasta 1995. Su finalidad es regular el comercio internacional, reducir los aranceles y eliminar medidas proteccionistas que para aquel entonces, estaba afectando a casi la quinta parte del comercio mundial.

Dicha oficialización se llevó a cabo en Cuba y denominándose “Carta de la Habana” formado por 23 países (12 de ellos industrializados y 11 en desarrollo) con oposición del Congreso de los Estados Unidos de Norteamérica y no fue sino hasta 1950 cuando se adhirió, ratificando la Carta de la Organización Internacional del Comercio y se le da por concluidas las negociaciones para su formación. El texto básico se mantuvo sin modificación alguna por casi cincuenta años, pese a que se llevaron a cabo varias rondas de negociaciones que dieron origen a acuerdos de importante reducción arancelaria, acuerdos antidumping, temas de barreras no arancelarias, para 1994 se ofició la última ronda del GATT, dando apertura a la Organización Mundial del Comercio.

Como exigencia de la globalización económica, las necesidades para principio de los años 80 habían cambiado, mostrando el panorama económico mundial fuerte crisis tipificada en elevadas tasas de desempleo y cierres de fábricas, notorios en Europa Occidental y América del Norte, por ello se trató el tema de aplicación de barreras no arancelarias, ayudas económicas para productos agropecuarios y tratados bilaterales con socios comerciales. El comercio de servicios cobró una gran relevancia, incrementando las inversiones internacionales, acuerdos de cooperación entre naciones.

Siendo el objetivo primordial de la OMC, eliminar obstáculos del comercio para que las corrientes comerciales circulen con la máxima libertad posible, adicional a ello, funge como facilitador para solucionar si existiere diferencia alguna en la interpretación de los contratos y acuerdos celebrados, en los países que lo conforman. En la actualidad, la Dirección General de este organismo es ocupada por Roberto Azevedo, quien está ocupando el cargo por desde Septiembre de 2013 en período de cuatro años.

Por la complejidad y gran gama de temas que competen a la actividad, enmarcados desde las actividades primarias como lo son la agricultura, ganadería hasta la propiedad intelectual, banca, gerencia pública, ambiental, textiles entre muchos otros, han sido establecidos principios que regulan el sistema multilateral de comercio, siendo estos: comercio sin discriminación, comercio más libre de manera gradual mediante negociaciones, previsibilidad mediante consolidación y transparencia, fomento de una competencia leal y la promoción del desarrollo y la reforma económica (Montilla, 2007). Siendo relevantes todo lo relacionado con el sector primario para solapar su desarrollo y asegurar el futuro en pleno funcionamiento.

Por otra parte, la globalización en los negocios se apoya en el Centro Internacional de Arreglos de Diferencias relativas a Inversiones (CIADI), un instituto del Grupo del Banco Mundial creado en el año de 1966, con la finalidad de propiciar la solución de disputas entre gobiernos y otros Estados, dotando a la comunidad internacional con una herramienta capaz de promover y brindar seguridad jurídica a los flujos de inversión internacionales. Entre sus funciones se establece que el Centro facilitará la sumisión de las diferencias relativas a inversiones entre Estados Contratantes y nacionales de Otros Estados Contratantes, a un procedimiento de conciliación y arbitraje. (Rodríguez, 2015).

El CIADI funge como organismo donde se ejecutan transacciones internacionales y también organizaciones empresariales, entre ellas muchas Cámaras de Comercio. En la actualidad los miles de empresas que agrupa proceden de más de 130 países y se organizan como Comités Nacionales en más de 90 de ellos. Un año después de la creación de las Naciones Unidas, la CCI obtuvo el rango de organismo consultivo del más alto nivel ante la ONU y sus agencias especializadas. Es también ente consultivo privilegiado de la Organización Mundial de Comercio, del Fondo Monetario Internacional, del Banco Mundial, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Comisión Europea, etc.

En esta misma corriente, está otra organización empresarial que surgió en 1919 en Francia a fines de afianzar lazos económicos es la Cámara de Comercio Internacional (ICC), la cual posee una personalidad propia y su naturaleza jurídica es asociativa. Siendo sus fines estatutarios básicos el actuar a favor de un sistema de comercio e inversiones abierto y crear instrumentos que lo faciliten, con la firme convicción de que las relaciones económicas internacionales conduzcan a una prosperidad general y a la paz entre los países. (Rodríguez, 2015).

En Venezuela, según la Pirámide de Keltzen, la normativa de los negocios viene reglada primeramente por la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (CNRBV) y luego por los decretos, tratados, leyes orgánicas, leyes ordinarias, ordenanzas, contratos colectivos, convenios y reglamentos que soportan la actividad. La Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela es considerada como de mayor peso en la normativa legal y primera en el orden jerárquico del sistema jurídico, por lo que contempla un conjunto de normas, materia de estudio en la presente investigación para así complementar a la gestión de negocios como eje en las organizaciones de servicios especializados de la industria petrolera dentro del territorio nacional.

En este sentido, en su artículo 2 reza que este país constituye en un Estado democrático y social de Derecho y de Justicia, que defiende la vida, libertad, justicia, igualdad, solidaridad, democracia, responsabilidad social y sobre todo los derechos humanos, la ética y el pluralismo político, lo que le atrae al inversionista a materializar sus negocios bajo un ambiente que le proporcione seguridad y protección en materia jurídica y se complementa con el artículo 3, que garantiza la defensa y el desarrollo de la persona, respetando su dignidad y la voluntad popular para construir una sociedad justa y amante de la paz, brindando prosperidad y bienestar basado en principios, derechos y deberes, especialmente para la educación y el trabajo.

En este orden de ideas, también se establecen principios que sustentan el sistema referente a la economía y el Régimen socioeconómico. En su artículo 299, contempla la justicia social, democratización, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, asegurando el desarrollo humano integral con una existencia digna y provechosa para la colectividad. Se da participación a la inversión privada como contribución del desarrollo armónico de una economía generadora de fuentes de trabajo, posea un alto valor agregado nacional, que incremente el nivel de vida de la población y fortalezca la soberanía económica nacional. Por su parte, se garantiza la seguridad jurídica en el crecimiento de la economía, a través de una planificación estratégica democrática participativa y de consulta abierta.

Aunado a ello, aparecen establecidas normas reguladoras para asegurar los recursos invertidos y en defensa de las actividades económicas públicas y privadas, también en caso de estar constituidos con fondos nacionales o foráneos, ser vigilante en cuanto a los beneficios de la inversión extranjera no sean superiores a los otorgados para los nacionales citado en el artículo 301 de la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.

Para finales del año 1973 se adoptó un régimen común de tratamiento a los capitales extranjeros, conocido como Acuerdo de Integración Subregional o Acuerdo de Cartagena y nace un organismo regulador que se encargará del control de las Inversiones Extranjeras y la Transferencia de Tecnología en el país y da paso a la Superintendencia de Inversiones Extranjeras (SIEX) organismo de protección de la propiedad industrial, la cual es respaldada por su Ley de Propiedad Industrial vigente a partir del año 1956. En la actualidad, la Superintendencia de Inversiones Extranjeras, SIEX, se encuentra adscrita al Ministerio del Poder Popular para el Comercio, MINCOMERCIO, creado el 22 de abril de 2009, del portal Superintendencia de Inversiones Extranjeras, SIEX, (2015).

Para la parte del sector petróleo, target de interés en este estudio y en el cual operan una serie de empresas de capital extranjero, el Estado se reserva el derecho de llevar a cabo las actividades de exploración y explotación de hidrocarburos en cualquiera de sus presentaciones y la recolección, transporte y almacenamiento que sean requeridos por razones de soberanía, desarrollo e interés de la nación y en los últimos años ha puntualizado en lo referente a las gestiones realizadas en la Faja Petrolífera del Orinoco, ubicada en la región Oriental, con la finalidad de desarrollar el negocio gasífero, en pro de la justicia social .

En este sentido, el sector gasífero ha tomado mucho auge en los últimos años en nuestro país y es un negocio muy cuidado, siendo sus actividades y las de hidrocarburos ejecutadas por el ordenamiento de forma directa del Ejecutivo Nacional o a través de organizaciones bien sean de su exclusiva propiedad, como es el caso de PDVSA o a través de empresas de capital mixto en las cuales el Estado tenga el control, sumado a la mayoría en acciones (artículo 302 Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2000).

Para este año, la producción en la Faja del Orinoco “Hugo Chávez Frías” marca récord, PDVSA logra récord histórico de producción al superar durante febrero los 300 mil barriles diarios (MBD) direccionado a alcanzar la cifra de un millón 400 mil barriles diarios para el cierre del año en curso. (Cámara Petrolera Venezolana, 2015).

GESTIÓN DE NEGOCIOS EN ORGANIZACIONES DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA LA INDUSTRIA PETROLERA

Con apoyo del Artículo 112 de la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, inicia la descripción de los Derechos que tiene todo inversionista para llevar a cabo cualquier actividad económica en el territorio nacional, puntualizando que “Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país”.

Los requerimientos mundiales están direccionando a la planificación en momento real de tácticas y estrategias dirigidas al cumplimiento de metas y objetivos que aporten ventajas competitivas para la producción y realización de mejores negocios, en la búsqueda de satisfacer las necesidades presentes y mantenerse en el mercado (Robbins, 2009).

En este aspecto, la acción de atraer inversiones y la creación de oportunidades de negocios, debe estar sustentada en un marco jurídico, generador de la confianza y de poca incertidumbre. Las oportunidades de negocios crean un valor significativo para los consumidores, ofreciendo un beneficio potencial ajustado al riesgo significativo acorde con las actividades del equipo directivo, el cual debe considerar ser potencialmente rentable en un período de tiempo razonable y con posibilidades de responder ante financiamientos (Deusto, 2006).

En el mundo de los negocios se hace necesario realizar una investigación acerca de todas las oportunidades existentes, previo a su establecimiento para consolidar la inversión. Así mismo, tener cautela de posibles errores para maximizar las ganancias; el tiempo también es considerado un aliado muy importante en este proyecto. La calidad está inmersa, por lo que los servicios y productos que se ofrezcan deben ser sigilosamente revisados antes de ser colocados en el mercado y entrar en la competencia.

Una vez identificadas las potencialidades y limitaciones, enfocadas en las necesidades, deseos, gustos e intereses insatisfechos se procede a ofertar, siempre y cuando esté latente la petición para que sea bienvenido y pueda entrar con mayor facilidad a formar parte de la gestión de negocios y pasar al abanico de opciones para la sociedad consumidora y alcanzar el éxito.

Para el éxito de cualquier negocio es necesario el cumplimiento de cuatro fases que van desde la planificación del proyecto hasta su culminación, considerándose lo que se va a negociar, un proyecto, que tiene inmersos la definición y organización, planificación, gestión y ejecución y el término del mismo; fases las cuales determinarán su éxito o fracaso; unido a ello, están las habilidades de la buena gestión, que viene dada por la motivación al talento humano, incluirlo en el proyecto para que se identifique y forme parte de él, de acuerdo a investigaciones de Harvard Business School Publishing Corporation.

En un país de cultura negociadora, donde la agricultura tuvo un gran auge y permitió la apertura del sector petrolero, siendo las actividades de explotación y exportación de petróleo realizadas por parte de compañías extranjeras por poseer tecnología, mano de obra, conocimientos oportunos, comenzó a desarrollarse vorazmente el negocio, dominando los demás sectores económicos del país, dejándose a un lado el sector agrario que era generador de mayores divisas y que mantenía en consonancia el sistema económico hasta las primeras décadas de los años 1900 (Citado por Hurtado 2012, tomado de Arturo Uslar Pietri, 1936).

Basándose en este nuevo recurso como potencial originador transitorio del incremento de las arcas de nuestro país, muchas empresas extranjeras han venido participando en actividades relacionadas con la industria petrolera venezolana,

siendo sus aportes relevantes para el desarrollo de la tecnología y cultura requeridas para impulsar y mantener a través del tiempo operativa la actividad de exploración y explotación de este importante recurso, denominado coloquialmente el Oro Negro.

Con el transcurrir del tiempo han cambiado las condiciones y reglas para negociar y desarrollar las actividades de servicios petroleros dentro del territorio nacional, siendo hasta poco después del año 2000, cuando la cartera de inversores extranjeros era muy variada y los productos que ofrecían eran de gran diversidad; más sin embargo, para el año 2007 y con menos empresas de capital extranjero dentro de nuestro territorio, la merma de la actividad en la zona Occidente por resolución gubernamental, se abren las puertas a mostrar el nuevo potencial gasífero, invitándose a los inversionistas foráneos a formar parte de este fascinante y encantador proyecto, ubicado al norte del Río Orinoco con una extensión de 55,314 km².

Según el portal Ingeniería de Petróleo (2013), la Faja Petrolífera del Orinoco posee 1,36 billones de barriles de crudos en reservas, tiene capacidad para producir 10 millones de barriles diarios de petróleo y es rica en gas. Este gran proyecto está siendo liderado en conjunto con China y Rusia, países que participarán en los cuatro bloques que la componen: Boyacá, Junín, Ayacucho y Carabobo en los espacios que colindan con los estados Guárico, Monagas y Anzoátegui.

CONCLUSIONES

La gestión de negocios y sus oportunidades fomentan una plataforma viable para el éxito de las organizaciones, siendo de vital importancia el soporte legal que enmarque las relaciones para consolidación de los negocios y que el futuro de las inversiones sean sostenibles a través del tiempo. Si bien es cierto, la conducción de la gestión de negocios es una labor muy compleja pues demanda muchos vértices que deben ser abordados haciendo de ello un proceso continuo, enfocado cubrir las necesidades imperantes en el ámbito.

Toda inversión debe mantener e incrementar la producción de bienes y servicios generando bienestar monetario y social, siendo su campo de acción cubierto con las leyes y regulaciones pertinentes y a través de organismos y asociaciones de competencia con el sector económico.

Asimismo, la sostenibilidad del aparato productivo genera día a día mayores oportunidades de negocios y el aumento en la tasa de socios inversores, comprometidos y dispuestos a apalancar la gestión en un ambiente favorable que impulse la economía y el desarrollo de conocimientos, tecnología y cultura de negocios en todos los ámbitos, contribuyendo a hacer más atractivo el entorno y solidificar las relaciones en las partes involucradas de la actividad de exploración y explotación tanto de capital nacional como extranjero.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cámara Petrolera de Venezuela (2015, Marzo) PDVSA alcanza récord de producción en la Faja del Orinoco. RESUMEN DE PRENSA . [en línea]. Disponible en: <http://www.camarapetrolera.org>. [2015, 02 de Marzo].
- Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2005). [En línea]. Venezuela. Disponible en: <http://gebolivar.ebolivar.gov.ve/gebolivar/documents/Generales/DocumentacionRequerida.pdf>
- Deusto (2006). Como crear una empresa exitosa: técnicas y consejos esenciales para empezar. Barcelona: Harvard Business School Press de Boston.
- Fuentes, C y Rojas, F. (2005) Promover la seguridad humana: Marcos éticos, normativos y educativos en América Latina y el Caribe. Paris: UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001389/138940S.pdf>.
- González W, Indriago F, Noroño J, Rodríguez R y Sarcos H. (2015, Abril). Criterios Fundamentales de la Tributación Nacional e Internacional. Ponencia presentada en cátedra Fundamentos Jurídicos Organizacionales. URBE, Maracaibo.
- Harvard Business Publishing (2009). Crear un plan de negocios. [en línea]. Chile: Impact Media Comercial, S.A. Disponible en: <https://books.google.co.ve>
- Hurtado B, Medina Y, Pereira R y Rengifo L (2012). Sembrar el Petróleo en Venezuela. Crítica constructiva publicada por Arturo Uslar Pietri. [En línea]. Caracas: Universidad Simón Bolívar. Disponible en: <http://hemerotecavirtualesembrarpetroleo.blogspot.com/>
- Ingeniería de Petróleo (2013, Marzo) Faja Petrolífera del Orinoco en la actualidad. Disponible en: <http://www.ingenieriadepetroleo.com>. [2013, 09 de Marzo]
- Montilla, F (2007). Organización Mundial del Comercio. **ZONA ECONÓMICA**. Disponible en: <http://www.zonaeconomica.com>.
- Organización Mundial de Comercio. <https://www.wto.org> (2015, 29 de Abril)
- ROBBINS, S. (2004) Comportamiento organizacional. México: Editorial Pearson Educación. 10a edición Superintendencia de Inversiones Extranjeras (SIEX). <http://www.sieux.gob.ve>. (2015, 29 de Abril)
- Torres (2013) Metodología para la planificación de las oportunidades de negocios en el sector textil del Estado Zulia. Tesis de Maestría Gerencia Empresarial, URBE. Maracaibo.

E-COMMERCE SOCIALMENTE RESPONSABLE: EL NUEVO RETO DE LOS NEGOCIOS VIRTUALES

Díaz Urdaneta Yénice
abg.yenicediaz@gmail.com

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE

RESUMEN

El propósito de este estudio está dirigido al abordaje teórico conceptual del E-Commerce socialmente responsable como el nuevo reto de los negocios virtuales, haciendo énfasis en los desafíos que enfrentan las organizaciones para cumplir con las exigencias de la Responsabilidad Social aplicada a la era virtual, mostrando en tal sentido referencias preliminares y aspectos puntuales de la temática que destacan lo relativo a sus características, dimensiones, y las herramientas que

deben aplicar las organizaciones para lograr que el E-commerce sea socialmente responsable. Sobre tales puntos descritos, se detallan bases autorales, doctrinarias, legales, que permitieron orientar este trabajo en la consecución de los resultados. El tipo de estudio es documental, de análisis, realizado bajo el paradigma cualitativo, a través de la observación directa y la lectura referencial. Asimismo, para la obtención de resultados se aplicó la dogmática y hermenéutica jurídica, como métodos propios de análisis de investigaciones jurídicas, encontrándose que la tendencia del e-commerce frente al consumidor será cada vez más exigente con la calidad de productos y servicios, obligando a las organizaciones a adaptarse a estos nuevos cambios, aplicando criterios medioambientales y sociales a fin de asegurar el bienestar a largo plazo de los productos y servicios, prevenir daños medioambientales y apostar al bienestar general de la sociedad. No obstante se observaron algunas acciones no contundentes para minimizar los problemas evidenciados en cuanto a la resistencia de algunas organizaciones a tales transformaciones, y sobre todo en lo atinente a las herramientas que sirven de apoyo a las organizaciones para poner en práctica la responsabilidad social, las cuales están referidas a los códigos de ética y de conducta, al juicio moral, a la sustentabilidad, a la culturización digital y al emprendimiento, todas las cuales pueden ser enfocadas a la implementación de la responsabilidad social por parte de los negocios destinados al comercio electrónico.

PALABRAS CLAVE: E- commerce – Responsabilidad social – reto – negocios virtuales

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el uso de las tecnologías de información y la Internet ha superado las barreras comunicacionales, y su impacto ha transformado incluso las relaciones mercantiles, por ello los negocios, las relaciones comerciales y las organizaciones dependen menos que nunca de la implantación territorial y de los horarios comerciales. Cualquiera puede realizar una operación de compra o venta en cualquier momento y desde cualquier lugar del mundo indistintamente dónde se encuentre físicamente la empresa, organización y su destinatario.

Esta eliminación de barreras físicas gracias a la tecnología es una oportunidad que tienen las organizaciones para practicar el e-Commerce, siendo también una oportunidad para crear una sociedad cuyas empresas expandan sus capacidades, pudiendo generar negocios no solo que permitan ampliar sus mercados, además de aportar al e-commerce un aspecto positivo al hacerlo socialmente responsable.

De allí que en este artículo se realice un análisis sobre la caracterización del e-commerce en la actualidad, sus dimensiones y los retos que debe enfrentar para lograr que este sea socialmente responsable, utilizando las organizaciones algunas herramientas proclives al logro de los fines sociales en mención, y no meramente de cumplimiento de aquellos propósitos de comercio, como usualmente ha sido hasta ahora; siendo relevante para las empresas apoyar e impulsar un fuerte desarrollo del e-commerce, pero en aras de lograr un aporte a la sociedad de la cual se beneficien.

IDEAS PRELIMINARES

El e-commerce o comercio electrónico se constituye en un nuevo sector comercial unido a las redes sociales para crear un tándem de lo más lucrativo. No es novedad que el e-commerce en Latinoamérica es una instancia cada vez más frecuente entre los consumidores y que hoy en día representa una industria en crecimiento, que está formando sus pilares para consolidarse, como lo afirma Consuelo Pi (2014). No obstante, considera la mencionada autora, el reto de algunos países para convertirse en un referente del e-commerce a nivel mundial, lo cual tiene relación con varias aristas que esta instancia genera, sobre todo para los oferentes.

Es así como, en primer lugar, desde el punto de vista tecnológico, se deben mejorar las plataformas donde el comercio electrónico se desarrolla; asimismo, hay pocas alternativas de pago en línea, por lo que la experiencia de compra también se podría ver afectada en ese momento si hay una alta demanda y deseos de finalizar la adquisición, dañando seriamente la experiencia del usuario y bajando las probabilidades de que este vuelva al sitio a generar una transacción.

Por otra parte, con relación al mercado laboral, el desafío lo toman aquellas organizaciones que desarrollan capital intelectual para el mundo del comercio electrónico. Por una parte, están las universidades que, en algunas oportunidades no tienen dentro de sus programas académicos ramos que estén enfocados a enseñar cómo desempeñarse frente a las nuevas tecnologías, por lo que el mercado nacional presenta escasez de profesionales egresados tanto para el área comercial como para el ámbito técnico de e-commerce.

Por otra parte, en el área empresarial, el asunto es distinto al momento de hablar de desarrollo de mercado laboral para el e-commerce, porque son las organizaciones las que por motivos de movimientos en el mismo mercado, han tenido que ir adaptando sus fuentes de generación de capital para no quedar fuera de la vanguardia; lo que en algunos casos, las hace resistentes a la puesta en práctica de aquellas acciones que con la evolución de la figura van resurgiendo, como la praxis de la responsabilidad social empresarial, puesto que la misma conlleva ciertos ajustes empresariales para lograr los cometidos propuestos.

Cabe destacar en este punto, a la vez, que en el contexto actual de los negocios, la función del marketing digital ha quedado muy limitada. Ante los reclamos que el consumidor y la sociedad en general le plantean, el marketing digital se ve obligado a ampliar su función para incluir no solo los deseos de corto plazo del consumidor, sino también sus intereses de largo plazo y los de otros grupos impactados por esa actividad incluyendo los sectores de la sociedad que buscan generar un comercio socialmente responsable.

Así, la competencia entre las empresas por la preferencia del consumidor va a ser cada vez más dura. El consumidor será más exigente con la calidad de los productos y servicios e irá agregando, poco a poco, nuevos criterios medioambientales y sociales en sus decisiones de compra. Esto significa que, ante alternativas de productos funcionalmente similares y de servicios equivalentes, el

consumidor va a elegir aquella que mejor proteja sus propios intereses económicos, vele por su bienestar a largo plazo, prevenga daños medioambientales y aporte al bienestar general de la sociedad.

De allí que solo las empresas que demuestren un compromiso genuino con el bienestar del consumidor y contribuyan a mejorar la calidad de vida de la sociedad, conquistarán los mercados, se ganarán la confianza y lealtad de los consumidores a largo plazo. Ello, porque lograrían un posicionamiento con base en la conciencia social, además de adecuarse a las normas nacionales e internacionales cuyas exigencias tienen por norte la contribución a la sociedad en la cual se insertan.

CARACTERÍSTICAS DEL E-COMMERCE FRENTE A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En el ámbito mundial, la modernización mercantil ha estado signada por el ejercicio del comercio electrónico, frente a un proceso de globalización, que permite competir a gran escala a los países dispuestos a romper paradigmas y enfrentarse a eras más flexibilizadoras, menos complejas y más competitivas a nivel organizacional.

Esa mundialización, aldea global o universalismo, que invade los ámbitos políticos, sociales, económicos, también se inserta en el intercambio de bienes y servicios en el mundo, a través de las redes informáticas de Internet, como contacto innovador entre personas y empresas de distintos lugares del mundo.

Así se desprende de lo señalado por Castro, Rivera y López (2013), quienes señalan que el Comercio electrónico se caracteriza por ser una combinación de la tecnología con el Internet para ampliar las transacciones; enfocado en la venta de productos con un cliente final, a través de un sitio Web facilitado al cliente con la foto del producto, precio, medidas, para una mejor elección; donde se indica su forma de pago, mediante un formulario que permite hacer el pedido, facilitando los datos del comprador para la entrega del producto y captura del número de tarjeta de crédito, pudiendo con ello realizar la compra deseada.

De lo planteado es posible inferir que el comercio electrónico se crea bajo esa égida o patrocinio tecnológico, pudiendo en tal sentido, en materia de responsabilidad social, romper las barreras internacionales, fusionando comerciantes y clientes que cohesionen su hacer en aras de desarrollar proyectos de manera estratégica y corporativa, a fin de poder superar el desequilibrio social, la carencia de justicia y equidad, producto de la pérdida progresiva de valores, del compromiso de las instituciones y del colectivo social donde se encuentran ubicadas. Así se deduce de los planteamientos de Díaz (2008), quien, en este sentido, define la responsabilidad social como la dimensión ética que toda organización o institución debería tener como visión y que debería promover en su actividad diaria.

Esa misma dimensión ética de la responsabilidad social representa la capacidad de las organizaciones y sus actores, para repensar su misión, centrándola en las exigencias internas en pro del beneficio común, que pueda ser medida en factores ético-morales y en base a las exigencias normativas que deriven

de la planificación estatal y las regulaciones institucionales internas.

Tal como lo plantea Chiavenato (2005), esta responsabilidad social significa el grado de obligaciones que una organización asume por medio de acciones que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad, a medida que tratan de satisfacer sus propios intereses, que en el caso de las empresas dedicadas al comercio electrónico se convierten en lucrativos.

Esto es así, porque a nivel mundial, las sociedades están caracterizadas por cambios constantes en razón de su devenir histórico, de la globalización y la apertura económica; de allí que las organizaciones políticas, económicas, sociales, educativas, culturales, deban contar, tal como lo plantea la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2005), con un personal altamente efectivo que maximice su producción y productividad, pero no solo minimizando los riesgos, desventuras, ataques, problemas en general por los cuales atraviese la entidad de la cual se trate, sino adecuando sus fines a los propósitos colectivos, a los fines empresariales de responsabilidad social.

Ahora bien, destacan Castro y otros (2013) que el Comercio electrónico presenta como características, a la vez, la privacidad, autenticidad, reducción de errores, tiempo y sobre-costos en el tratamiento de la información, aunque los problemas en estos negocios sean igualmente variados, destacando entre ellos, la realidad virtual a la que son sometidas las compra-ventas, además de la ubicación del hecho imponible, la duda sobre cuáles leyes deben aplicarse, qué autoridad tiene jurisdicción para resolver las dificultades presentes, entre otros aspectos.

En este sentido se observa que su caracterización alude a factores específicos que se convierten en ventajas, como la reserva e intimidad en el contrato realizado, así como la legitimidad en las acciones ejecutadas, la capacidad de respuesta, la celeridad en la tramitación, reduciendo los sobre-costos; todo lo cual haría posible el acercamiento del usuario con la empresa en línea, pudiendo desde esa perspectiva concebir propuestas de responsabilidad social.

En este mismo sentido, refiere Arias (2006) que el desarrollo de la tecnología y las telecomunicaciones, han creado a su vez estas nuevas formas de comercio, en las cuales se destaca la simbiosis entre el comercio electrónico y la mundialización. Pero, ante esto, es necesario resolver problemas fundamentales relativos al acceso y la información válida, además del registro de datos, el diseño y perfeccionamiento de programas informáticos, el procesamiento de documentación comercial, formularios y la contabilidad; de lo cual es posible deducir que si bien se crea sobre la base de una plataforma tecnológica, esta debe ser adecuada a las exigencias que el mismo negocio virtual comporta, de manera que puedan producirse los fines para los cuales se creó.

En este sentido, Hernández (2009) afirma sobre el particular, que se está en una época que sitúa al individuo, los mercados y las naciones, frente a un nuevo paradigma tecnológico que evoluciona todas las formas de hacer negocios y comercio hasta hoy utilizadas. Se está frente a un desarrollo que es el centro del proceso de globalización y que le da a la tecnología una vez más la batuta como

instrumento de desarrollo económico-social. Este cambio de patrón tecnológico, que revoluciona las comunicaciones, la manera de hacer negocios, comprar, vender, brinda nuevas herramientas para la salud, educación, comercio.

De allí se infiere la posibilidad de incluir la ejecución de acciones de responsabilidad social empresarial, pero este concepto en la actualidad exige implementar en las empresas nuevos valores que se imponen a los anteriores, y a los cuales se une también, el servicio a la sociedad. Este cambio facilita que el empresario esté en capacidad de tener en consideración ya no solo sus logros personales, sino los logros del resto de los miembros de la empresa y los del conglomerado social en el cual esté inserta, por ser esta misma sociedad quien la posiciona en el mercado; lo que se convierte en un motivo de contraprestación a su apoyo.

De lo descrito cabe deducir que el Comercio electrónico, también llamado Com-E, si bien abre un sin número de ventajas toda vez que permite pasar de actores pasivos a activos y logra la democratización de la información; exige dar un salto cualitativo (leap frog) de acceso a nuevas tecnologías que por sus características permitiría estar al frente de un nuevo desafío o paradigma para impulsar el desarrollo social y comunitario.

Sobre esta base, pudiera definirse el comercio electrónico como una herramienta que propicia oportunidades de beneficio para el desarrollo de la economía privada empresarial, pero también de la economía nacional, así como su inserción en las redes del comercio mundial; desde donde puede forjarse como una vitrina comercial global de gran oportunidad para los sectores productivos de los países en desarrollo, toda vez que permite ser partícipes reales del mercado mundial.

Cabe destacar que en aras de reafirmar la importancia del Comercio Electrónico y su potencial para crear nuevas oportunidades para el comercio y el desarrollo, los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) han acordado que se deben aplicar las disciplinas de la OMC, particularmente los compromisos que se desprenden del Acuerdo de Servicios, sobre algunas ventajas de las empresas dedicadas al comercio electrónico.

En este sentido, tales países han acordado continuar la práctica de no imponer impuestos de aduana a las transmisiones electrónicas, así como evitar medidas que puedan desestimular el auge y crecimiento del medio. En tal sentido, un país como Venezuela debe, sin restricciones, estimular las inversiones en estos sectores, propiciar medidas que contribuyan a reducir los costos de acceso a Internet y de esta manera el desarrollo de una infraestructura de la Información Global. Esto es así, porque un estado con cara al futuro, debe propiciar la cultura de estas tecnologías a través de un proceso educativo agresivo, que llegue a todos los sectores de la población por cuantos medios posibles estén al alcance.

DIMENSIONES DEL E-COMMERCE SOCIALMENTE RESPONSABLE

La presente investigación busca identificar la existencia de una correlación entre la dimensión empresarial y el E-Commerce socialmente responsable. En cuanto a la Responsabilidad Social, es un sistema de gestión que define al desarrollo sostenible como el nuevo objetivo empresarial, alcanzable mediante la gestión de tres dimensiones: la económica tradicional, la dimensión medioambiental y la dimensión social.

Así se infiere de lo planteado por Henderson (2006) quien, a este respecto, afirma que para alcanzar la sostenibilidad, las empresas tienen que dirigir sus asuntos en estrecha conexión con una serie de colaboradores, adoptando una ciudadanía corporativa para definir objetivos, medir su rendimiento y auditar de forma independiente los resultados obtenidos en relación con las tres dimensiones. Es decir, la información de las políticas, acciones y resultados de las tres dimensiones de la Responsabilidad Social, deben comunicarse eficazmente para que los stakeholders puedan evaluar el desempeño de la empresa y tomar decisiones en sus ámbitos de interés.

A su vez, las nuevas tecnologías y el Internet, plantean nuevos retos para las exigencias de la Responsabilidad Social. La colonización de Internet por parte del business ha determinado el fracaso de los mecanismos de autorregulación que funcionaban anteriormente. De ahí que se haga necesario el diseño del e-commerce, así como el Distintivo de responsabilidad social en Línea. Todo ello revestido de un tinte social que ayudará a prestigiar más a la propia empresa y los negocios que se lleven a cabo. Con ello, es posible inferir que la reivindicación de la Responsabilidad social en la web reviste de un plus de legitimidad a las empresas.

Ha de considerarse también en este punto que, por su propia naturaleza, los E-Commerce, son instrumentos ágiles y permiten flexibilidad, estas características facilitan una difusión dinámica de contenidos especializados orientados a diferentes públicos. La utilización de los E-Commerce fortalecerá el principal beneficio de la Responsabilidad Social percibido por empresas y los stakeholders, que son la mejora de la imagen y el prestigio de la empresa o marca, le siguen por orden de importancia las valoraciones del impacto y el nivel de satisfacción social.

Ahora bien, debe enfatizarse que, con base en las dimensiones nombradas, vale decir, la económica tradicional, la dimensión medioambiental y la dimensión social, esta responsabilidad social requiere ser adoptada en la empresa en línea, desde la perspectiva de la inversión de recursos humanos, materiales y financieros; desde el enfoque de la concienciación del cuidado, preservación y mantenimiento del medio ambiente, y desde la visión de la inteligencia social, por la cual se creen vínculos con el conglomerado de la sociedad donde se pretenda el posicionamiento de la empresa de comercio electrónico. Todo, en términos individuales, grupales o institucionales, donde los seres de manera libre y activa, asuman el compromiso,

Asimismo, este compromiso implica estar consciente de la necesidad de involucrarse en una causa, ya que los problemas sociales no se resuelven con acciones caritativas, que solo dan atención a los síntomas, sino atacando sus verdaderas raíces, lo cual implica una suficiente inversión social que permita un avance de toda la sociedad.

Es así que, esta responsabilidad social, de acuerdo a lo señalado por Chiavenato (2005), contempla en sí misma factores éticos y normativas que requieren ser cumplidos; y se pone de manifiesto en la vivencia o valores éticos que deben ser cumplidos a través de los negocios virtuales, mediante la puesta en práctica del espíritu de servicio, donde se infunda no solo la noción de la organización como generadora de riqueza, sino la de ser herramienta de transformación social, que incluya entre sus objetivos el desarrollo y mejora de las comunidades y del entorno social global donde actúa.

HERRAMIENTAS QUE DEBEN APLICAR LAS ORGANIZACIONES PARA LOGRAR QUE EL E-COMMERCE SEA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Existen diferentes herramientas o instrumentos de Responsabilidad social empresarial que permiten implementar prácticas socialmente responsables; entre los cuales se encuentran el código de conducta. Dicho código es un documento que describe los derechos básicos y los estándares mínimos que una empresa declara comprometerse a respetar en sus relaciones con sus trabajadores, la comunidad y el medio ambiente (respeto a los derechos humanos y a los derechos laborales, entre otros).

Así lo plantea Navarro (2007), quien igualmente destaca que el código de ética, es otra herramienta que contiene enunciados de valores y principios de conducta que norman las relaciones entre los integrantes de la empresa y hacia el exterior de esta, una herramienta necesaria es el Informe o reporte de responsabilidad social, preparado y publicado por la empresa midiendo el desempeño económico, social y medioambiental de sus actividades, y comunicado a las partes interesadas de la empresa.

De esta manera, el código de conducta como el código de ética, así como la presentación de informe, que fungen como elementos esenciales para garantizar el cumplimiento de conductas dirigidas a alcanzar la responsabilidad social de la empresa, en el caso de la e-commerce, son esenciales para regular la responsabilidad social su función, ámbito, límites y condiciones, dirigida a todos los integrantes de la empresa como sujetos que reconocen la responsabilidad social como parte importante de la organización.

Debe destacarse en este apartado que en la vida del hombre, los factores éticos, que son propios de la responsabilidad social, se presentan como afectando la conciencia humana, ya que, desde pequeño, el individuo capta por diversos medios la existencia de reglas que rigen su conducta, en forma de consejo u orden; en otros casos una obligación o prohibición, pero siempre con el fin de tratar de orientar, e incluso determinar la conducta humana.

En este sentido, Guédez (2004) expresa que el comportamiento ético no está escrito ni preestablecido en un texto definitivo, que simplemente debe conocerse, respetarse y aplicarse, más bien se inscribe en el margen de lo textual, en lo inédito de las conductas, en la imprecisión de lo no impuesto desde el exterior. Plantea el autor que, mientras las normas están escritas y reclaman cumplimiento, los principios son enunciados abstractos que exigen deliberación y decisión. Por su carácter práctico, en cuanto a disciplina teórica, se ha tratado de ver en la ética una disciplina normativa, cuya tarea fundamental sería señalar la mejor conducta en sentido moral.

Sin embargo, si bien de acuerdo a lo planteado debe deducirse la implicación de la ética en los negocios virtuales de manera natural, espontánea, no puede obviarse que esas mismas empresas virtuales deben adecuar su comportamiento a la norma legal; y en esta se circunscribe el hecho de convertirse en una empresa socialmente responsable, con la consiguiente obligación de generación de proyectos atribuibles al bienestar social, a una mejor condición de vida, a la puesta en práctica de acciones tendentes a la calidad de vida de los entes intervinientes en los procesos de negocios virtuales.

De igual forma, en el criterio de Guédez (2006), se alude al juicio moral, que precede a la conducta y al comportamiento del individuo, el cual se desarrolla cualitativamente, en estrecha relación con el desarrollo de competencias tales como la coordinación de perspectivas y el pensamiento social e histórico, lo cual supone transformaciones en las estructuras de valoración de los sujetos a lo largo del tiempo con respecto a los hechos que le circundan.

Se infiere de lo planteado que el juicio moral se muestra como la capacidad individual para emitir criterios de forma argumentada sobre aquello que está bien y lo que está mal en las conductas humanas, en la propia y en la de los demás; de manera que ese juicio moral se constituiría en una herramienta indispensable al momento de la planeación estratégica de proyectos alusivos a la responsabilidad social, en el entendimiento de lo que está bien, y en aras de la justicia social y de la equidad.

En el mismo sentido, el juicio moral, de acuerdo a lo planteado por García (2002), es un acto mental que afirma o niega el valor frente a una situación o comportamiento; por medio del mismo se pretende la búsqueda de la verdad, y el mismo se pronuncia sobre la presencia (o ausencia) o un valor ético, en una situación o comportamiento concreto.

Cabe destacar, con base en lo descrito, que en materia de responsabilidad social aplicable a los negocios on line, los valores estarían dados, en cuanto a la responsabilidad, a la transparencia, la solidaridad, la lealtad, es decir, la puesta en práctica de un conjunto de principios universales que apoyen la gestión socialmente responsable en el comercio electrónico.

Por su parte, Trujano (2005) también destaca como herramienta la sustentabilidad, que implica el alcance de un desarrollo que permite satisfacer las necesidades y aspiraciones del presente sin comprometer la capacidad de las

futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Esta frase perteneciente al informe "nuestro futuro común", da cuenta de un período en que la especie humana comprende la magnitud de los problemas de índole social que afectan al mundo (tales como hambre, sobrepoblación y el resultado de estos), pero además se reconoce que se vive en un entorno finito, en el cual existen recursos que eventualmente se agotarán.

Resalta el mismo autor, el deber de ser socialmente justo, como la capacidad de poseer control y buen manejo de las consecuencias sociales de la actividad de la organización en todos los niveles: los trabajadores, los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general. Así como poseer la conciencia de un ambiente correcto, debiendo velar por la compatibilidad entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, minimizar el consumo de recursos difícil o lentamente renovables, la generación de residuos y emisiones contaminantes, económicamente factible, debiendo cumplir con ámbitos financieros clásicos.

Además, como elemento interesante señala Trujano (2005), la capacidad de asimilar culturas diferentes, lo que se conoce como "culturalmente aceptado", donde se debe incluir y respetar la diversidad cultural, el patrimonio tangible e intangible y la identidad local. De esta manera, el autor antes señalado amplía la visión de responsabilidad social abarcando conceptos como sustentabilidad, el socialmente justo, el ambiente y la diversidad cultural.

Estos aspectos son parte integrante de un todo responsable que va más allá de un aporte monetario, se trata de un reconocimiento y conciencia que incluya la necesidad de prevenir, de preservar tanto el ambiente como las condiciones y culturas que existen en un espacio determinado, siendo una forma de hacerlo regulando un comportamiento que modele una conducta y genere una actitud que acepte y promueva la responsabilidad social como parte integrante del desarrollo del e-commerce.

De la misma manera, como fórmula innovadora actual, puede afirmarse que una de las herramientas que deben ser usadas por las organizaciones para la puesta en práctica de la responsabilidad social en los negocios virtuales, trata del emprendimiento centrado en las personas, según lo señalado por Díaz (2014). Si bien la misma naturaleza o esencia del e-commerce ya implica de por sí la iniciativa de un emprendedor, esta misma figura gerencial se debe convertir en un instrumento para canalizar acciones en pro de las personas intervinientes y aquellas ubicadas en el centro de posicionamiento local de la empresa en línea.

Expresa en este sentido el autor en mención que el contexto actual en el cual se diversifican las empresas es mucho más complejo y fascinante. Los consumidores han cambiado y los mercados se han vuelto hiper-competitivos. La calidad dejó de ser un factor de ventaja competitiva y siempre hay alguien dispuesto a vender más barato. La publicidad ya no tiene tanta incidencia. Es por ello que hoy en día las organizaciones y empresas deben trascender sus fronteras para satisfacer al principal actor de este proceso en la actualidad y este es el consumidor final.

Es por ello que actualmente los términos responsabilidad social y sostenibilidad, van de la mano por ser necesarios en toda organización que quiera trascender en la esfera global, puesto que el impacto comercial no solo se mide con el nivel de rentabilidad de las empresas sino también con la permanencia en el tiempo y el desarrollo de políticas sostenibles y responsables en todos los niveles organizacionales. Todo ello, puesto que con la expansión de los mercados la competitividad y trascendencia se han desarrollado nuevas herramientas que impulsan los emprendimientos de alto impacto que generan acciones de responsabilidad social.

Algunas de estas herramientas es la llamada Mapa de empatía, la cual ayuda a entender mejor al cliente a través de un conocimiento más profundo del mismo, del entorno en el cual está ubicado, sus carencias, necesidades y fortalezas, además de su visión única del mundo y de sus propias necesidades

Otras herramientas es la referida a la Innovación, la creatividad, pudiendo generar proyectos de responsabilidad social modernos, de vanguardia. Asimismo, se refiere el Customer Development, que es una metodología de validación de mercados que permite a los emprendedores desarrollar productos y crear empresas enfocándose en las necesidades reales de los clientes, lo cual pudiera repercutir en prácticas de responsabilidad social.

Se refiere también el Coworking, que es una modalidad de trabajo en la que los emprendedores desarrollan sus ideas y proyectos en espacios de trabajo colaborativo; esta forma de trabajo cooperativo implica un cambio de actitud en las personas y crea un ambiente interesante para la innovación, lo cual puede hacer generar en los integrantes de la empresa en línea, proyectos novedosos de responsabilidad social.

De la misma manera, es posible aludir a la herramienta de la Culturización digital, la cual se define como la inclusión de las personas que pertenecen a la nueva periferia, según lo afirma Suárez (2013); vale decir, los que aún no son ciudadanos digitales, en estos nuevos escenarios y dinámicas sociales. Es decir, más allá de una simple "alfabetización digital", que sería enseñar a usar herramientas como programas y/o equipos, la culturización digital promueve los conceptos que se han desarrollado a partir de ciertas aplicaciones digitales, que ayudan a los seres humanos a potencializar sus actividades y aspiraciones mediante un uso adecuado de las mismas dentro de una filosofía social.

Esta culturización digital se traduce en la propia sociedad de la información, en el digitalismo, que es el resultado dinámico del desarrollo y expansión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, las cuales inciden fuertemente en la sociedad y en la cultura desde las que nacen modificándolas a su vez profundamente; mecanismos este que pudiera ser puesto en práctica por los negocios virtuales como parte de su aporte social al mundo de los negocios y al mundo tecnológico.

Con base en lo planteado, ha de inferirse que se está ante un reto enorme e interesante, donde el emprendimiento ha de crear valor, solucionar problemas y transformar positivamente el entorno; de allí que en materia de comercio electrónico sea posible poner en práctica herramientas, enfoques y metodologías para la puesta en práctica de la responsabilidad social, que cree mayor valor a su implementación.

CONSIDERACIONES FINALES

El comercio electrónico constituye una de las herramientas de la globalización, que emerge como un nuevo paradigma tecnológico que evoluciona las formas de comercio, ya que a través de él se produce un proceso de desarrollo que se constituye en el centro de la globalización, de la mundialización, y ubica a la tecnología como instrumento de progreso económico-social, revolucionando las comunicaciones, la manera de hacer negocios; es una especie de expansión tecnológica que crea una nueva configuración comercial global.

Ahora bien, ubicar al comercio electrónico como un mecanismo para implementar la responsabilidad social, se constituye en un reto que ha de ser asumido por las organizaciones que ejercitan los negocios virtuales, si se pretende estar en sintonía con las demandas colectivas e incluso con la normatividad exigible a las empresas mercantiles, con fines de lucro.

Con Internet se rompen todas las barreras y se permite una comunicación abierta, todo el que tenga acceso al mismo puede participar de él, sin la necesidad de estar asociado a ningún grupo cerrado y sin la necesidad de conocer a la parte con la que está entablando una comunicación. Esta forma abierta de comunicación hace pensar en una idea de mundialización, es decir un alcance mundial, globalizado, sin límites.

De allí que este comercio electrónico se ha desarrollado vertiginosamente, por lo cual ha debido ser incorporado a los diferentes sistemas jurídicos de los países del orbe; no obstante, no siempre se configuran los elementos imprescindibles que permitan regular las negociaciones de manera efectiva; sin embargo, a ello se deben adecuar en materia de responsabilidad social, con la finalidad de cumplir con los fines socio-comunitarios a los cuales están sometidas las empresas en la actualidad.

De la misma manera, es posible concluir también que se está en presencia de una nueva cultura del Comercio, lo cual brinda un medio para acelerar y simplificar las transacciones de bienes, servicios y especialmente el financiero; que permite globalizar la información sobre la oferta y la demanda. A su vez, permite sobre la base del conocimiento, la creatividad y el intelecto, desarrollar espacios productivos, competitivos como nunca antes, que incluye una mayor fuente de despacho directo de bienes y servicios, vía comercio electrónico.

Lo planteado hace concluir también la caracterización del e-commerce frente a la responsabilidad social empresarial, características estas determinadas como tecnológica, lo cual sirve de palanca para transmitir universalmente los efectos de responsabilidad social de los negocios virtuales.

Otras características están referidas a la privacidad, la legitimidad en las acciones ejecutadas, la capacidad de respuesta, la celeridad en la tramitación; todo lo cual pudiera producir el acercamiento del usuario con la empresa en línea, para concebir propuestas de responsabilidad social.

Asimismo, destaca en este estudio lo relativo a las dimensiones del comercio electrónico, que apuntan a la responsabilidad social, pudiendo inferir que tales dimensiones están referidas a la disposición de recursos para cometidos de responsabilidad social, además del cuidado y mantenimiento del ambiente y el aporte que pueda realizarse a las comunidades para mejorar su condición de vida.

Por último, se mencionan en este estudio las herramientas que sirven de apoyo a las organizaciones para poner en práctica la responsabilidad social, las cuales están referidas a los códigos de ética y de conducta, al juicio moral, a la sustentabilidad, a la culturización digital y al emprendimiento, todas las cuales pueden ser enfocadas a la implementación de la responsabilidad social por parte de los negocios destinados al comercio electrónico.

Cabe resaltar que para Venezuela constituye todo un reto la generación de responsabilidad social empresarial a partir de los negocios virtuales, pues se está al frente de opciones que brindan beneficios, pero podrían en apariencia ofrecer peligros; al lado de las oportunidades y de los beneficios. No obstante, debe prevalecer la idea de que existe una oportunidad para estimular y hacer crecer la transferencia de tecnología para los países en desarrollo.

Referencias bibliográficas

- Arias, María (2006). Manual práctico del Comercio electrónico. Madrid, Editorial Wolters Kluwers España S. A.
- Belloso, N. (2011). De los códigos éticos en las empresas a los códigos de conducta y distintivos de confianza en el E-commerce. Revista. Santa Cruz.
- Castro Rodríguez, E., González Rivera, M. y López Nakazono, R. (2013). El comercio electrónico: en la era de la globalización, en Contribuciones a la Economía. Libro digital. Disponible en www.eumed.net/ce/2013/comercio_electronico.html. Consulta 12/11/2014.
- Chiavenato I. (2009). Comportamiento Organizacional. México, D.F. Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Díaz de Iparraguirre, A. (2008). La responsabilidad social de la universidad en la promoción del capital social para el desarrollo sustentable. Trabajo de investigación para optar al título de Magíster en ciencia política. Venezuela: Universidad de Carabobo. Disponible en <http://www.eumed.net/libros/2008b/402/Responsabilidad%20Social%20de%20las%20Universidades%20bibliografia.htm>. Consulta 12/11/2014.
- Díaz, Javier (2014). Del emprendimiento centrado en el dinero, al emprendimiento centrado en las personas. Disponible en http://www.negociosyemprendimiento.org/2014/10/emprendimiento-dinero_personas.html. Consulta 13/11/2014.
- García, A. (2014). La comunicación web de la responsabilidad social.

García Roca (2002). La iniciativa legislativa en el derecho. Universitat Jaume, Publicaciones.

Guédez (2006). La Ética Gerencial. Instrumentos Estratégicos que facilitan decisiones correctas. Venezuela, Editorial Planeta.

Guédez, V (2004). Ética y Práctica de la Responsabilidad Social. Editorial Planeta. Venezuela.

Henderson, D. (2006). Virtud Errónea. Ediciones Gestión 2000.

Hernández, Oscar (2009). La globalización, el comercio electrónico y Venezuela en el nuevo milenio. Disponible en <http://www.analitica.com09/BIBLIOTECA/ohernandez9/globalizacion.asp>. Consulta 12/11/2014.

Navarro, Fernando (2007). Responsabilidad Social Corporativa. Madrid: ESIC.

Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2005). Disponible en <http://www.un.org/esa/population/meetings/EGMPopAge/INF10rgofwork> P.pdf. Consulta 12/11/2014.

Pi, Consuelo (2014). E-commerce y el desafío de las organizaciones. Revista Gerencia. Disponible en <http://www.emb.cl/gerencia/articulo.mvc?xid=3546&edi=150&xit=e-commerce-y-el-desafio-de-las-organizaciones>. Consulta 13/11/2014.

Trujano, Guillermo, (2005) Ecología y medio ambiente, México.

PERSPECTIVA SISTÉMICA DE LA INNOVACIÓN DESDE LA COMPETITIVIDAD

Héctor Pumarejo M.
hectorpumarejo@unicesar.edu.co
Aleydis Julio P.
aleydisjulio@unicesar.edu.co

RESUMEN

La globalización ha obligado a las empresas a estar a la vanguardia de los cambios rápidos del entorno, llevándolas a plantear ideas que se conviertan en procesos innovadores desde una perspectiva sistémica y poder permanecer en un mercado dinámico. El objetivo de este artículo es analizar la perspectiva sistémica de innovación como factor de competitividad. Se sustentó en autores como: Sobejano (2014), Griffin (2011), Terán y Oberto (2012) Naranjo y Calderón (2009), Tamayo (2014), Pelekais, Seijo, Neuman, Tromp (2014), entre otros. Es un estudio documental descriptivo el cual mostró que la perspectiva sistémica de la innovación es un factor de competitividad que permite a la empresa conocer el mercado donde se encuentra inmersa y detectar cuáles son sus posibilidades y oportunidades y transformarlas en estrategias de innovación que impacten positivamente el entorno. Trabaja con un modelo de desarrollo con enfoque sistémico, el cual lleva a la construcción de un nuevo sistema económico.

PALABRAS CLAVE: Perspectiva sistémica, innovación, competitividad

INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas están siendo sometidas a cambios rápidos por el entorno dinámico. Hecho que los ha obligado a desarrollar ideas creativas de manera permanente e innovar desde una perspectiva sistémica en su organización, lo cual le genera posibilidades y oportunidades en el mercado competitivo.

Es importante anotar que esta perspectiva sistémica debe estar orientada hacia procesos de innovación, que llevan a la empresa a prácticas creativas y solucionadoras, teniendo en cuenta la sinergia y evitando la entropía para proyectarse hacia otros mercados de su sector o con productos o servicios diversificados en búsqueda de ventajas competitivas. En este sentido, la perspectiva sistémica debe ser coherente con la innovación para el logro del crecimiento y desarrollo organizacional, reflejada en una sociedad (satisfacción del cliente).

PERSPECTIVA SISTÉMICA DE LA INNOVACIÓN

La perspectiva sistémica es una disciplina que observa totalidades e interrelaciones. (La perspectiva sistémica del coaching y de la PNL, 2013). Es una forma de ver la realidad de las cosas y como se interrelacionan entre ellas. Procede de varias disciplinas, entre ellas las ciencias sociales. Cada día, se aplican más los sistemas en el medio empresarial. Pensar en las organizaciones como sistemas, lleva a su aplicación en el entorno, de tal manera que se pueden determinar cómo sistemas abiertos, es decir, que interactúan con su entorno o como sistemas cerrados, cuando no lo hacen. (Palomeras, 2007).

Griffin (2011), define sistema, como un conjunto interrelacionado de elementos que funcionan como un todo. Cuando se ve una organización como un sistema, se pueden identificar cuatro elementos básicos: insumos, procesos de transformación, resultados y retroalimentación. Primero los insumos son los recursos materiales, humanos, financieros y de información que la organización obtiene de su entorno. Luego, a través de los procesos tecnológicos y administrativos, los insumos se transforman en resultados. Finalmente, el entorno reacciona a estos resultados y proporciona retroalimentación al sistema.

Según Griffin (2011), la perspectiva de sistemas también enfatiza en la importancia de los subsistemas o sea, un sistema dentro de otro sistema más amplio. Como son interdependientes, un cambio en un subsistema puede afectar a otros subsistemas. Es importante que los gerentes tengan en cuenta la sinergia y la entropía, primero, porque si los subsistemas trabajan juntos son más exitosos que si trabajan solos y segundo, porque si no las tienen en cuenta, puede producirse una declinación del sistema. Cuando una organización no monitorea la retroalimentación de su entorno, y hace los ajustes, puede fracasar.

Teniendo en cuenta los planteamientos que hace Griffin (2007) sobre sistema, es fundamental que los gerentes desde esta perspectiva, pueden realizar cambios e innovación en sus subsistemas y sistemas, dando la importancia al entorno, de lo contrario, corren un alto riesgo de que su organización fracase por un

efecto dominó en sus unidades, (subsistemas). Si consideran la sinergia y su entorno, podrán generar cambios e innovación en su empresa, orientados hacia la eficacia organizacional.

La perspectiva de sistemas, revitaliza la organización en forma continua para evitar la entropía y como lo plantea Michael Porter (1991), citado por Collins y Montgomery (2007), la corporación como un todo, suma más que sus partes. Si ocurre de esta manera en la organización, estamos al frente de una estrategia corporativa y esta es la manera, como una empresa agrega valor con la configuración (límites del mercado geográfico y vertical) y coordinación (formulación e implementación de la estrategia) de sus actividades multimercado.

Es necesario entonces que una empresa genere cantidad de ideas, de las cuales se puedan rescatar las mejores; es conveniente que sea de manera sistemática y no fortuita porque los mercados cambian tan rápidamente que es necesario ir generándolas para los distintos escenarios en que se desenvuelven tanto las empresas como los individuos. (Terán y Oberto 2012).

Estas empresas que se dirigen hacia la búsqueda de la eficacia organizacional, deben tener en cuenta en la toma de decisión de la innovación, el aprendizaje, el cual se constituye en un factor positivo para los resultados de la innovación. En este sentido, Lundvall (1992), define la innovación como un proceso de aprendizaje social acumulativo. Este postulado permite encontrar las bases de acción para el desarrollo de la primera capacidad precompetitiva: el aprendizaje.

Existen tres clases de aprendizaje interactivo: el aprender haciendo del saber productivo; el aprender usando, cuando se apropia una tecnología, y el aprender interactuando, relacionado con la interacción de la organización con sus clientes.

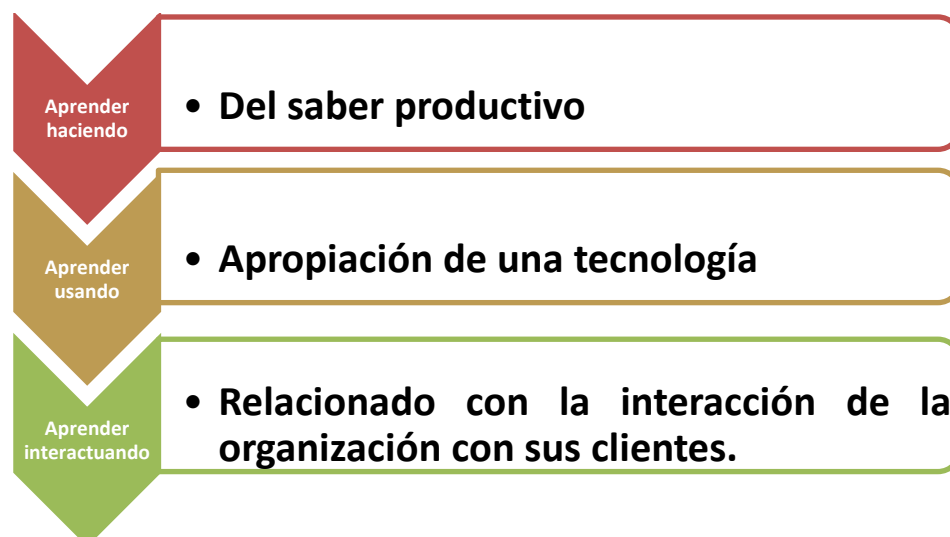


FIGURA 1. Clases de aprendizaje interactivo

FUENTE: Lundvall, 1992

Las investigaciones sobre el tema y los postulados teóricos de Lundvall (1992), indican que el desarrollo tecnológico es generado por la interacción entre las empresas, sus entidades de apoyo e infraestructura, y responde a una estrategia empresarial enfocada a la innovación. Ésta, definida como un proceso acumulativo de conocimientos, está más enfocada a un proceso de aprendizaje tecnológico que promueve cambios organizacionales, así como nuevas formas de asociar conocimiento, de tal manera que las empresas sean lo suficientemente flexibles como para adaptarse a las exigencias del mercado.

De acuerdo con la OCDE (2012), la innovación es el papel central del desarrollo económico, mirado desde las ciencias sociales. Teniendo en cuenta los conceptos de Lundvall (1992) y de la OCDE (2012), se dimensiona la innovación desde dos aristas, la tecnología y el desarrollo económico, conceptos que no son excluyentes, en virtud de que la tecnología puede llevar a las empresas o sociedad a avances que se reflejan en el desarrollo económico de las mismas, estos avances son el resultado de la innovación en la estructura organizacional, proceso, producto o servicios, ubicándola con éxito en un mercado competitivo.

El término competitividad sistémica, es una propuesta conceptual que mira a la competitividad desde los factores sociales que permiten el desarrollo de capacidades competitivas en las empresas, las regiones o las naciones, la cual se logra cuando existen unas relaciones dadas entre los actores sociales que están implicados, generando la necesidad de una competencia bajo un trabajo colaborativo y muchas otras sinergias, especialmente en los clústeres o aglomerados industriales, sustituyendo un trabajo solitario y aislado de las empresas. Estas paradojas demuestran el peso de la interrelación informal entre los actores de una sociedad, incluido el papel del estado. (Jiménez, 2002).

Esta interrelación de acuerdo con lo planteado por Esser (1996), se da entre los niveles socioeconómicos: micro, en el cual las empresas buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción; macro, ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias de desempeño; meso, correspondiente al Estado y los actores sociales, desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad y el nivel meta, se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica.

En opinión de los investigadores y de acuerdo con Esser (1996), las interrelaciones entre los diferentes niveles socioeconómicos muestran una sociedad organizada, sin embargo, preocupa que esta relación colaborativa e integradora, tenga consecuencias negativas sobre la innovación. Qué pasaría entonces con el elemento diferenciador que agrega valor a la organización y estimula la competitividad para un posicionamiento en el mercado?

Lo más probable es que las empresas entren a zona de confort, desestimulando la innovación. Por otra parte, estas relaciones entre niveles, si deben darse, porque se necesitan políticas, normativas, la sociedad y demás, porque la empresa está inmersa en este macro contexto y no puede aislarse de esta realidad. A su pesar, pueden existir alianzas estratégicas que permitan a cada empresa desarrollarse desde su propia perspectiva, respetando la autonomía y otros conceptos que se dan en este tipo de acuerdos.

Desde este punto de vista, se mantendría el impulso innovador, creativo y por tanto la competitividad en los mercados local, nacional e internacional. En relación con las empresas que están en el mismo sector, constituidas como una unidad de negocio, continúan siendo innovadoras y competitivas frente a otras empresas del mismo sector que no están en esa unidad, manteniendo la horizontalidad.

A este respecto, la horizontalidad de cada uno de estos niveles muestra la importancia que cada uno de ellos aporta de manera significativa a la integralidad de los elementos: Estado, empresa, sociedad y organización jurídica, política y económica, es decir, que deben estar alineados y en interacción para conseguir una competitividad sistémica, en virtud de que cada elemento se constituye como un sistema. Además, la horizontalidad potencia la innovación. (Figura 2).

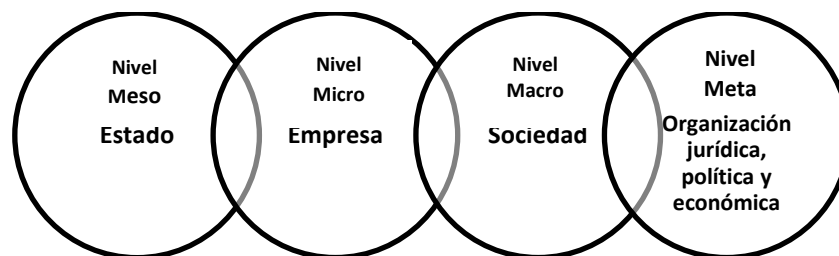


FIGURA 2. Horizontalidad e integralidad para la competitividad sistémica
FUENTE: Elaboración propia, 2015

1.1 PERSPECTIVAS PARA EL ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN

Las perspectivas asociadas al entendimiento del fenómeno de la innovación en la empresa y de los sistemas nacionales de innovación, se han planteado diferentes perspectivas de análisis. La neoclásica, que de acuerdo con López (2006) es el proceso de “traducción” de los principios científicos a conocimientos útiles para la producción industrial es en esencia secuencial, y tanto en el plano temporal como institucional comprende fases discretas que deben sucederse: Fase de actividades de I&D, fase de desarrollo y fase de producción y comercialización.

Las perspectivas de los recursos y capacidades y la evolucionista, según Naranjo y Calderón (2009), plantean, la primera, que la capacidad innovadora no viene dada por la “habilidad para explotar tecnologías externas a la entidad, al ser fácilmente accesibles para los competidores y por tanto insuficientes” para mantener una ventaja competitiva sostenible, sino por la innovación interna, ligada a la

posesión de algunos recursos de tecnología que tiene la organización pero también para crear recursos nuevos y así poder desarrollar algunas competencias básicas, relacionadas con la tecnología.

La segunda, perspectiva evolucionista, de acuerdo con Metcalfe (2006), citado por Naranjo y Calderón (2009), analiza la innovación para comprender cómo las empresas desarrollan su proceso de innovación de forma diferenciada, cómo articulan diferente tecnología con diferente eficiencia y la mejoran a diferente ritmo. Este enfoque evolucionista pretende entonces “buscar un conjunto de factores determinantes de esta actividad innovadora, conocer la estructura interna del proceso innovador” y destacar especialmente la diversidad de situaciones innovadoras existentes en la realidad; enfoque sistémico y perspectiva de la competitividad sistémica.

La visión sistémica permite comprender que las decisiones empresariales no tienen sólo consecuencias económicas, sino también, sociales y ambientales. Con base en el análisis de Sally Uren (s.f.), citado por Sobejano (2014), para conseguir esa visión sistémica se deben cumplir con los siguientes 7 pasos:

- 1- Mira globalmente. No te centres en las partes, sino en el todo.
- 2- Identifica conexiones entre las distintas partes del sistema. Eso te permitirá comprender la complejidad del mismo y las distintas visiones que permite.
- 3- Desarrolla diferentes perspectivas de observación. Distintos enfoques permiten una mejor comprensión.
- 4- Todos los modelos detectados son verdaderos (o todos son falsos), pero algunos son más útiles que otros, testéalos.
- 5- Dentro del análisis considera diferentes escalas temporales, eso aumentará tu capacidad de descubrir diferentes perspectivas.
- 6- Desarrolla distintas acciones en diferentes perspectivas y dimensión de comprensión para identificar patrones del sistema y entender cuáles están bloqueando la evolución del cambio.
- 7- Aprender constantemente sobre el sistema y cómo ser más efectivo en él, puesto que estamos en un entorno en constante evolución.

El autor continua aportando que los modelos actuales de desarrollo y gestión van a centrarse cada vez más en este enfoque globalizador y sistémico. La innovación abierta, ya tiene en cuenta esta visión centrada en problemas a resolver a la hora de desarrollar productos y servicios innovadores, entendiendo que el cliente es un ser humano al que afectan las decisiones y acciones comerciales desde una perspectiva más amplia que la mera compraventa y uso.

Fundamental el concepto que manifiesta Sobejano (2014), al considerar al cliente como un ser humano que puede ser afectado, lo cual refleja una innovación holística desde una perspectiva sistémica holística, con dos características fundamentales: la horizontalidad y la integralidad.

El enfoque holístico se argumenta, teniendo en cuenta que el holismo, según resume Aristóteles «el todo es mayor que la suma de sus partes». (Ley del holismo, 2009). El ser humano es holístico, actúa de una manera conjunta, armoniosa y funcional, dicho de otra manera, él, es el todo.

LA INNOVACIÓN EN LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA

La innovación es el papel central del desarrollo económico. Es un factor clave de supervivencia en un mundo donde lo único constante es el cambio; OCDE (2012), de igual manera, es uno de los factores que más significativamente ha contribuido a la introducción del cambio en las organizaciones en la actualidad y por ende, al mantenimiento de su competitividad.

Según Formichela (2005), una realidad en la actualidad es que una empresa que no se decida a innovar, que no introduzca nuevos productos y/o servicios está condenada a desaparecer. Esto sucede cuando sus competidores ganan mercado por medio de innovaciones de productos u ofreciendo más barato sus servicios por haber aplicado innovaciones en sus procesos.

Si una organización quiere continuar posicionada en el mercado, debe estar consciente que el camino de la innovación la lleva a esa competitividad. Ahora bien, lo puede hacer como un innovador ofensivo, es decir, con la introducción de nuevos productos o abriendo mercados, y el innovador defensivo, llamado también imitador, porque trata de introducir mejoras para imitar la calidad de las organizaciones que están en competencia con él. Los cambios que se dan en el mercado o en la tecnología, más los avances de sus propios competidores, la obligan a participar y seguir en la carrera de alguna manera.

Las actividades de innovación son las acciones y gastos llevados a cabo por una empresa con la finalidad de generar o introducir cambios, adelantos o mejoras que afecten positivamente en el desempeño. Las actividades de innovación en general pueden clasificarse en varios tipos: investigación y desarrollo interno, investigación y desarrollo externo, bienes de capital, hardware, software, transferencia de tecnología y consultorías, diseño, gestión y capacitación. (Scarone, 2005)

Para innovar se requiere la conjunción de recursos, conocimientos y contactos que se deben vincular y coordinar por equipos multidisciplinarios creativos y sinérgicos, dado que esto no ocurre espontáneamente. Por tanto, los procesos de innovación son costosos, de largo plazo y difícilmente se pueden replicar de una empresa a otra. En este sentido, West et al (1990) citado por Peña, Solís, Yáñez (2006), plantean que la innovación es la secuencia de actividades por las cuales un nuevo elemento es introducido en una unidad social con la intención de beneficiar la unidad una parte de ella o a la sociedad en su conjunto.

Según Castro (2010/2011), La innovación significa inventar o reinventar lo establecido. Inventar nuevos segmentos, inventar nuevas necesidades, reinventar la forma de producir, de aportar o de distribuir los productos y servicios.

La innovación se refiere a cada mínimo aspecto de cómo opera una empresa, desde la estrategia, la administración, el marketing, o los recursos humanos.

Continúa argumentando, que para la empresa ya establecida, el cambio resulta ser más complicado, ya que por un lado, los clientes desean un mejor producto, pero cada vez que alguien propone un cambio radical cuyo resultado es incierto, debe competir contra propuestas que se limitan a mejorarlo e involucran los mismos recursos y la misma inversión (o incluso menor) pero generan más ingresos. Por ello, resulta necesario entender y pensar sistemáticamente en términos de las capacidades de creación de valor que posee la organización, es decir, aquellas que residen en sus procesos y valores a la hora de crear nuevos conocimientos.

Para el grupo investigador, la innovación dentro de una organización se constituye en una herramienta fundamental para el avance progresivo de la empresa y la dinámica de cambio. Esta innovación está influenciada por el ambiente interno y externo de la organización. De igual manera para que se de este proceso, se demanda de la interacción de recursos y del conocimiento para que de manera coordinada se obtengan los logros propuestos relacionados con el cambio y la proyección de la organización, creando valor y por tanto ventaja competitiva.

REFLEXIONES FINALES

La interacción entre la perspectiva sistémica, innovación, y el aprendizaje, da como resultado, procesos empresariales eficientes, eficaces y efectivos, que llevan al negocio a un mundo competitivo con garantías. Este aprendizaje social acumulativo permite aprehender de la organización lo fundamental para poder apropiarse de la tecnología y de la forma de interactuar de la organización con sus clientes, lo cual conduce a un conocimiento tanto de la organización como del entorno, dando bases sólidas para una decisión asertiva sobre los cambios organizacionales.

La innovación es clave para el crecimiento y desarrollo organizacional de la empresa. Es una estrategia que busca la eficacia de la organización y la competitividad en un entorno cambiante; puede generarse desde una perspectiva tecnológica, llevando a la organización hacia el desarrollo económico. Conocer el entorno competitivo, favorece el trabajo colaborativo y las interrelaciones entre los distintos niveles socioeconómicos: micro, meso, macro y meta.

Esta interrelación sustenta la implementación de las decisiones tomadas en cada nivel desde el punto de vista político, jurídico – normativo, económico, social, disminuyendo los riesgos que se puedan presentar en cada nivel, los cuales deben estar alineados, teniendo en cuenta las características de horizontalidad e integralidad, hacia la búsqueda de perspectivas sistémicas, basadas en la inteligencia competitiva.

La perspectiva sistémica al trabajar con base en un modelo de desarrollo con enfoque sistémico, lleva a la construcción de un nuevo sistema económico con un impacto positivo en el entorno (cliente como ser humano), reflejando una innovación abierta. De igual manera, si se trabaja con un modelo de desarrollo desde la perspectiva sistémica holística, se construye un sistema socio-económico con impacto social, reflejando una innovación holística.

La innovación es clave para el desarrollo económico, en este orden de ideas, las organizaciones deben generar ideas, ser creativas y estar preparadas para las amenazas que le ofrece el entorno pero también para las ventajas dadas por las oportunidades. Para identificar cómo está operando la empresa y actuar con inteligencia competitiva, se debe tener en cuenta la entropía y la sinergia. Para el análisis de la innovación se abordan las perspectivas neoclásicas, de los recursos y capacidades y la evolucionista, desde las cuales se determina el factor de diferenciación de la organización.

“Pensar sistemáticamente, agrega valor a la organización”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castro F. (2010/2011). **Innovación y el espíritu emprendedor**. Escuela de organización industrial (EOI).
- Collins, D. y Montgomery, C. (2007). **Estrategia corporativa**. 2ª edición. México. Editorial McGraw Hill Interamericana. ISBN 9788448156329.
- Esser, K. et al. (1996). **Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política**. Revista CEPAL, 59, 39-52.
- Formichela (2005), **“La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo”** Monografía, Instituto de Tecnología agropecuaria, Buenos Aires Argentina.
- Griffin. (2011). **Administración**. 10 edición. México D.F. Editorial Cengage Learning. Disponible en https://books.google.co.ve/books?id=_Bqu_P2eK1J_OC&pg=PA47&lpg=PA47&dq=La+perspectiva+de+sistemas+tambi%C3%A9n+enfatisa+en+la+importancia+de+los+subsistemas&source=bl&ots=o4ttzahIjx&sig=XYkBiRWfkC6_zxWQTmAgAKSYe0&hl=es&sa=X&ei=JhXVYyMJZLzggTrgYHIBQ&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=La%20perspectiva%20de%20sistemas%20tambi%C3%A9n%20enfatisa%20en%20la%20importancia+de+los+subsistemas Jiménez L. (2002). **Modelización sistémica de la innovación y del aprendizaje tecnológico**. Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. Manizales. Disponible en <http://cmapspublic3.ihmc.us/serviet/SBReadResourceServiet?id=1199426170079>. Fecha de acceso 25 de abril de 2015.
- La perspectiva sistémica del coaching y de la PNL**. (2013). Disponible en <http://institutoexcelcoaching.com/2013/08/25/perspectiva-sistemica-del-coaching/>
- López I. (2006). **Perspectivas para el análisis de la innovación: un recorrido por la teoría**. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Sistema de información científica. Cuadernos de Administración, vol. 19, núm. 31, enero-junio, 2006, pp. 243-273 Pontificia Universidad Javeriana .Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503110>. Acceso abril de 2015.
- Lundvall, B. (1992). **National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning**. London: Pinter Publishers.

Metcalf, S. (2006). **Las bases económicas de la política tecnológica: Equilibrio y perspectivas de evolución**, en Stoneman, P. (Ed.) Manual de la Economía de la Innovación y Cambio Tecnológico Oxford: Blackwell, 409 512.

Naranjo V. y Calderón H. (2009). **La Investigación en innovación en Colombia y México**. Un análisis desde la difusión en revistas científicas. Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Manizales. Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/19798/2/15850-57377-1-PB.htm>. Fecha de acceso 27 de abril de 2015.

Organización para la cooperación y desarrollo económico (OCDE). (2012). La estrategia de Innovación de la OCDE. Empezar hoy el mañana. Foro consultivo, científico y tecnológico.

Palomeras. (2012). **Coaching con perspectiva sistémica**. Editorial Atenas.

Pelekais, Seijo, Neuman, Tromp (2014). **El ABC de la investigación**. Guía didáctica. 6ª edición. Maracaibo, Venezuela. Ediciones Astro Data S.A.

Peña, Solís, Yáñez. (2006). **Innovación y modelo de negocio. Seminario de Sistemas y Gestión**. Universidad Técnica Federico Santa María. Disponible en <http://www.alumnos.inf.utfsm.cl/~vpena/ramos/inf363/innovacion.pdf>

Cendejas (2005). **Implementación del modelo integral colaborativo (MDSIC)** como fuente de innovación para el desarrollo ágil de software en las empresas de la zona centro occidente en México. Sector de alta tecnología. ISBN-13:978-84-16036-63-9 N° Registro: 201464860. Disponible en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2014/jlcv/tecnologias-informacion.htm>.

Scarone (2005). **La innovación en la empresa: la orientación al mercado como factor de éxito en el proceso de innovación en producto**. Universitat Oberta de Catalunya Internet Interdisciplinary Institute (IN3): <http://www.uoc.edu/in3/esp/index.htm> Disponible en http://www.Elfinancierocr.com/gerencia/biblioteca/Innovacion-Trabajo-Scarone_Universidad-Cataluna_ELFFIL20140425_0006.pdf

Sobejano J. (2014). **La innovación sistémica, el camino de los negocios de triple impacto**. Disponible en <http://innodriven.com/la-innovacion-sistemica-el-camino-de-los-negocios-de-triple-impacto/>. Fecha de acceso 25 de abril de 2015.

Tamayo (2014). **El proceso de la investigación científica**. 5ª edición. México D.F. Editorial Limusa.

Terán, Oberto. (2012). Generación de ideas para promover la cultura de innovación en las Pymes del sector servicios. Depósito legal: PPX200102ZU2313/ISSN: 1856-6189. Volumen 10 Edición. Volumen No 1–septiembre 2012–febrero 2013. Universidad Rafael Bellosó Chacín. Venezuela.

LAS DIMENSIONES DEL HUMOR EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS.

Perdomo, Sheyla

sheylaperdomo@gmail.com

Hernández, René

Fundación para el Talento Humano (FUNTAH)

renehernan_72@yahoo.com

RESUMEN

El sentido del humor es una variable que ha tenido gran aceptación en los últimos años, producto de la inquietud de investigadores a nivel mundial que han aportado interesantes propuestas de sus implicaciones en materia de salud, educación, gerencia y también en el ámbito personal. Sin embargo son escasos los trabajos que en materia de Humor se han desarrollado en Venezuela. Por otra parte, la cultura organizacional representa el elemento de identificación con la filosofía empresarial, mediante el ejercicio de sus funciones, a través de sus habilidades, cualidades y rasgos de personalidad, los cuales fueron profundizados en la presente investigación para poder obtener óptimos resultados en los procesos organizacionales de mejoramiento continuo. El objetivo de esta investigación fue describir la incidencia de las dimensiones del humor en la cultura organizacional y de esta manera contribuir al desarrollo de tan interesante tópico. Es preciso destacar que se realizó un estudio de tipo documental el cual se basó en la contrastación de diferentes teorías en cuanto a las variables presentadas y para ello se utilizaron autores como: García (2006), Klein (2000) para humor y para Cultura Organizacional los autores: Kreitner y Kinicki, (2003). y Vargas (2007). Luego de exponer las variables se concluyó que las dimensiones del humor representan una fuente importante de motivación en los empleados ya que utilizan el humor para comunicarse con sus compañeros, impiden que las actitudes negativas de las personas que las rodean afecten su estado de ánimo.

PALABRAS CLAVE: Dimensiones del Humor, Cultura Organizacional, Humor.

INTRODUCCIÓN

Desde épocas inmemoriales el humor ha tenido protagonismo en los diferentes tópicos de la vida. Resalta la filosofía de la risa y los beneficios que se han descubierto a través de profundas investigaciones. De igual manera, se ha investigado sobre las tendencias de aplicar el humor en los ambientes laborales y la manera como las empresas comparten el conocimiento y mejoran sus procesos dentro de sus áreas operativas y de desarrollo.

Es por esta razón que se considera de gran importancia la combinación de estas premisas, en esta era del conocimiento donde el talento humano es un recurso invaluable para avalar el ciclo de los procesos productivos más adecuados para la organización. Es aquí donde interviene la importancia de aplicar el humor, ya que a través de su influencia en los individuos, transmite a todos los miembros de la organización las conductas deseadas y establece elementos favorables para dirigir todos los esfuerzos hacia los mejores resultados.

SENTIDO DEL HUMOR

Actualmente la empresa moderna requiere más del pensamiento creativo en un contexto de innovación continua, sin embargo, la información puede volverse obsoleta e irrelevante en pocas semanas. La meta consiste en aprender a hallar, y emplear correctamente los datos necesarios y para ello se precisa el empleo del pensamiento crítico y la capacidad de resolver situaciones en ambientes inesperados lo que requiere pensar de manera creativa.

En este sentido, es pertinente acotar que, el sentido del humor estimula el pensamiento creativo y crítico y al mismo tiempo es un poderoso medio de comunicación pues capta totalmente la atención de los oyentes como lo indica García (2002). De manera que, el humor se convierte en una valiosa herramienta que puede mejorar de manera extraordinaria las relaciones interlaborales, neutralizando los sucesos que implican una carga emocional negativa, por lo cual es definido por el mismo autor como la capacidad de percibir, apreciar o expresar circunstancias o hechos graciosos, divertidos, incongruentes o absurdos y por ende, la capacidad más significativa de la mente humana.

Mientras tanto, Klein (2000), sostiene que el humor se utiliza para ayudar a las personas a adaptarse a sus dificultades y situaciones dolorosas, proporcionando fuerza y perspectiva, además de mantener el equilibrio en momentos desfavorables. Esta afirmación apunta a que el sentido del humor permite afrontar con una actitud positiva las vicisitudes de la vida.

Mientras que, Lyttle (2003) indica que el humor es “un fenómeno que ocurre cuando un estímulo genera gracia y puede o no provocar la risa en un contexto complejo y cambiante, incluye la participación de por lo menos un objeto y un sujeto apreciador, pudiendo haber o no un iniciador.” De lo anteriormente expuesto se puede inferir que el humor es una herramienta indispensable para fomentar un cambio en la perspectiva de vida de los individuos, ayudándolos a tolerar situaciones adversas del diario acontecer personal y laboral.

DIMENSIONES DEL HUMOR

Para los efectos de este estudio, resulta sumamente interesante, encontrar cómo el sentido del humor es operativizado por García (2006) a través de un modelo teórico multidimensional de cuatro dimensiones, que permite la orientación sobre este tema en el desarrollo de un programa para la mejora del sentido del humor y que será desarrollado detalladamente a continuación.

CREACIÓN O GENERACIÓN DE HUMOR

Esta dimensión abarca la faceta más externa y por ello evidente y fácilmente identificable del sentido del humor. Se describe como una persona agradable que le gusta reír y que no pierde ninguna ocasión de hacerlo.

Se refiere según García (2006) al “conjunto de estrategias y habilidades para percibir relaciones de forma insólita (ocurrencias, mostrar el lado divertido, cómico, irónico de las personas) y habitualmente comunicarlas de modo que provoquen risas o sonrisas en los demás aunque también pudiera reservarlas para sí”.

Las investigaciones de Tamblyn (2006) demuestran que la mayoría de las personas disfrutan y les gusta reír pero no son demasiado creativas en cuanto a generar humor. Este hecho queda confirmado cuando se le solicita a las personas que se den una nota en sentido del humor y al preguntar las razones de esa autoevaluación no es habitual que se definan por su ingenio, creatividad o gracia.

Por su parte, Fernández (2008) afirma que el humor se puede crear, aunque algunas personas piensan que este don es asignado a los humoristas profesionales. El acto creativo está en manos de cualquier persona que se lo proponga y que aprenda las técnicas y herramientas básicas para su puesta en escena.

Es importante resaltar según Tamblyn (2006) que para desarrollar esta dimensión de crear o generar humor se deben implementar tres competencias básicas:

ENTUSIASMO PERSONAL

Es importante cultivar el entusiasmo, transmitirlo de manera más eficaz al grupo, sonreír más a menudo, desarrollar ruidos emocionales que se relacionen con las actividades diarias creando así un código grupal que aporta un razonamiento ingenioso durante cada actividad por cotidiana que sea.

1. SINCRONÍA

Consiste en establecer relaciones interpersonales con facilidad a un nivel no verbal. Tal como lo afirma Goleman (2006) y enfatiza: Mediante esta capacidad se logra comenzar una conexión no verbal con las personas, por este motivo si se carece de sincronía se presentarán dificultades en las interacciones, así como también se afectará la competencia social.

2. ELEVAR EL ÁNIMO

Las emociones positivas son las que permiten pensar con mayor flexibilidad, complejidad y creatividad, por esta razón es necesario usar técnicas que eleven moderadamente el estado de ánimo para aumentar la motivación para triunfar en las labores diarias. De los elementos anteriores se puede inferir que cualquier persona está en la completa capacidad de desarrollar sus habilidades humorísticas sin perder su esencia personal y sin por ello sugerir que sus emociones sean buenas o malas, pero haciendo que sean agradables y útiles para todo el grupo.

APRECIACIÓN DEL HUMOR Y DISFRUTE DE LA VIDA.

En numerosas ocasiones las personas según van entrando a la edad adulta van abandonando la faceta lúdica de apreciación del sentido del humor, de disfrutar y reír. Con los consiguientes perjuicios para el bienestar físico y psicológico, por esta razón resulta interesante destacar esta afirmación de (García 2006):

Esta dimensión describe “a la persona que disfruta riendo, lo hace frecuentemente y se considera alegre. De vez en cuando puede crear humor y hacer reír a los demás. Se refiere además, al conjunto de estrategias y habilidades para tomarse la vida en serio pero con toques de humor generado por los demás, reírse de uno o mismo, disfrutar de las situaciones cotidianas o de lo que se hace aunque sea rutinario o poco amigable”.

Denominado también como dimensión social por Fernández (2008), debido a que por medio del humor se produce el encuentro entre las personas. En la vida de los grupos esta dimensión es muy importante tanto en la relación con los miembros del equipo como en la realización de las tareas y actividades.

En otras palabras, no hace falta ser un cómico consumado para ser alguien con gran sentido del humor. Solo hay que disfrutarlo de manera natural sin forzar las situaciones que pudieran desprenderse de los estilos diversos de humor que no son afines al propio o que representan agresividad, burla o descalificación. En este caso es importante mantener la ética, el respeto y la empatía grupal.

AFRONTAMIENTO OPTIMISTA DE PROBLEMAS.

El humor tiene un papel liberador de la tensión acumulada a causa de los miedos, preocupaciones, angustias. Así lo señala Klein (2000) cuando menciona que “las personas que son capaces de reír ante los contratiempos dejan de sentir lástima de sí mismas”. Estas consideraciones indican que la simple postura de una actitud positiva permite ver con más claridad cualquier situación adversa y así lo explica García (2006).

“Implica la capacidad o el conjunto de estrategias o habilidades que tiene una persona para afrontar fracasos, dificultades o contratiempos sin hundirse, para mantener el optimismo a pesar de las preocupaciones, encontrar salidas con humor en situaciones negativas, para reírse incluso en los malos momentos. Supone un estilo de pensamiento, un modo de percibir lo positivo que tienen todas las personas, cosas o acontecimientos que nos ocurren, y tratar de actuar en consecuencia”.

Sin embargo Fernández (2008) establece una postura donde indica que resulta una dimensión sumamente impactante, dado el sentido del humor pone se expone de diferentes maneras cuando: “señala lo absurdo en lo cotidiano, descubre lo ridículo en lo solemne, se divierte ante lo grandioso, viola el reglamento, ríe ante el protocolo. En definitiva, se presenta como insumiso activo ante la hipócrita sociedad que maquilla la injusticia social”. Puede inferirse entonces que el sentido del humor es una herramienta de enorme potencial para asumir situaciones difíciles de la vida y que cualquiera puede atravesar.

ESTABLECIMIENTO DE RELACIONES POSITIVAS.

Esta dimensión hace referencia a la capacidad o al conjunto de estrategias y habilidades que tiene una persona para relacionarse y comunicarse más eficazmente mediante el humor. Estudios realizados por García (2006) demuestran que “el humor permite establecer una relación cercana entre profesores y alumnos, mejoran la comunicación y contribuyen con ello a la mejora de los resultados académicos”.

Por lo demás esta dimensión constituye la base de muchas propuestas para crear un buen ambiente laboral, lo que supone acercar las relaciones del equipo de trabajo entre sí, teniendo como eje el buen humor y como resultado un aprendizaje significativo y eficaz, planteando nuevos caminos para el mejoramiento del clima laboral.

En este sentido, Fernández (2008) añade un elemento a esta dimensión denominándola “dimensión constructiva y destructiva del humor. Señalando que el humor satírico y sarcástico que no se conforma con derribar al oponente sino que intentará entre muecas y mofas humillantes desgarrarlo y herirlo. Y en contraposición está el humor constructivo que se trabaja desde lo positivo. Ayuda a crecer, a divertirse y a disfrutar de las personas y situaciones con las que hay que enfrentarse todos los días.

Luego de señalar las cuatro dimensiones, se puede concluir que el sentido del humor requiere flexibilidad mental, necesaria para percibir relaciones novedosas que son la base de la creatividad y para poder descentrarse ante las situaciones y, aun con más motivo cuando se perciben los aspectos positivos.

Es importante acotar que se puede tener un sentido del humor excelente sin contar un solo chiste, sin embargo es relevante señalar que una persona tiene sentido del humor si posee la capacidad para contemplar las cosas de forma positiva y humorísticamente. De igual manera las personas pueden tener un excelente sentido del humor aunque no sean capaces de producirlo.

LA CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN

La cultura organizacional tal y como lo señalan Hodge, Anthony y Gales (2003) es “la suma de todas las partes de una organización y algo más”. Para estos autores, en las organizaciones que aprenden se establece de forma explícita que la cultura organizacional se defina como un patrón de conductas estándar de todos los empleados y que en ningún momento se visualice como una “camisa de fuerza” que limite el percibir los cambios que impone el entorno. La cultura debe propender a los cambios en función de ser lo que hoy se conoce como “cultura organizacional adaptativa”.

Otros autores coinciden en definir el criterio conceptual que existe en una cultura fuerte, y es que la misma está basada en la práctica rigurosa de los valores, principios, filosofía y normas que materializan el cumplimiento de la visión empresarial.

La cultura organizacional es fuente de aprendizaje dentro de la corporación ya que se transmite a través de la socialización o el mentoring, manifiestan Kreitner y Kinicki, (2003).

Ambos procesos implican la relación entre un tutor o mentor y un empleado de reciente ingreso. Esa relación se basa en la transmisión de conocimientos acerca de la manera de conducta socialmente deseable del tutor o mentor al recién llegado a la empresa. Muchas de esas experiencias son en veces logradas por los tutores a través de la interiorización del aprendizaje de los valores, principios, creencias, actitudes y filosofía de la corporación.

De acuerdo con Gibson, Ivancevich, Donnelly y Konopaske (2006) la socialización es un proceso que dura toda la permanencia del empleado con la organización y ocurre en etapas o fases, por lo que podría considerarse un aprendizaje continuo de todos los sujetos de la empresa. La cultura organizacional implica en el recién llegado a la organización un conocimiento continuo acerca de las condiciones, actitudes y conductas deseables, a la vez que prepara al empleado durante el aprendizaje a seleccionar los criterios o formas de solución de problemas que la experiencia de los más antiguos dictan han sido las más convenientes en problemas de orden rutinario.

Estableciendo un enlace entre las teorías descritas anteriormente, se resume que las dimensiones del humor pueden considerarse elementos integradores de la cultura organizacional de las empresas, pues están conformadas por individuos que hacen vida cotidiana en ellas y siendo seres sociales, poseen la capacidad de relacionarse entre sí, por ende crear ambientes laborales con un amplio abanico de posibilidades en lo que a relaciones interpersonales se refiere.

ELEMENTOS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

Para efectos de este estudio se han considerado los elementos que representan la acción del individuo sobre el espacio en el que se desenvuelve y que condicionan de manera positiva negativa el quehacer de una organización.

De este modo Vargas (2007) señala que los elementos visibles que se expresan en las creencias, valores, suposiciones, normas, ritos, entre otros, y que explican cómo y por qué se hacen las cosas. Menciona de igual manera que existen elementos invisibles que constituyen el inconsciente organizacional. Por ende los elementos de la cultura organizacional son importantes y se definen como el conjunto de principios que fungen como base para determinar el comportamiento de los miembros en cada una de sus organizaciones.

VALORES

Comprenden el norte de la institución, siempre y cuando los miembros del equipo de trabajo hacen de ellos una herramienta para realizar sus labores, por lo tanto apropiarse positivamente de los valores que profesa la empresa contribuye efectivamente a que los empleados se identifiquen con la propuesta institucional.

Al respecto, Luna y Pezo (2005) resaltan que “al activarse un valor se crean condiciones que permiten elegir, escoger o seleccionar aquellos que la organización proyecta”. lo que permite visualizar que los individuos son quienes dan forma y vida a la socialización de los elementos culturales de la misma y de ahí la importancia de integrar el sentido del humor como elemento integrador de estos procesos.

MISIÓN

La Misión representa la razón de ser de la institución. Proporciona el camino para el funcionamiento efectivo en una cultura organizacional fortalecida y consolidada a partir de los principios institucionales. De manera que es relevante señalar lo que se pretende lograr y hacia dónde quiere llegar.

Para Robbins (2005) todas las organizaciones necesitan una misión, una declaración de su finalidad. El valor que tiene establecer el rumbo en el mercado correspondiente fortalece el propósito y le da sentido a los esfuerzos y capacidades de sus miembros con la finalidad de desarrollar un sentido de pertenencia que otorga un camino hacia el futuro éxito de manera congruente y segura.

VISIÓN

Consiste en la mirada de la organización orientada hacia el futuro, planteando un pensamiento estratégico que permitirá gestionar y planificar lo que se quiere de la organización, metas, logros. Es decir, que pretende formular los propósitos fundamentales de una organización.

En este sentido, Blanchard (2007) menciona que la visión invita a la organización a ser verdaderamente grande y no simplemente a estudiar y superar la competencia obteniendo grandes ganancias. Una visión magnífica expresa las esperanzas y los sueños de las personas. Cuando existe una visión compartida en una organización, las metas son más fáciles de alcanzar, pues existe un arraigado elemento de identificación y compromiso con el corazón de la gente, de tal manera que el camino en pro del futuro lo hacen quienes comparten aportan y desarrollan el potencial para enfocarse en el futuro.

CREENCIAS

Los sistemas de creencias comunican dentro de la organización un conjunto de definiciones conceptuales con la finalidad de establecer valores que aporten intención y dirección a la organización. Buscando el mejor desempeño los sistemas de creencias apuntan a promover una actitud de compromiso que consiste en creer en los valores organizacionales y estar deseoso de esforzarse para lograr los propósitos generales de la organización.

En este orden de ideas, Nosnik (2005), define las creencias como el conjunto de ideas fundamentales que dan una visión de mundo desde el interior de la organización conjunto de convicciones que marcan un estilo de hacer las cosas y se consideran validas para que todas las personas en la organización trabajen unidas y armónicamente.

CONCLUSIONES

De lo anteriormente planteado resulta interesante concluir que las dimensiones del humor son una plataforma donde intervienen las emociones propias del ser humano quien a su vez le da vida a la cultura organizacional de las empresas, conviene entonces plantear actividades como convivencias o risoterapias, que permitan la interacción e integración del personal e identificar sus estilos de humor. De igual manera, la difusión de información sobre los beneficios del humor al personal para que conozcan la importancia de la utilización dentro de los contextos laborales y de esta manera, accedan a utilizarlo con mayor frecuencia, También conviene reforzar mediante el humor, la difusión de la cultura organizacional, se establecen óptimas ventajas competitivas de los grupos involucrados en el proceso.

Referencias bibliográficas

- Blanchard (2007) **Liderazgo al más alto nivel Bogotá. Grupo Editorial Norma.**
- Fernández, J. (2008) **Pedagogía del Humor: El Valor Educativo del humor en la Educación Social.** Universidad Complutense de Madrid, España
- García, D. (2002) **Los efectos terapéuticos del humor y de la risa.** Editorial Sirio. Barcelona, España.
- García, B (2006) **Programa para mejorar el sentido del humor.** Ediciones Pirámide. Madrid.
- Gibson y otros (2006) **Organizaciones, Comportamiento, Estructura y Procesos.** Editorial McGraw-Hill. España
- Goleman (2006) **Inteligencia emocional. España. Editorial Kairós**
- Hodge B, Anthony W y Gales L. (2003) **Teoría de la Organización. Un enfoque estratégico.** 6ta edición. Edit. Prentice Hall. México.
- Klein, A. (2000) **Reír es sano.** Editorial Mondadori. Barcelona.
- Kinicki, A y Kreitner, R. (2003). **Comportamiento Organizacional. Conceptos, problemas y prácticas.** Editorial Mc Graw Hill. México.
- Lyttle, J (2003) **Investigación sobre el Humor.** Editorial Business Horizons.
- LUNA Y PEZO (2005) **Planeación estratégica.** Primera edición. Editorial Trillas. México.
- Nosnik, A. (2005) **Culturas Organizacionales.** Editora Cristina Seco. España
- Robbins, S. (2005) **Comportamiento organizacional.** Conceptos, controversias y aplicaciones. Prentice Hall. México
- Tamblyn, D (2006) **Reír y Aprender.** Editorial: DESCLEE DE BROUWER. Philadelphia
- Vargas, J. (2007). **La culturocracia organizacional.** en México.

POTENCIAL SINÁPTICO EN LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI

Tatiana Britto González
tbritto@infotep.edu.co
Yamelys Navarro Becerra
ynavarro08@infotep.edu.co

RESUMEN

El propósito del siguiente artículo es analizar el potencial sináptico aplicado al mando de las organizaciones del siglo XXI para asumir entornos versátiles y exigentes. En referencia a lo ilustrado, se trazó una búsqueda o revisión teórica principalmente de los aportes que autores como; Braidot (2011), Herreros (2012) y Cardona (2008) han realizado a la Neurogerencia desde diferentes perspectivas, en la que se fundamentó el estudio. Así mismo, se consideraron algunos tratadistas que manejan temáticas convergentes desde sus modelos, focalizando hacia todo el personal de la empresa, advirtiendo en ellos los procesos de aprendizaje y el cambio. En términos concluyentes, es importante resaltar que el epicentro del estudio se dirige al nivel gerencial, por detectarse en este actor un gran impacto en el comportamiento de sus colaboradores, lo anterior, teniendo en cuenta la participación de las neuronas espejos como un fenómeno que se repite mediante la observación de las acciones de otros, lo que da lugar a la propuesta de unos lineamientos para optimar el potencial sináptico en las organizaciones actuales.

PALABRAS CLAVE: Neurogerencia, Neuronas, sinapsis, Cerebro, Organizaciones.

INTRODUCCIÓN

Las ciencias gerenciales en su vasto desarrollo van integrando diversas investigaciones que han propiciado la evolución de los mandos en el ámbito empresarial. De esta forma, el desarrollo cerebral genera un enfoque que trasciende a la forma de regir y vincularse en las dinámicas de las organizaciones versátiles, a través de la re-flexión cognitiva, emotiva y decisoria, que contempla causas, efectos y consecuencias de un todo circundante complejo al que se accede por medio de los sentidos.

Sin embargo, cabe señalar que durante mucho tiempo, prevaleció una desarticulación en esta triada, anexa a muchas consignas de trabajo, de las cuales Braidot (2011), pág. 31, destaca: "las emociones deben dejarse en la puerta antes de entrar en la oficina", de dicho estilo se deduce la repulsión de las emociones en el trabajo, y su percepción como algo normativo en el mundo laboral, lo cual facilitó además de una lectura de censura y exclusión ante las mismas, dejando como resultado, un estilo decisional saturado de datos, sin intervención espontánea de los sentidos, en el supuesto de escenarios de certezas controlables, que obstaculizaron el potencial sináptico en una generación que perdió vigencia por temor a lo desconocido.

Desde este enfoque, Braidot citado por Pelekais y Otros (2014), proponen que en el marco de las organizaciones un gerente que carezca de capacidad para procesar señales emocionales tendrá inconvenientes para anticipar las posibles consecuencias negativas o positivas de determinados cursos de acción. De lo anterior, se deduce la incursión en un tiempo de redefinición del dualismo mente-cuerpo como elemento emergente, que desafía el cambio en la gestión empresarial en la actualidad. A partir de allí, comprender el potencial sináptico aplicado al mando en las organizaciones del siglo XXI para asumir entornos versátiles y exigentes, como propósito de estudio cobra sentido y pertinencia.

MODELO DE GESTIÓN TRANSFORMADOR, NEUROMANAGEMENT

Interpretando a Braidot (2011), quien designa a la presente época; la era de las neurogerencia aplicada, al traer consigo la creación de disciplinas como el neuromarketing, neuroeducación, neuromanagement, entre otras, que utilizan en pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, donde se plantea un liderazgo capaz de sentir, de generar mecanismos auto reguladores, es decir que tienen inauguración endógena, o más claramente un principio interno. En este sentido, el modelo de gestión gerencial debe fortalecer conexiones en su ser, para poder crecer con lo que le viene de otro, que aun cuando está en un nivel distinto, le es ineludible para el cumplimiento de las metas y la productividad empresarial.

Teniendo en cuenta lo esclarecido, en el neuromanagement se oferta una alternativa para proveer al ser humano de elementos inimaginables por cuanto es irrisorio lo develado de su alcance e injerencia en todos los contextos. Alrededor de este término, tres tratadistas emplean el concepto como producto de sus investigaciones, dichas acepciones se irán desplegando a continuación.

Inicialmente para Cardona (2008), es la aplicación del funcionamiento del cerebro al management de las organizaciones, partiendo de un fondo ético, el cual tiene fuentes de dos tipos: de los descubrimientos fisiológicos del cerebro y los modelos mentales. Al respecto, en opinión del autor existen dos pensadores que marcan ciertas rutas eficaces a seguir. Uno de ellos es Daniel Goleman con la existencia de un cerebro social y Ned Herman con su relato de los tipos de cerebro, dominios cerebrales e importancia en el management.

Interpretando a Herreros (2012) más que definir el significado, traza una perspectiva crítica a través de la historia del management, en el cual diserta frente al fracaso de un cambio de mentalidad hacia una nueva manera de entender la gestión de personas, de las organizaciones y por tanto la calidad de la vida. Manifiesto, que logra por medio de técnicas para sacar provecho de los trabajadores, animándoles a proponer sin miedo a represalias, dando lo mejor de sí mismo e involucrándose en los objetivos de la compañía para beneficio mutuo.

Aunado a lo expuesto, Herreros (2012), proyecta en los directivos prácticas transparentes como fundamento de la percepción de la certidumbre que cualquier empleado necesita para aportar todo su potencial a la empresa. A través de sus raciocinios, también se puede advertir el filtro del fondo ético en la dirección como elemento faltante en la realidad.

Seguidamente, Braidot (2011), pág. 29, describe al neuromanagement, como la aplicación de las neurociencias cognitivas al gerenciamiento y la conducción de organizaciones. Focalizando en; los procesos neurobiológicos vinculados a la toma de decisiones, el desarrollo de la inteligencia individual y organizacional (inteligencia de equipos), la planificación y gestión de personas (selección, formación, integración grupal y liderazgo). Se puede apreciar en su obra, la combinación de conceptos bilógicos y empresariales precisos, lo que da paso a la simetría en dos discursos que provienen de orígenes disimiles pero a su vez, destilan utilidades de doble dirección.

Finalmente, se destaca que esta particularidad le es exclusiva a este autor, que sin estar formado en las ciencias biológicas se ocupa en definir con precisión los términos aplicados a la neurogerencia, lo cual ubica al lector que incursiona en esta disciplina, enriqueciendo sus aportes desde configuraciones arriesgadas.

Con base a estas declaraciones, servirse de este cúmulo de información para descifrar las combinaciones que arrojan luces a las necesidades organizacionales desde cualquier ciencias del saber, lo que justifica el aprovechamiento de los dispositivos neurobiológicos, para optimizar las relaciones humanas y por ende los procesos empresariales.

CONTAGIO, VENTAJA PARA EL CAMBIO A TRAVÉS DE LA ACCIÓN.

Es de destacar que el comportamiento humano, tiene un efecto de ida y vuelta, de contagio, lo que probablemente se fundamenta en el hecho de poseer las neuronas espejos. De manera análoga, Cardona (2008), pag. 54 encarna perfectamente esta idea, con sus propios elementos semánticos, claramente incorporado en su frase “La personalidad del jefe se acaba pegando”, aspecto que se ilustra con el siguiente ejemplo; si mi jefe es un obsesivo en los detalles, yo acabaré prestándole atención a los detalles, lo que termina originando el fenómeno de la **homologación en los equipos**, o dicho en otras palabras uniformidad en la forma de operar o pensar algo.

Seguidamente insiste, en que este fenómeno es poco favorable, por cuanto crea equipos especialistas en actividades determinadas pero tontos para otras, motivo por el que sugiere el desarrollo cerebral en el gerente para integrar su saber hacer con el de sus colaboradores, y de esta manera sacar provecho a la diversidad en un mundo competitivo. Dando continuidad a sus planteamientos, formula a través de su libro: **Neuro-management**, una serie de conocimientos y aplicaciones para obtener resultados con menos equivocaciones, acotando que no implica convertir al neuromanagement una meta teoría, sino más como una opción para abordar estos tema.

Apuntando a lo referenciado, se va admitiendo con la neurogerencia, el hallazgo de una herramienta para la orientación de acciones y la elección de ejes que optimizan tanto rol de mando, como las competencias de equipos, apropiándose de un lugar enérgico en los procesos de formación y aprendizaje. En este mismo orden de ideas, Gore y Vázquez (2010), pag 19, esbozan, “Todos sabemos que en las organizaciones las personas no hacen lo que sus jefes dicen que hagan, sino más bien lo que sus jefes hacen”. Los motores de la acción no están en la obediencia, sino en el significado; la gente hace aquello a lo que le encuentra sentido.

Lo anterior cobra mayor sentido, sobretodo sí se tiene en cuenta que desde el nivel operativo y administrativo, ha prevalecido el lamento por la nula inmersión de los mandos en las capacitaciones, reproche percibido de manera silenciosa por temor a sus derivaciones, lo cual se termina convirtiendo en uno de los antecedentes de conflictos por excelencia que lleva a los actores de una

organización a una disonancia cognitiva (divorcio entre las acciones y lo que se expresa).

Rápidamente, surge un interrogante; ¿Cómo lograr un cambio integrador en la organización, si quienes lo destinan se resisten a la transformación de sus pensamientos, acciones y decisiones?, lo complicado radica en su convencimiento, dado la complejidad jerárquica a la que se inscribe el planteamiento y las profundas implicaciones que acarrea, sin contemplar tal vez, que cada paso que da el ser humano en el conocimiento, consciente del valor que posee, por cuanto suscita ganancias que evolucionan, su comportamiento y ambiente.

Esgrimiendo en mayor detalle lo concebido, subyace una invitación a la renuncia en materia de preconceptos, que van desde lo particular a lo general, por lo cual se debe preparar a los medios y altos mando para resignificar su intervención en las organizaciones, creando un ambiente propicio para en el establecimiento de relaciones, el direccionamiento y bienestar de la empresa y con ello el logro de las metas. Al respecto, Gore y Vázquez (2010), pág. 20, argumentan; “No hay construcción colectiva de conocimientos sin la modificación, generación o redefinición de vínculos”.

Lo anterior, pone en evidencia la importancia de la dimensión social en el mundo para prosperar en su comprensión, de hecho, es desde ese encuentro entre seres humanos con diferentes estilos, percepciones, sentimientos y opiniones como se ha podido crear diversas disciplinas, teorías y soluciones. Esto se explica, por cuanto en la generación o redefinición de vínculos, se evidencian el valor del contacto, por el cual se desarrolla el lenguaje, lo que a su vez, hace eco en el pensamiento, sin entrar a detallar cuál de los dos se da primero, pero si reconociendo la necesidad de ambas funciones ejecutivas para el progreso de lo sensible como elemento constitutivo del ser humano.

En consecuencia, es de contemplar que hay situaciones que favorecen la evolución de estos procesos cerebrales, tal es el caso de la mediación que asiste al neurogerente, para que en su interior descubra su capacidad resolutive, convirtiéndose para su equipo en modelo, agente impulsor y susceptible de mejora. Se deduce en términos concluyentes, aquello que hace un tiempo se creía discordante para el contexto laboral, se presenta en la actualidad como un factor detonante de cambios que puede generar acústica en el personal por ende activar acciones de repetición (aprendizajes) y resultados insospechados en los colaboradores.

Complementando estos axiomas, para Lacoboni citado por Pelekais y Otros (2014), las neuronas en espejo nos brindan por primera vez en la historia, una explicación neurofisiológica plausible de las formas complejas de cognición e interacción social. Al ayudarnos a conocer las acciones de otros, también nos ayuda a reconocer y comprender las motivaciones más profundas que la generan. Y agrega estas células se denominan neuronas espejo porque se activan ante movimientos idénticos, ya sea realizados u observados. De lo puntualizado se deduce la relación existente entre lo cognitivo, emotivo y decisorio del hombre para su funcionamiento.

En última instancia Braidot (2011), al definir a las neuronas espejos un como aquellas que permiten ponernos en el lugar del otro, mediante un proceso que llama empatía en el que intervienen en la forma de aprendizaje por imitación más rápida y eficaz que posee el cerebro, afianza su especialidad permitiendo la comprensión de afirmaciones en las cuales se atestigua que las personas aprenden más de lo que ven, que de lo que escuchan. Así mismo, se solidifica la importancia de las acciones, en el aprendizaje, por ende bajo este hallazgo, se le aporta al gerente de las nuevas generaciones un desafío que lo compromete desde su singularidad.

DÉCADA DEL CEREBRO

Es incuestionable el papel crucial del cual goza el cerebro en toda actividad humana, máxime si se utiliza con intencionalidad para aprovechar sus generosidades, pese a lo poco que se sabe de su alcance. Según Braidot (2011), su principal función es recibir los estímulos que llegan tanto del medio externo como del interno, organizar esta información y hacer que se produzca, las repuestas adecuadas. Desde este punto de vista, pareciera algo sencillo entender pero en la realidad son tantas las funciones que se encuentran en él, que convierten en un desafío su descubrimiento.

Para, Herreros (2012), el cerebro es como un gran consumidor de energía, que demanda compensación e intercambio pues es un órgano que da y espera recibir. Frente a este tópico, el tratadista se cuestiona y responde a sus propias inquietudes de las cuales se retomará la siguiente; ¿Por qué es ahora cuando toda esta problemática se pone sobre la mesa, cuando este pudo surgir hace 100 años?, a lo que argumenta; la revolución industrial necesitaba más manos que cerebro, en la actualidad se ha invertido esta necesidad; ahora se necesita más cerebro que nunca.

Conjuntamente sugiere el proponente, al aportar más cerebro, el ser humano no se conforma nada más con recibir salarios, contrariamente a lo sucedido durante la revolución industrial, en la cual se satisfacían prestando los brazos a cambio de bienes y servicio. Esto puede ser lo que sostiene el hecho de que el dinero es insuficiente para avalar la permanencia del empleado cuando se ausentan distintos elementos. Indiscutiblemente estamos ante una época que reclama sensibilidad y humanismo, donde el gerente sin sus recursos neurales y el desarrollo cerebral, quedo corto ante las demandas personales y sociales del talento humano que le acompaña.

Por su parte, Cardona (2008) en correspondencia a la teoría de MacLean, bosqueja los tres niveles o pisos del cerebro; reptiliano, mamífero y el cerebro de las especies humanas. En la base, están las conductas automáticas, que nos permiten vivir y que en principio, están fuera de nuestro control. En el segundo, se encuentra el sistema límbico, en el que residen nuestras emociones, cuya respuesta a un estímulo exterior es rápida, por lo que amplifica vertiginosa a nuestra consciencia. Y en el tercero se encuentran los procesos conscientes. En general plantea que el cerebro es un suprasistema de sistemas, esta pretensión posee elementos que permite entender la complejidad y valía del soporte que trae la temática.

Para tal efecto, Braidot (2011) pág. 74, recurre al término sinapsis, refiriendo; “En realidad los fenómenos que se producen mediante la sinapsis, son los que generan nuestras activaciones cerebrales y en ellos se basa nuestra mente”. Ahora bien, de lo anterior se interpreta que la sinapsis está acompañada de un potencial, lo cual alude a la fuerza o poder para lograr elevar el nivel o la condición de algo, lo que vendría a simbolizar para el cerebro el tipo de conexión neuronal sea positiva o negativa, aspecto análogo a lo que representa el gerente en las organizaciones de acuerdo a la magnitud y calidad de vínculos que establezca con sus colaboradores.

En razón a lo detallado, se infiere que en el desarrollo del potencial sináptico se guardan respuestas que por equivalencias a las problemáticas de la conexión entre personas o neuronas, podría hacer emerger respuestas al tratamiento de los obstáculos en la transmisión de información, lo anterior aprovechando lo accesible del cerebro y su virtud maleable.

Así mismo, Ansermet, citado por Pelekais (2014) reseña una visión del cerebro que deja de ser determinado y o fijo. Acentuando, el cerebro debe permanecer abierto al cambio, a contingencias, modulable, y potenciado según las experiencias o circunstancias del entorno. En tal sentido, desde este aporte, permanece visiblemente la idea de un cerebro flexible, en el que se encuentra la capacidad de aprendizaje sin estigmas de edad alguna, que lo invita al nuevo gerente al restablecimiento de sus conexiones neurales para el surgimiento de ideas transformadoras.

ORGANIZACIONES COMO SISTEMAS HUMANOS DE CONEXIÓN

Atendiendo al criterio de Gibson y Otros (2006), pág. 5, son entidades que permiten a la sociedad conseguir logros que no podrían alcanzar si los individuos actuaran de manera independiente. Atendiendo a lo anterior, reaparece una vez más el componente social que se imponen como condición imprescindible, de la que se deben apropiarse los mandos, conjuntamente con los demás niveles.

En esta misma línea, Muñoz (2007), manifiestan que las organizaciones son sistemas humanos de cooperación y coordinación integrados dentro de los límites definidos con el fin de alcanzar metas compartidas. He aquí, la referencia en cuanto a la construcción de la realidad por medio de la interpretación de significados citada con antelación por lo que insiste a Gore y Vázquez (2010), pág. 20, “Por eso no alcanza con que la persona se exponga a las nuevas ideas. Más allá de la tecnología educativa la claridad del docente o calidad de los contenidos, es necesario que el individuo trabaje activamente con otros para rehacer acuerdos explícitos o tácitos a fin de actuar de manera diferente”. Interpretando a los tratadistas aprender; **“es un hacer juntos”**, para resignificar probablemente la vida de la organización y para ello se deben encontrar repuestas que indique como superarse o reinventarse.

Sumado a lo anterior, Munguis (2006) dice; las organizaciones son instrumentos vitales de cualquier sociedad. Por una parte proporciona bienes y servicios que satisfacen necesidades y por la otra crean el ambiente en el cual se

pasa la vida propia. Sujetos a este criterio, la valía de este tipo de estructura social guarda complejidad para la gente y las naciones que buscan su desarrollo.

En síntesis, estas alocuciones van a luz de una realidad que ha variado en su modalidad, por cuanto devuelve al hombre la fibra humana quebrantada que tanto anhela, pero que a su vez, hace muy poco para recuperarla, llegando incluso en el peor de los casos, a la admisión de una actitud indiferente ante un universo que le oferta pero también le quita. En este sentido, se guarda en el cerebro un potencial sináptico capaz de generar prósperas transformaciones personales y organizacionales.

CONSIDERACIONES FINALES

Es necesario replantear el modelo gerencial distante en las organizaciones, por el impacto que tienen las acciones de los altos y medios mandos en el comportamiento de sus colaboradores. En razón a lo anterior, aparece el Neuromanagement como herramienta detonante de aprendizajes en el ámbito laboral, ofertando descubrimientos aun insospechados.

Los procesos de formación o capacitaciones deben integrar a todos sus actores, en especial a quienes la dirigen, lo que a su vez, requieren un seguimiento y validación en la práctica, para evitar quedar relegados solo a aspectos teóricos momentáneos que dan respuestas a procesos y políticas de mejoramiento sin continuidad.

En la planificación y la toma de decisiones se debe tener en cuenta la participación de los sentidos en las organizaciones actuales que demandan entornos cambiantes que necesitan de la intuición y procesos más humanizados.

La construcción conjunta en la planeación estratégica de la organización, debe ser una política, por cuanto fortalece el desarrollo del sentido de pertenencia, la creación de vínculos y la cultura empresarial, haciendo que todos sus actores aporten sus significados para trascender a las metas de la empresa y lograr que confluyan los valores.

Las organizaciones deben promover espacios de diálogos, donde se autoevalúe su funcionamiento con cierta periodicidad y se minimicen los obstáculos en la comunicación, a través del cruce de perspectivas para alcanzar una mirada integradora de sus resultados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Braidot, N. (2011). **Neuromanagement**. Editorial Granica S.A., Buenos Aires.
- Cardona, S. (2008). **Neuro-management**. Editorial Almazara, S.L. España.
- Gibson, J. Ivancevich, J Y Donnely, J (2006). **Organizaciones comportamientos estructuras y procesos**. México. Editorial Pearson Prentice.
- Gore, E. Vásquez, M. (2010). **Hacer visible lo invisible: una introducción a la forma de trabajo**. Editorial Granica. Buenos Aires.

Herreros, C. (2012). **#Neuro-Management**. Editorial. LID Editorial Empresarial, S.L. Madrid.
Munguía, E. Ocegueda Vicente. **Teoría de las organizaciones**. Editorial Unbral S.A de C.V. México.
Muñoz, R. (2007). **Desarrollo de las organizaciones del siglo XXI**. Edita especial Directivos. Madrid.

CAPITAL INTELECTUAL Y HUMANIZACIÓN EN CONTEXTOS UNIVERSITARIOS

Ángel Nava Chirinos
angelnavach66@hotmail.com
Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt"
Leandro Sierra
escuelamineria@gmail.com
Fundación Escuela de Minería de la Guajira

RESUMEN

El trabajo que se presenta, estuvo dirigido identificar el capital intelectual como elemento fortalecedor en la humanización en instituciones universitarias aliadas al contexto social. Apoyado por autores como: Nava (2014), Nava, Morales, García, Morales y Farías (2011), Alles (2008), Brooking (1997), Edivinsson y Malone (2005), Steward (2007), entre otros. Se desarrolló bajo un enfoque descriptivo, transaccional, no experimental de campo. Para recolectarla información, se utilizó un cuestionario conformado por 49 ítems con respuestas escala lickerd. Se hizo uso del juicio de expertos para la validación del instrumento. La confiabilidad fue determinado mediante el coeficiente alfa de cronbach reflejando un resultado de 0.80 (80%). Para el análisis de los resultados se utilizó la estadística descriptiva que permitió llegar a las siguientes conclusiones: Al asumir las instituciones universitarias, como entes generadores de conocimiento, el cual ha de ser significativo, y sobre la base que ellas son generadoras de un aprendizaje a o lúdico de cada contexto, estas deben orientar su accionar en función de la creación, generación y/o fortalecimiento de habilidades, destrezas, así como competencias que redunden en lo humanista del conocimiento valorado en el capital intelectual, por lo que las mismas deben orientar la generación de competencias diferenciadoras en los contextos empresariales en los cuales, el nuevo hombre, hace vida productiva, luego de ser formado en espacios académicos universitarios, orientando al individuo a asumir nuevos conceptos sociales que fundamentan los niveles de efectividad y productividad, haciéndose necesario, por tanto, hacerlos sujetos transformadores de una realidad social.

PALABRAS CLAVE: capital, intelecto, humanización, universidad.

INTRODUCCIÓN:

El contexto universitario, logra con su accionar involucrar acertadamente, las relaciones de fraternidad necesarias entre el entorno tanto interno como externo, que hacen vida en ella, producto de su razón de ser, lo que para las comunidades es, una manera acertada de lograr la humanización como un vínculo estratégico, que capital intelectual utiliza con la finalidad de lograr en el contexto universitario, la

humanización requerida, para ser de una u otra forma transferida al sector empresarial, como eje fundamental de su desarrollo humano el cual redundara en la calidad de sus servicios y/o productos que esta ofertan al mercado, con la eficacia requerida.

El proceso evolutivo aunado a los cambios que han sufrido las organizaciones incluyendo las de educación universitaria, ha conllevado a que los individuos se conviertan en el activo más valioso dentro del contexto productivo, bien sea de bienes o servicios, resaltando y respetando sus costumbres, cultura, principios, valores, sin dejar a un lado sus creencias religiosas así como sus afiliaciones políticas, englobando así la cultura social del individuo, hecho que permite dar paso con buen pie al proceso de humanización dentro del sistema administrativo de cualquier organización, bien sea pública o privada.

Bajo esta óptica, se da inicio a la visualización del individuo amparada bajo una concepción biosicosocial, reconociendo su condición humana dentro del contexto organizacional, desechando la costumbre mal concebida de visualizar al individuo como una maquina más que conformaba el cumulo de equipo que forman parte de los activos reales de la organización en la cual brindan sus servicios, logrando con esta concepción mantener la inserción del hombre en los procesos gerenciales y administrativos que conllevan al proceso productivo, con conciencia humanística, reconociendo la formación de sus valores, los cuales se han ido fortaleciendo en su trayectoria dentro del contexto social en el cual se incluye la familia.

Contexto este último en el cual surgen al igual que se desarrollan sus primeras y más fuertes concesiones en lo que se refiere a la honestidad, respeto, responsabilidad, entre otros principios y/o valores, como cualidades que lo caracterizan como un ser netamente humano, con ética personal y profesional, lo que justificara su acción humanitaria dentro de los procesos en los cuales hace vida organizacional, así como personal y familiar, favoreciendo todo esto a la instauración del proceso de humanización que se desea asentar y perpetuar dentro de las organizaciones de cualquier índole.

Respondiendo así con las exigencias del entorno, al lograr mediante la incorporación espontanea de los responsables de propiciar, el que los procesos productivos y/o administrativos, se orienten a que el capital intelectual que poseen respalden la humanización organizacional, como una estrategia que permitirá el arraigo y profundización que necesitan para generar y desarrollar competencias diferenciadoras que los conlleven a su permanencia en el entorno en el cual hace vida universitaria, perfilándose como organizaciones de ejemplo significativo para dar inicio del proceso de humanización en cualquier organización que desee incursionar en esto.

En aras de visualizar las ventajas que este trae tanto dentro como fuera de las organizaciones que lo practican, al convertir su activo humano, en hombre y mujeres consientes, responsable socialmente, resaltando sobre todo que se manifiestan muy dados a la búsqueda del bien común, actitudes estas, que se perfilan como una característica de gran relevancia que diferencian el accionar

administrativo que ejercen el conglomerado empresarial en los contextos universitarios, totalmente humanizados.

Según, Nava, Morales, García, Morales y Farías (2011), en Venezuela, donde las Instituciones Universitarias Públicas, son asumidas bajo la política de Estado, emanada a través de la ley de Universidades, son caracterizadas por ser una comunidad de intereses comunes, orientada a realizar una función rectora en la educación, la cultura y la ciencia, donde cuyas actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber, mediante la investigación y la enseñanza, a completar la formación integral iniciada en los ciclos educacionales anteriores; y a formar los equipos profesionales y técnicos que necesita la nación para su desarrollo y progreso.

Es así como los entornos universitarios, al ser asumidos como productores y/o generadores de conocimiento, en orden a satisfacer las necesidades del entorno, requieren hacer el uso efectivo de su talento intangible, como lo son los docentes-facilitadores, los cuales según lo planteado anteriormente en la ley de universidades, representan y enfatizan la comunidad organizada tendiente a desarrollar ciencia y tecnología, haciendo uso de la innovación que les permita la creación de conocimiento, el cual debe ser difundido al contexto social en el cual hace vida académica, asumiendo la socialización como elemento determinante de la humanización del contexto académico.

SITUACIÓN DE ANÁLISIS

LA HUMANIZACIÓN

Al hablar de humanización necesariamente salta a la vista el término socialización, ya que este último es la fuente principal para el surgimiento de la misma. Por socialización se entiende el proceso, por medio del cual el individuo aprende a desenvolverse en una sociedad determinada. El agente socializador será la sociedad en su conjunto a la manera holística, o cualquier otro elemento o elementos de la sociedad. Foro de Ciencias Sociales (2002)

En el referido foro se define la humanización como el proceso que explica el hecho de la evolución del hombre, (desde el primate ya desaparecido hasta el nuevo hombre social e integrado). Esta por tanto, explica el proceso de transformación, formación, conformación del mono en el hombre actual. Manifestando que según los antropólogos se puede explicar la humanización a través de la técnica de la socialización. Así las diferentes acciones sociales adquiridas y desarrolladas por el hombre fueron marcando cambios significativos en la forma de socialización.

En este sentido hace preponderante enfatizar que el nuevo hombre social acciona sobre la base de una serie de aspectos, fenómenos o características tales como sus competencias, habilidades y destrezas que focalizan su accionar. Sin embargo el nuevo contexto de humanización orienta al individuo hacia un accionamiento guiado por nuevos aspectos tales como la creencia social, la condición de dogma y fe, así como la convicción propia del saber hacer,

fundamentado en la condición lúdica de su contexto social donde la cultura, las condiciones de aprendizaje familiar (educación de hogar) generan en él un nivel de aprendizaje significativo que le crea, los aspectos diferenciadores del nuevo individuo en su contexto social.

Así las organizaciones deben visualizar el individuo, como un ser biopsicosocial, sobre la base de un elemento que genera valor agregado no visualizando como un instrumento o recurso sino como un talento que genera, tanto productividad como efectividad, con convicción y condición de aprendizaje académico aunado a la condición lúdica de su ambiente social.

Actualmente las organizaciones se mantienen en una constante incorporación de aspectos o características que les permitan mantenerse a la par de los avances o constantes cambios que se generan en ellas a nivel mundial, a las cuales no pueden estar a espaldas por correr el riesgo de salir del sistema en ocasiones hasta sin darse cuenta, uno de estos aspectos o características se define como capital intelectual el cual está directa y estrechamente relacionado con el talento o recurso humano que conforman la plataforma laboral de las mismas.

Aun cuando el capital intelectual dentro de ellas no es nada nuevo siempre ha estado presente, hasta el punto que ninguna organización puede funcionar si este tipo de capital, el valor de esta herramienta organizacional es de incalculable valor para el logro de los objetivos, lo que se traduce en bienestar laboral y beneficios económicos para la estructura organizativa como tal, razón por la cual en todo momento los gerentes, jefes, directores o cualquiera sea la denominación que se le asigne a los responsables de dirigir los destinos institucionales u organizacionales, se encuentran en la constante búsqueda de familiarizarse con sus capital intelectual, profesar la empatía, manifestar su interés en propiciar lazos de amistad, facilitar la superación de su personal, entre otros.

Dando pie con esto el abrir las puertas que sustentaran el tan anhelado para muchos proceso de humanización organizacional en contextos productivos e inmerso en organizaciones multiculturales, por considerar que estos dos aspectos son el factor clave para lograr la humanización tanto dentro como fuera del ámbito laboral, y que el mismo sea traspolado a la sociedad en general.

Con estos tan transitados términos como lo es el capital intelectual y la humanización se considera necesario hacer referencia a la mezcla de activos, tanto materiales, de planta física, financieros y los más importantes el capital intelectual como los agentes que unidos acertadamente, aun cuando en algunas ocasiones con disparidad o diferencias considerable, permiten el funcionamiento de las empresas u organizaciones.

Resulta relevante el hecho de destacar que así como las organizaciones han experimentado cambios significativos para bien de su colectivo, también es cierto que se encuentra presente un fenómeno que entorpece su normal funcionamiento impidiendo a pasos agigantados el desarrollo deseado por sus principales propietarios y anhelado por su capital intelectual, así como en el entorno en cual se desarrolla, en virtud que el crecimiento organizacional favorece a uno directamente

pero para otros indirectamente, reflejado en el bienestar y desarrollo de la comunidad que se encuentra a su alrededor.

El fenómeno de la deshumanización que ha experimentado las organizaciones últimamente, se puede considerar como una de las razones principales que contribuyeron a que estas fuesen cada día menos sensibles a las exigencias, deberes, beneficios y condiciones laborales de su capital intelectual, al igual que no tomaban en consideración las situaciones de la sociedad de su entorno, logrando con esto extinguir cualquier señal de humanización que pudiese quedar en el ámbito organizacional, dando paso a que los directivos o dueños de las empresas colocaran todo su interés en el proceso productivo, olvidándose de la condición humana de quienes lo hacen posible, sin percatarse que la tecnología de nada sirve sin la presencia y accionar del talento humano, y solo con la unión de la tecnología y estos se hará posible el proceso productivo.

HUMANIZACIÓN UNA VISIÓN DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL

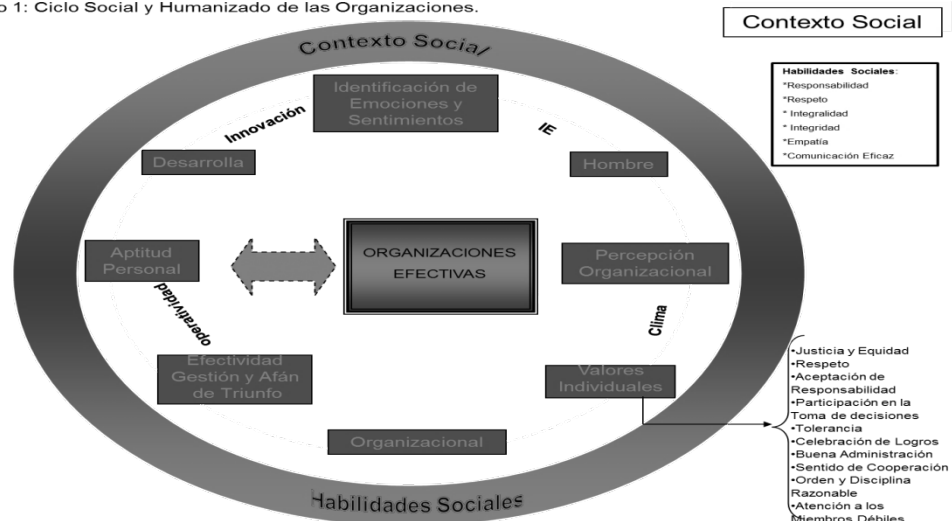
En el ámbito organizacional, tal como se ha planteado en los párrafos anteriores, y sobre la posición de Nava (2014), en su Conferencia magistral de apertura del Congreso Internacional de Investigación e innovación 2014. Multidisciplinario. Universidad de Cortázar. Cortázar–Guanajuato–México, titulada: Humanización en las Organizaciones Productivas Multiculturales, se vislumbra una nueva forma de gerencial orientando el comportamiento del individuo, como ente preponderante en las organizaciones, hacia una efectividad organizativa de productividad con gestión social, en tal sentido esta última orienta la utilización y aprovechamiento de la biopsicosociabilidad del hombre, para que esta sea traspolada al entorno organizacional, así conseguiremos organizaciones humanizadas en contextos productivos diversos, capaces de enfrentar las amenazas y asumir las oportunidades en espacio y tiempo real, haciendo uso de sus fortalezas, las cuales deben hacer mermar sus debilidades. Todo este planteamiento surge del análisis y accionamiento del individuo, multicultural, inmerso en las mismas. El cual con sus herramientas de acción generan las competencias diferenciadoras de cada organización.

Todo este planteamiento, sugiere el altivo trabajo del supervisor - líder – jefe, el cual debe mantener una actitud positiva con carácter de socialización e integración que permita la sustentabilidad endógena que interactúan en los contextos productivos, así enfatizar en una gerencia integrativa, donde el orden de sistematización de la misma se orienta a la integración del entorno laboral que permita una asociación de la organización formal con la informal, es decir que se permita la participación del capital intelectual en todas las acciones organizacionales, es así como se podría generar una actitud de sinonimia que gesta un sentido de pertinencia hacia la misma.

Esto implica que el gerente-supervisor-líder-jefe, el cual podríamos denominar líderente, se integre a lo social de sus empleados y se preocupe por su contexto biopsicosocial en su interacción tanto a lo endógeno (como empelado) de la organización como a lo exógeno (en su núcleo familiar), de la misma, asumiendo que cada individuo tiene un contexto bajo estas dos premisas citadas. En este

sentido, el líder, podrá ir integrándose a lo individual de cada sujeto, así se tiene, ver gráfico 1:

Gráfico 1: Ciclo Social y Humanizado de las Organizaciones.



FUENTE: Nava A. (2014)

CAPITAL INTELECTUAL

Para efecto de los autores el capital intelectual es el recurso o activo de mayor valor y relevancia con el que cuenta cualquier organización, por ser este el motor o combustible principal que mueve toda la organización, sin distingo alguno, haciendo uso de sus capacidades intelectuales y sus habilidades laborales.

Dicha afirmación da pie para definirlo como una mancomunidad constituida según los términos contable por activos intangible con los que cuenta la organización, y que no son reflejados en los estados financieros contables, sin dejar de reconocer que actualmente son propiciadores de valor agregado en términos productivos, con una gran visión futurísticas, haciendo uso de los conocimientos individuales y colectivos que se encuentra en el ceño organizacional, lo que permite la consecución en el tiempo establecido de los objetivos que se desean alcanzar, por contar con el potencia que posee cada empleado.

Para, Alles (2008), define el Capital Intelectual como material intelectual, conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia, que puede utilizarse para crear valor. Es fuerza cerebral colectiva. Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien lo encuentra y lo explota, triunfa. El mismo autor afirma que en la nueva era, la riqueza es producto del conocimiento. Éste y la información se han convertido en las materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes.

Según Brooking (2007), el capital intelectual de una empresa puede dividirse en cuatro categorías:

- Activos de mercado (potencial derivado de los bienes inmateriales que guardan relación con el mercado).
- Activos de propiedad intelectual (know-how, secretos de fabricación, copyright, patentes, derechos de diseño, marcas de fábrica y servicios).
- Activos centrados en el individuo (cualificaciones que conforman al hombre y que hacen que sea lo que es).
- Activos de infraestructura (tecnologías, metodologías y procesos que hacen posible el funcionamiento de la organización)

CLASIFICACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL SEGÚN VARIOS AUTORES

División, bloques o componente son los términos, mostrados en el cuadro N.- 01, utilizados por Nava M. (2012), para clasificar o dar a conocer los tipos de capital intelectual, que según ellos se encuentran o identifican dentro de las organizaciones.

CUADRO N.- 01

Edvinsson y Malone (2005) el capital intelectual se divide en:	Steward (2007) divide el capital intelectual en tres bloques :	Euroforum (2004), citado por Brooking (2007). El Capital Intelectual se compone de:
Capital Humano Capital Estructural Capital Clientela. Capital Organizacional. Capital Innovación. Capital Proceso.	Capital Humano. Capital Estructural. Capital Cliente	Capital Humano. Capital Estructural. Capital Relacional.

FUENTE: Nava M. (2012)

Resalta el hecho de que los tres autores citados, coinciden en que se visualizan en todo momento el Capital Humano y el Estructural, soportando esta coincidencia en que el proceso de humanización dentro de las organizaciones es la más acertada opción o estrategia, que en la actualidad deberían asumir las organizaciones, considerando como tercera opción de relevancia el capital cliente el cual es asumidos por Edvinsson y Malone (2005) y Steward (2007).

Así al hacer un análisis de las concepciones teóricas del capital intelectual, se observa que según Nava, Morales, García, Morales y Farías (2011), puede hacerse referencia a que:

Todo lo que conlleva a que las organizaciones deben producir nuevos conocimientos, en especial las instituciones universitarias, mediante la experiencia, las aptitudes y actitudes en el desarrollo de una cultura organizacional, deben crear un ambiente de conocimiento en el que confluyan la calidad de los recursos humanos, la capacidad de gestionar la información y la habilidad del modelo

organizativo para implementar e integrar las herramientas, técnicas y métodos adecuados que permitan la aprehensión y cambios de nuevas conductas y comportamientos más humanos que generen una interacción de acción y reacción entre los sujetos que hacen vida e interactúan en todos los ámbitos académicos.

En la medida que las organizaciones se vuelven más dependiente de su conocimiento interno para crecer, su valor pasa de los activos físicos a los activos intangibles del conocimiento. Varias organizaciones han tratado de asignar un valor a sus activos de conocimientos, basadas en la creencia de que una medida más clara de este recurso lo hará más fácil de manejar.

No obstante, medir este capital intelectual no es una tarea fácil, pues en él pueden incluirse recursos diferentes como el conocimiento y las destrezas de su personal, las relaciones con el cliente, la motivación del empleado y las infraestructuras que respaldan el conocimiento creador de una nueva acepción humana de cada sujeto, gestando así una concepción de capital intelectual, traducido en capital inteligente por los autores.

Para tener una idea clara acerca del término “Capital Inteligente”, se consideran algunas definiciones realizadas por algunos expertos en el tema entre ellos:

Brooking (1997), el término capital intelectual hace referencia a la combinación de activos inmateriales que permiten funcionar a la empresa.

Mientras que para Steward (1999), es la suma de todo lo que todos en una compañía saben, lo cual genera una línea de competitividad para ella.

De acuerdo con Edvinson y Malone (1999), es la posesión de conocimientos, experiencias aplicadas, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas profesionales que dan a una empresa una ventaja competitiva en el mercado. Por lo tanto, es un capital humano más un capital estructura.

Asimismo, Euroforum (1998), señala que el capital intelectual es el conjunto de activos de una empresa que, aunque no estén reflejados en los estados contables tradicionales, generan valor para la misma en un futuro.

En ese mismo sentido, Bueno Campos (1999), lo define como una medida del valor creado que permite explicar la eficacia del aprendizaje organizativo y evaluar, en suma, la eficiencia de la gestión del conocimiento. Esta última es una función que planifica, coordina y controla los flujos de conocimientos que se producen en la empresa en relación con sus actividades y con su entorno con el fin de crear unas competencias especiales.

Koulopoulos y Frappaolo (2000), señala que representa la suma total de lo que sus empleados saben. Su valor es, igual al costo de volver a crear este conocimiento. En resumen, el capital intelectual también puede ser la suma de los conocimientos, información, relaciones con los clientes, tecnología organizacional y destrezas profesionales que poseen las universidades que bien gestionados

permiten lograr ventajas competitivas sustentables en el tiempo y por ende generar valor.

En ese mismo sentido, Edvinson y Malone (1999), divide el capital en tres categorías, a saber:

Capital Intelectual: Es la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas profesionales que proporcionan una ventaja competitiva a la empresa en el mercado.

Entonces, se define como la suma del capital humano y estructural dentro de una organización.

Capital Humano: Incluye todas las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los empleados y directivos de la empresa. Además, incluye la creatividad e inventiva de la organización, así como la capacidad de aprovechamiento de la experiencia individual y colectiva.

Capital Estructural: Es la infraestructura con la que se incorpora, capacita y sostiene el capital humano. Incluye factores tales como la calidad y alcance de los sistemas de informática, imágenes corporativas de la empresa, bases de datos, conceptos organizacionales y documentación. También incorpora la propiedad intelectual (patentes, marcas, derechos de autor, diseños, modelos, entre otros)

Otra forma de abordar el capital intelectual, es considerarlo, desde el punto de vista del autor Steward (1997), contiene tres bloques:

Capital Humano: Capacidad, actitudes, destrezas y conocimiento que cada miembro de la empresa aporta a ésta, forman activos individuales e intransferibles.

Capital Estructural: Infraestructura que hace posible el desarrollo del trabajo en la empresa, así como la integración de sus miembros en ella y la facilitación de sus tareas, mediante las tecnologías adecuadas.

Capital Relacional: Hace referencia a los posibles clientes a la que va dirigido el producto de esa empresa o a los clientes fijos (cartera de clientes, listas establecidas) y la relación empresa-cliente (acuerdos, alianzas), los procesos de organización, producción o comercialización del producto.

Todo este análisis teórico-conceptual, nos permite inferir que institucionalmente, el capital intelectual universitario, tiene una dualidad de acción, donde sus capacidades, destrezas, habilidades, entre otros aspectos, traducidos en competencias individuales, que fundamentan las competencias diferenciadoras, sistematizados por la socialización de cada sujeto, hace referencia a que los mismos en ese proceso de coherente de integración, generan una humanización integrativa que fortalece la institucionalidad, donde la base fundamental es generar conocimiento significativo, de aprehensión y adhesión de nuevos paradigmas de comportamiento que oriente la humanización de los procesos administrativos.

METODOLOGÍA UTILIZADA:

Hernández, Fernández y Batista (2008. p. 133), plantean que “los estudios descriptivos pretenden, especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. De la misma forma y según lo planteado por los mismos autores, es considerada no experimental de campo, ya que las variables de estudio no fueron manipuladas presentándose tal y como se muestran en el contexto de análisis, siendo así un estudio de campo, puesto que según lo planteado por Hernández, Fernández y Batista (2008), los estudios de campo se caracterizan por que la información o data es recolectada de la realidad misma donde se suceden los hechos, enmarcándose dicha investigación como descriptiva, con un diseño transaccional, no experimental de campo.

POBLACIÓN DE ANÁLISIS

Para el estudio se tomaron como sujetos de análisis 55 docentes del último semestre de la carrera administración de las universidades públicas y privadas de la Sub Región Costa Oriental del lago de Maracaibo, estado Zulia, Venezuela. La cual por ser finita y significativa no se realizó cálculo de muestra, y se trabajó bajo un esquema tipo censo.

CONSIDERACIONES FINALES

Al asumir las instituciones universitarias, como entes generadores de conocimiento, el cual ha de ser significativo, y sobre la base que ellas son generadoras de un aprendizaje a o lúdico de cada contexto, estas deben orientar su accionar en función de la creación, generación y/o fortalecimiento de habilidades, destrezas, así como competencias que redunde en lo humanista del conocimiento, de forma que este no solo sirva para al afianzamiento de un talento humano, que al capitalizarse se convierte en capital humano nuevo, que oriente su conocimiento no solo al ámbito productivo, sino que también lo sistematice en función a lo humano y social del colectivo en el cual hace vida activa.

En este sentido sobre las exigencias de lo que es el contexto social que busca un hombre más humanitario con convicción social en ellas se hace énfasis en la formación de un individuo capaz de poder asumirlos nuevos concepto sociales que fundamentan los niveles de efectividad y productividad, con capacidad de difundirlos. Haciéndose necesario, por tanto, ser sujeto transformadores de una realidad sociedad, lo cual se da, en forma plena, únicamente en el hombre que asume la convicción humanista, tomando en cuenta que tanto la actitud y aptitud son más sociable en algunos hombre que en otros.

La nueva realidad reinante del proceso de humanización, conllevado por el de socialización, se ha visto favorecido, producto de las costumbres sociales que se han desarrollado, convirtiéndose en el éxito evolutivo de cooperación y concientización que han generado los grupos de trabajo.

Así en orden a los planteamientos de Brooking (2007), el capital intelectual de las instituciones universitarias, es categorizado sobre la base de las siguientes cuatro categorías:

- Activos de mercado (potencial derivado de los bienes inmateriales que guardan relación con el mercado), que redundan en las opciones académicas que ofrecen las instituciones universitarias, en orden a la lúdico y la territorialidad, enmarcado en cada contexto social que tiene énfasis académico las instituciones universitarias.

- Activos de propiedad intelectual (know-how, secretos de fabricación, copyright, patentes, derechos de diseño, marcas de fábrica y servicios), traducidos en los resultados de investigaciones generadas en los espacios académicos, así como la preparación (estudios de pregrado y postgrado, incluyendo maestrías y doctorados, al igual que el PHD), que redundan en el know-how intelectual, como capital de las instituciones universitarias.

- Activos centrados en el individuo (calificaciones que conforman al hombre y que hacen que sea lo que es), categorizado como las acreditaciones que obtiene las instituciones universitarias y su personal académico, tal es el caso de Venezuela con la acreditación del programa de Estímulo a la Innovación e Investigación (PEII), como política de estado que acredita al docente investigador en un escalafón según las investigaciones, las cuales se requieren sean en el orden socio-comunitario, para que tengan un mayor peso en la evaluación.

- Activos de infraestructura (tecnologías, metodologías y procesos que hacen posible el funcionamiento de la organización), así se hace énfasis en los niveles de infraestructura tecnológica que tiene las instituciones universitarias, que le permiten establecer una sinonimia de acción e interacción social que genera un know-how institucional. Asumiendo que en el aspecto organizacional, traspolando este concepto a la institucionalidad de las universidades, las tecnologías son un elemento vital, ya que permiten aumentar la eficiencia en todo tipo de procesos, a efectos de obtener y mejorar información que puede marcar la diferencia. Con su uso se busca agregar valor e incrementar la competitividad de la empresa, se pueden reducir riesgos, incrementar la productividad y mantener una perspectiva global de las operaciones sobre la base de reportes con información completa y precisa. tal como lo plantean Nava, Arévalo y Nava (2009)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alles, Martha (2008). Desarrollo del talento humano basado en competencias. Editorial Granica. España.

Brooking, A (2007) Intellectual Capital. Core asset for the third Millennium Enterprise. London: International Thomson Business Press

Edvinsson y Malone (2005). Intellectual Capital. New York: Harper Business.

Foro de Ciencias Sociales (2002), Humanización, <http://forotextos.galeon.com>

Hernández, Fernández y Baptista. (2008). Metodología de la investigación. Editorial Mc grawhill. Edición. México.

Nava A, (2014), Conferencia magistral de apertura del Congreso Internacional de Investigación e Innovación 2014. Multidisciplinario. Universidad de Cortázar. Cortázar–Guanajuato–México, titulada: Humanización en las Organizaciones Productivas Multiculturales

Nava Ángel, Arevalo Freddy y Nava Misleida. 2009. Inteligencia organizacional y tecnologías de información en las empresas metalmeccánicas. Memoria Sistema de Innovación para la Competitividad. Sincco 2009. Guanajuato México.

Nava Angel, Morales Dubisay, García Carlos, Morales Tibisay y Farías Yaritza (2011). Inteligencia organizacional y gestión del conocimiento de los docentes investigadores en las instituciones universitarias públicas. Memoria Sistema de Innovación para la Competitividad. Sincco 2011. Guanajuato México.

Steward T.A (2007). The Wealth of Knowledge. USA: Currency Dumbleday.

HABILIDADES GERENCIALES PARA EL DESARROLLO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS.

García, Francisco

fragarpa@yahoo.com

[Universidad Popular del Cesar \(UPC\)](#)

RESUMEN

Las alianzas estratégicas son una tendencia que se ha consolidado a nivel mundial como una táctica para generar un conjunto de técnicas orientadas al ajuste de las organizaciones, sus productos y servicios a las necesidades del cliente. Los cambios intempestivos procedentes de la globalización de las economías en los mercados, requieren que las habilidades gerenciales tengan un papel preponderante en la sobrevivencia de las mismas, de allí, en la medida que el mundo de los negocios cambie se hace necesario el cambio en la estructura mental de quienes regentan estas organizaciones. En este sentido, el director o gerente, o quien aspire llegar a ocupar ésta dignidad en cualquier tipo de organización debe actualizar y dar aplicabilidad a los tres grandes grupos de habilidades gerenciales. El propósito de esta investigación documental es presentar un conjunto de elementos teóricos sobre las variables mencionadas, para la comprensión de esta actividad proporcionando alternativas para la misma, además sirve como marco referencial para el desarrollo de futuras investigaciones. Para dar contexto teórico este estudio se sustentará en los postulados de Porter (2007), Katz (2004), Torres (2009), entre otros. Se concluye que las empresas requieren el desarrollo de las competencias personales de su personal gerencial. Se recomienda realizar capacitaciones al interior de las empresas y aplicar las estrategias que se proponen.

PALABRAS CLAVE: Habilidades Gerenciales, Alianzas estratégicas

INTRODUCCION

Hoy en día las organizaciones están sujetas a un sinnúmero de cambios y transformaciones que conducen al desarrollo y al avance en el ámbito gerencial. La labor de un gerente es variada y compleja, por lo que necesita contar con ciertas habilidades para desempeñarlos deberes y las actividades inherentes a su cargo.

Entre otras deben desarrollar el liderazgo, que se ha convertido en un desafío, dentro de los tiempos actuales puesto que el liderazgo ha adquirido una relevancia fundamental.

Desde finales del Siglo XX, en el mundo no se habla de otra cosa, sino de globalización. Por esta razón, los profesionales de hoy deben poseer perfiles apropiados. Ante esta situación la opción que se presenta es trabajar en forma conjunta con otras organizaciones con la finalidad de unir sus potencialidades para la obtención de beneficios comunes.

Este trabajo colaborativo llamado alianza estratégica permite enfrentar retos que exigen mayor inversión de capital, recursos tecnológicos y especialización del talento humano para mantener su fuerza competitiva en los mercados globales.

APROXIMACIONES A LA DEFINICIÓN DE HABILIDADES GERENCIALES

Al intentar definir el término habilidad, se encuentra coincidencia en la respuesta de diferentes autores quienes desglosan el término como: La capacidad, gracia y destreza para ejecutar algo. Sin embargo el Diccionario de la Lengua Española la describe como enredo dispuesto con ingenio, disimulo y maña. Pero para efecto de las habilidades gerenciales estas van más allá de lo que el término pretende manifestar.

Desde una perspectiva holística y para el buen funcionamiento de una organización empresarial, el teórico Katz, (2004). Cuyo trabajo publicado en 1955, revisado en 1974, y que aún es vigente, define las Habilidades Gerenciales como aquellas habilidades adquiridas y aprendidas para producir resultados previstos con máxima certeza; todo gerente para ser eficiente en su cargo debe desarrollar los tres tipos de habilidades gerenciales a saber: Las técnicas, las sociales o humanas y las conceptuales, conocidas como estratégicas o intelectuales.

De igual manera, Enebral, (2007). Propuso una definición unitaria del constructo teórico y manifiesta que las habilidades del pensamiento: “se aprende a pensar”. Este mismo enfoque se puede dar a todas los tipos de habilidades que deben desarrollarse para tener directivos y líderes preparados y eficientes. “Como pasan con las habilidades físicas, nuestra capacidad de pensar y formular nuestro pensamiento mejora con el entrenamiento, y mejor si dispone de un coach. Por el contrario, a medida que vamos dejando de pensar, podemos propiciar una atrofia cerebral.

En este contexto, Madrigal, (2009). Afirma que las Habilidades Gerenciales, se dan en diferentes clasificaciones. Para que el directivo de cualquier empresa y organización logre un mejor desempeño se requiere entender, desarrollar y aplicar habilidades interpersonales sociales, así como de liderazgo. Las otras habilidades que se presentan son complementarias, lo cual llevaría al directivo a contar con el perfil ideal para su desempeño. Todas estas se pueden desarrollar y cultivar.

Al respecto, las habilidades son capacidades que pueden expresarse en conductas en cualquier momento porque han sido desarrolladas a través de la práctica, lo cual requiere el uso de estrategias, mientras las estrategias se usan como resultados de un acto consciente, las habilidades son las capacidades o actitudes puestas en el momento del acontecimiento de forma consciente o inconsciente.

Entonces, una habilidad es una acción intelectual que puede emplearse en trabajos concretos. Predecir, resumir y hacer son ejemplos de habilidades. Asimismo, la habilidad es todo aquello que la organización y su gente hace particularmente bien, y se transforma en su capacidad distintiva, solo que ésta puede desaparecer cuando la competencia logre igualarla o incluso rebasarla. Schmeck (2000), citado por Madrigal, (2009).

Bajo este escenario, en la actualidad se demanda la preparación del gerente o líder de una organizacional en el conocimiento y la interacción humana las cuales potencian el sistema laboral que está en constante evolución, es aquí donde el nuevo directivo, empresario, líder, gerente, administrador, y todos aquellos personajes que interactúan en este campo tendrán que aprender a desarrollar sus habilidades; aprendiendo a vivir con otras culturas, enfrentar situaciones impredecibles, asumiendo los retos que impone el sistema. Además debe reforzar y desarrollar sus habilidades de aprendizaje para conocer, hacer, convivir y aprender a emprender. Delgado y Madrigal (2007).

En este sentido, Whetten, (2011). Asevera que “las habilidades gerenciales son el vínculo mediante el cual la estrategia, la práctica de la administración, herramientas, técnicas, atributos de la personalidad y el estilo trabajan para producir resultados eficaces dentro de las organizaciones”. Esto indica que, las habilidades directivas son las bases sobre las que se apoya la administración efectiva, donde los directivos traducen su propio modelo y lo llevan al ejercicio práctico.

Al respecto de todo lo planteado, cuando se establecen las habilidades gerenciales, los dirigentes de las empresas logran un mejor desempeño y liderazgo que coadyuvar en las demandas y ofertas del sistema mejorando los canales de comunicación de forma horizontal y vertical dentro y fuera de la misma.

Por lo anteriormente planteado, la investigación se inclina por la teoría de Katz, (1974) entendiendo que las habilidades directivas evolucionan con el tiempo, en función de los cambios que se producen alrededor de la organización y de igual manera por los que tienen lugar en su seno. La necesidad de adaptarse empuja a los directivos a transformar y actualizar sus habilidades, sometiéndolas a una actualización constante que sólo puede comprenderse en un entorno de mejora continua.

IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE LAS HABILIDADES GERENCIALES

El verdadero estudio de las habilidades directivas cobra importancia porque permite al ejecutivo la comprensión e interpretación de los conceptos, procesos, técnicas, funciones y sus interrelaciones con las personas, y equipos de trabajos de la organización, al igual que los grupos de interés, para estas habilidades el directivo requiere hacer uso de fuentes de lo que hacen los directivos, a partir de ahí, determinar lo que “necesitan” para hacerlo mejor; consultar lo que recomiendan los especialistas y estudiosos de esta cuestiones, preguntarle directamente a los directivos lo que ellos piensan sobre esto.

En este sentido, las habilidades gerenciales varían de una organización a otra y hacen parte de la personalidad de la misma. Drucker, (2009). Por lo tanto, constituyen una serie de elementos conductuales que se manifiestan en los escenarios para la realización de un buen clima organizacional, influyendo en el colectivo. Así mismo, éstas pueden darse en términos del manejo de comunicaciones, sincronización de equipos de trabajos, motivación, satisfacción, liderazgo, clima, y en la cultura propia de las empresas que conforman la industria de cualquier sector.

TIPOS DE HABILIDADES GERENCIALES. HABILIDADES TÉCNICAS.

Se refiere a la capacidad de poner en práctica procedimientos en un campo específico; es decir poseer, comprender y aplicar los conocimientos técnicos propios de su área y de la industria para la que trabaja en pro de su cargo. Es importante aclarar que las habilidades técnicas no son las mismas para todos los gerentes, estas deben ser adquiridas e ir acorde con el área de desempeño laboral de cada directivo.

Por su parte, Katz, (1974), citado por Madrigal, (2009), afirma que las habilidades técnicas, son las capacidades de aplicar los conocimientos especializados o experiencias. Adicionalmente a esta perspectiva Kwok, (1976), Citado por madrigal, (2009), cualmanifiesta que la administración necesita desarrollar sus habilidades con la gente si desean ser eficaces y tener éxito en sus trabajos. En tanto que si los directivos tienen sus equipos de trabajos empoderados en la toma de decisiones, comunicaciones, y preocupados por sus empleados, integrando los procesos se estaría propiciando una gerencia incluyente.

Otro criterio, en relación con las habilidades o destrezas técnicas emitido por Katz, (1974) plantea que estas son como la capacidad de utilizar las herramientas, procedimientos y técnicas de una disciplina especializada, como necesita el ingeniero y el médico, para efectuar lo que él llama “la mecánica de su trabajo”.

En resumen, son las habilidades técnicas las preocupadas por la ejecución de las tareas que se ejecutan en las organizaciones, de acuerdo con los métodos preestablecidos y con los recursos disponibles. El propósito y función de todas las organizaciones, tanto comerciales como no comerciales, es la integración de los conocimientos especializados en una tarea común.

La dinámica del conocimiento está imponiendo una condición suficientemente clara. Cada organización ya sea nueva o esté establecida deberá desarrollar la administración del cambio dentro de su propia estructura.

HABILIDADES HUMANAS.

Ruiz, (2012). Manifestó que las habilidades humanas o sociales son entendidas como las capacidades que deben tener los gerentes para trabajar, guiar, persuadir y/o motivar a otras personas sin distinción de rango, género, edad o condición en favor de la consecución de los objetivos empresariales.

Algunas habilidades sociales como el temperamento, el talento, el autoconocimiento y la auto regulación son inherentes al ser humano; sin embargo otras, como la capacidad para administrar el tiempo y el estrés, la destreza para solucionar problemas con métodos eficaces, la habilidad para generar comunicaciones efectivas, clima, liderazgo, satisfacción, motivación, equipos de trabajo, el desarrollo del poder e influencia, así como las capacidades para conducir reuniones, entrevistas y presentaciones, entre otras, pueden aprenderse y/o mejorarse con el tiempo.

Las habilidades humanísticas o sociales, son esenciales en todos los niveles jerárquicos porque permiten la interacción eficiente, entre gerentes y subordinados, lo que traduce en mejoramiento de las relaciones interpersonales, el clima laboral, e incluso la productividad. De hecho, se afirma que son elementos catalizadores de la efectividad administrativa porque de utilizarse adecuadamente, pueden generar reacciones apropiadas en los trabajadores, como sentimiento de pertenencia por la organización y sentido de responsabilidad, entre otras.

Por tanto, las habilidades técnicas y humanas, en la gerencia moderna son temas de mucho interés para cualquier tipo de organización, estas a su vez sirven de complementariedad, a la gestión de quien este liderando la empresa, lo que les permite la consolidación de los planes de negocio.

Cabe destacar que la misma se inclina por la investigación de Katz, (2004). Ya que puso en manifiesto que en "Las habilidades de un administrador eficaz", las habilidades sociales y humanas se requieren, de manera similar a los administradores de todos los niveles jerárquicos ya que todos tienen que lidiar directamente con los subordinados y por lo tanto necesitan saber cómo manejar los equipos, motivar personas y resolver conflictos.

HABILIDADES CONCEPTUALES.

Consiste en la capacidad de ver la imagen del conjunto, de reconocer los elementos importantes en una situación y comprender las relaciones entre ellos. Para Cleghorn (2005), estas habilidades permiten pensar en términos de modelos, marcos de referencia y relaciones amplias, como en los planes estratégicos de largo plazo.

La habilidad conceptual tiene que ver con ideas, mientras que la habilidad humanase se concentra en las personas y la habilidad técnica se refiere a las cosas.

Continúa manifestando el autor, que las habilidades conceptuales se basan en el pensamiento estratégico, con análisis y creatividad, se desarrollan sobre todo en la fase de preparación, donde se determinan los objetivos, las estrategias y tácticas, los poderes, entre otros. Al respecto, esta habilidad permite que la persona se comporte de acuerdo con los objetivos de la organización total y no apenas de acuerdo con los objetivos y las necesidades de su grupo inmediato. La clasificación, comparación, información general, conceptos numéricos, procesos aritméticos y en serie, habilidad que no se enseña sino que se manifiesta en situaciones reales como parte del pensamiento creativo.

Por su parte Ruiz, (2012), afirma que los gerentes de las organizaciones requieren del manejo de destrezas conceptuales, éstas suponen el desarrollo de una forma efectiva de pensamiento y de una manera de visualizar las empresas como un todo, como un engranaje que debe funcionar a la perfección. En los conceptos más modernos sobre la administración, las habilidades de este tipo están relacionadas con el enfoque estratégico, pues posibilitan la percepción del entorno y el diseño de nuevos modelos administrativos y organizacionales, así como de estrategias para el mejoramiento integral.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS.

Las alianzas estratégicas cobran gran importancia para la sostenibilidad de las organizaciones en un mundo tan convulsionado competitivamente, razón por la cual, este tipo de asociación constituye una perspectiva empresarial, partiendo del supuesto que la unión hace la fuerza, para generar una sinergia organizacional que dé a las empresas una perdurabilidad en el tiempo. Pueden representarse como una asociación de dos o más personas físicas o jurídicas con el objeto de generar con los aportes de cada una de ellas proyectos de distinto tipo, de modo que, en el marco de la globalización de los mercados,

En la Gerencia moderna se contemplan las alianzas estratégicas como una herramienta de negocio, existen diversas definiciones del concepto alianza estratégica. Se infiere entonces que es un tipo de ajuste organizacional ante las incertidumbres y oportunidades del mercado, considerando a la vez las condiciones internas de los recursos de la firma. Marshall, Nguyen y Bryant, (2010). Siguiendo a Simonin y en parte Williamson, (2009). Definen alianza estratégica como una relación entre organizaciones en la cual las partes mantienen la autonomía pero permanecen bilateralmente dependientes en un grado no trivial. En otras palabras, las alianzas conducen los recursos de dos o más firmas a un compromiso específico, mientras las firmas mantienen la independencia de su propiedad.

Para Gulati y Singh, (2008). Una alianza se define comúnmente como “cualquier acuerdo de cooperación iniciado voluntariamente entre firmas que supone intercambiar, compartir o codesarrollar algo, y puede incluir contribuciones de las partes en capital, tecnología o activos específicos de las firmas”.

Esto implica que las partes involucradas comprometen parte de sus activos tangibles e intangibles para el desarrollo de un negocio en común, asumiendo los riesgos que este emprendimiento comprende.

Mientras que para, Phan y Peridis (2010) definen las alianzas estratégicas como “relaciones de largo plazo basadas en la confianza que suponen altas inversiones en relaciones específicas que no pueden ser especificadas completamente con anterioridad a su ejecución”. Estos autores adicionan el factor de la confianza que debe ser estrictamente respetado por ambas partes e involucra a su vez factores de riesgo pues no se conocen las situaciones que puedan ocurrir a futuro dentro de dicha relación.

Por su parte Wang y Miao, (2010). Afirman que una alianza estratégica “es una relación planeada en la cual dos o más firmas independientes comparten metas comunes y persiguen un beneficio común, pero sus operaciones se mantienen bastante independientes entre sí”. Estos teóricos sugieren que las empresas pueden seguir operando en sus negocios de manera normal mientras sus vinculaciones se comportan a favor de ambas partes durante el proceso productivo.

Por su parte para Brown, Cooper, Greenwood y Hinings,(2006). Afirman que el concepto de alianzas estratégicas se refiere a “relaciones relativamente duraderas entre organizaciones autónomas que al actuar conjuntamente buscan alcanzar un mayor beneficio que el que lograrían individualmente”. Sin embargo, por tratarse de organizaciones que retienen su propia identidad e independencia, y con variabilidad de recursos, la posibilidad de la inestabilidad respecto al futuro de una alianza es algo que está siempre presente.

De igual manera, para Marshall, Nguyen y Bryant, (2010). Siguiendo a Simonin y en parte Williamson, (2009). Definen alianza estratégica como una “relación entre organizaciones en la cual las partes mantienen la autonomía pero permanecen bilateralmente dependientes en un grado no trivial”. En otras palabras, las alianzas conducen los recursos de dos o más firmas a un compromiso específico, mientras las firmas mantienen la independencia de su propiedad.

Las alianzas estratégicas son, sin duda, una extraordinaria forma de potenciar el negocio entre empresas, profesionales y emprendedores. Conocer bien las reglas del juego, lograr llamar la atención y hacer una propuesta atractiva pueden ser los primeros pasos. P. Druker (1999), afirma al respecto que lo que importa es aumentar la cadena de valor sumando clientes y proveedores.

La clave es la atención, el servicio al cliente. Para lograrlo hay que dejar la organización científica Tayloriana basada la decisión en la cúspide y el control, dotar de decisión al operario en la base mediante círculos de calidad y creatividad. El que está cerca del cliente ve mejor los problemas y si participa se compromete. El hombre puede superar la barrera del 10% que habitualmente usa de su cerebro cuando se le da la oportunidad de trabajar y crear, Krell, (2009).

CONCLUSIONES

Los hallazgos conclusivos, demuestran que las habilidades gerenciales requieren fortalecerse con el entrenamiento corporativo ya que asegura que los gerentes y subgerentes permanezcan competentes e inventivos dentro de la organización apoyadas por el conocimiento, encontrando en ello un Know How influenciado por la repetición de procesos continuos a través de los años de servicios y que generalmente no dan cabida a nuevas ideas por sus líderes debido a la poca importancia de reconocimiento de las competencias de los individuos en su equipo de trabajo.

De igual manera, se deben atender varias necesidades sin perder el horizonte de la creatividad e innovación según las habilidades gerenciales de los líderes, por tanto se sugiere la elaboración de estrategias sustentadas en la gestión del conocimiento, presentando las acciones a tomar como sus requerimientos para el desarrollo de las habilidades gerenciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brown, J. y Cooper, D. (2006) **Alianzas estratégicas dentro de un Big-Six Firma de Contadores**. Un estudio de caso. Estudios Internacionales de Gestión y Organización.
- Cleghorn, L. (2005) **Gestión ética para una organización competitiva**. Ediciones San Pablo. Bogotá Colombia.
- Drucker, P. (2009) **Administración para el futuro** Editorial Gestión y empresa. Editorial Norma. Colombia
- Enebral, J. (2007) **hacia una gestión del pensamiento**. McGraw-Hill. México
- Gulati, Ranjay, Singh, Harbir (1998). **La arquitectura de la cooperación: La gestión de costes de coordinación y preocupaciones Consignaciones en alianzas estratégicas**. Ciencia Administrativa Trimestral.
- Katz, (1974) **El arte de un administrador efectivo**, Educar Cultura Recreativa Ltda.
- Krell (2009) **Que son Alianzas Estratégicas**.
- Marshall, R. y Nguyen, T.(2005). **Un modelo dinámico de Fiduciario para el Desarrollo e intercambio de conocimientos en alianzas estratégicas**. Revista de la Dirección General.
- Madrigal, B. (2009) **Habilidades Directivas**. McGraw-Hill. México
- Phan y Peridis (2005) **Creación del Conocimiento en Alianzas Estratégicas: Otra mirada a Aprendizaje Organizacional**. Asia y el Pacífico Diario de Gestión
- Ruiz, P. (2012) **Habilidades Gerenciales y su importancia en la Dirección Empresarial**
- Simonin, Bernard L. (2004). **Una investigación empírica del Proceso de Transferencia de Conocimiento en Alianzas Estratégicas Internacionales**. Revista de Estudios de Negocios Internacionales
- Whetten (2011) **Desarrollo de habilidades gerenciales**. Pearson Educación.
- Wang y Miao (2010) **Gestión mediante alianzas estratégicas para tomar decisiones sobre la inversión en innovaciones tecnológicas**. Revista Internacional de Gestión.

GENERACIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA EL ALCANCE DE LA EFECTIVIDAD DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Rivero, Elder
elderriverog@gmail.com

RESUMEN

El presente artículo tiene como propósito determinar la importancia de la generación de conocimiento en las alianzas estratégicas y la relación de la información, el proceso de aprendizaje y la obtención de conocimientos a través de la experiencia de interactuar con empresas aliadas. La metodología de este estudio es documental por lo que consiste en presentar y contrastar un conjunto de elementos teóricos y para ello se consultaron diversas fuentes bibliográficas bajo los enfoques teóricos de Davenport y Prusak (2001), Carrion (2007), Crainer (2005), Navajo (2009) y Alarcón (2009) entre otros. Llegando a los siguientes elementos conclusivos: La generación de conocimiento se ha estudiado a nivel mundial como una de las estrategias fundamentales y esta variable adquiere un papel protagónico en las alianzas estratégicas porque a través de su análisis permite recoger valiosa información para la adquisición y comprensión de los nuevos conocimientos organizativos producto del intercambio de información con individuos que anteriormente eran ajenos a los procesos pero que gracias a las alianzas se convierten en actores principales de nuevas tareas que proporcionan nuevos conocimientos que al socializarse conforman procesos de aprendizaje organizacional.

PALABRAS CLAVE: Gestión del conocimiento, Alianzas estratégicas, Organizaciones.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito organizacional se hace indispensable el factor comunicacional inherente al individuo y a la necesidad de compartir información como una actividad continua. En este sentido, la generación de conocimiento incide en el establecimiento y la creación permanente de redes de aprendizaje centrada en los principales componentes del ser humano, transformando continuamente el quehacer organizacional en función a las demandas de los individuos que interactúan en el diario acontecer laboral.

Es importante acotar, que las organizaciones competitivas se caracterizan por su dinamismo y globalización, por consiguiente, las alianzas estratégicas se consideran actualmente como tácticas defensivas u ofensivas para interactuar con las condiciones cambiantes del entorno, por lo que resulta interesante determinar la generación de conocimiento en estos procesos donde se desarrollan unidades estratégicas con sistemas de gestión de información vinculados al componente humano en lo que se refiere al análisis y procesamiento técnico para la toma de decisiones gerenciales más eficaces.

GENERACIÓN DEL CONOCIMIENTO

Todas las organizaciones saludables generan y usan conocimiento. A medida que las organizaciones interactúan con sus entornos, absorben información, la convierten en conocimiento y llevan a cabo acciones sobre la base de la combinación de ese conocimiento y de sus experiencias, valores y normas internas. De manera que, sin conocimiento una organización no se podría organizar a sí misma; sería incapaz de mantenerse como una empresa en funcionamiento.

En este sentido, Davenport y Prusak (2001) afirman que “muchas empresas abordan la generación de conocimiento como una “caja negra”, y, fundamentalmente, sólo intentan contratar personas inteligentes y luego las dejan actuar por su cuenta”. Sin embargo, se puede citar el ejemplo de las empresas japonesas que han emprendido activamente la generación del conocimiento como un medio para lograr el éxito comercial. De esta forma, los autores citados consideran que se debe tomar en cuenta la existencia de cinco modos de generación del conocimiento y a continuación se describen:

- **ADQUISICIÓN**

Cuando se habla sobre generación de conocimiento se hace referencia tanto al conocimiento adquirido por una organización como el desarrollado en la misma. El conocimiento adquirido no tiene por qué haber sido creado recientemente, sólo debe ser nuevo para la organización. La manera más directa y con frecuencia más eficaz de adquirir conocimiento, según Davenport y Prusak (2001), consiste en comprarlo, es decir, comprar una organización o contratar individuos que lo tengan. Por supuesto que no todas las compras de una empresa son adquisiciones de conocimiento.

- **ASIGNACIÓN DE RECURSOS:**

Davenport y Prusak (2001) afirman que una manera tradicional de generar conocimiento en una organización consiste en establecer unidades o grupos específicamente asignados para dicho fin. Los departamentos de investigación y desarrollo son el ejemplo habitual. Sin embargo, debido a que la materialización de los rendimientos de la investigación insume tiempo, puede resultar difícil medirlos cuando se producen.

- **FUSIÓN**

Los autores precitados consideran que aunque el método de investigación y desarrollo se basa en reducir la presión y las distracciones que pueden reprimir la investigación productiva, la generación del conocimiento mediante la fusión introduce deliberadamente complejidad e incluso conflictos en la creación de una sinergia nueva. Este proceso describe la manera en que la combinación intencional de personas con distintas aptitudes, ideas y valores puede generar soluciones creativas.

Las empresas que creen firmemente en el potencial creativo de la fusión adoptan decisiones de contratación, específicamente, para promover la diversidad cognoscitiva en la empresa y une, por ejemplo, un nuevo empleado analítico y racional con uno con inclinaciones intuitivas y estéticas. En este sentido, Nonaka y Takeuchi (1991; citados por Harvard Business Review, 2000), afirman que reunir a personas con distintos conocimientos y experiencias es una de las condiciones necesaria para la creación del conocimiento.

- **ADAPTACIÓN**

Davenport y Prusak (2001) afirman que “los cambios externos (y ocasionalmente internos) obligan a las empresas a adaptarse”. Esto ocasiona, generalmente, dificultades y los distintos motivos por los que las empresas tienen problemas para adaptarse a los cambios en sus ambientes provienen del hecho fundamental de que la historia es importante, es decir, la capacidad de una empresa para hacer las cosas se desarrolla en el transcurso del tiempo. Su conocimiento es un hecho social desarrollado en base a la experiencia colectiva de sus empleados, a los talentos que premia, y a la historia compartida de triunfos y errores de la empresa.

Por otra parte, el interés actual en evaluar la manera como una empresa ágil puede conservar la delantera en un entorno competitivo volátil no debería ocultar el hecho de que toda la agilidad de una empresa necesariamente es limitada. Ni las empresas, ni los miembros de las mismas pueden adaptarse a cualquier cambio. Sólo pueden expandir sus aptitudes inherentes. Una empresa puede efectuar cambios importantes, pero no puede transformarse por completo a otra distinta.

REDES DE CONOCIMIENTO

Los autores citados afirman que el conocimiento también se genera en redes informales y auto-organizadas en las organizaciones, las que posiblemente, con el tiempo, sean formalizadas. Agregan que los miembros de las comunidades de expertos, reunidos por intereses en común, con frecuencia hablan entre sí, en persona, telefónicamente y mediante correo electrónico para compartir sus conocimientos especializados y resolver los problemas en conjunto.

En resumen, los postulados de Davenport y Prusak (2001) representan un aporte significativo para la investigación ya que suministran elementos para medir la generación de conocimiento desarrollada por los equipos autodirigidos de las empresas y, desde la perspectiva de la adaptación, la fusión y las redes de conocimiento, por cuanto la adquisición y la asignación de recursos se maneja desde niveles estratégico – tácticos, mientras que los equipos autodirigidos se han desarrollado en el nivel operativo de la organización.

En ese orden de ideas, Tubella (2005) afirma que se entiende por conocimiento el proceso humano y dinámico que consiste en justificar una creencia personal hacia la certeza, dado que el conocimiento está relacionado con la acción humana y al hecho de que la generación de conocimiento es dinámica, ya que se crea en interacciones entre individuos, grupos y sociedades.

En este punto es interesante diferenciar los conceptos de conocimiento e información, ya que están muy relacionados y tiende a crear confusiones. La información es un input, de la generación de conocimiento, proporciona un nuevo punto de vista para interpretar acontecimientos y por tanto es un medio o un material para obtener y construir el conocimiento. La información influye en el conocimiento y añade algo o lo reestructura.

Por otra parte, el conocimiento puede ser concebido como un recurso utilizado diariamente para tomar todo tipo de decisiones organizacionales, de producción, de consumo, de inversión, entre otras. De manera que la producción de conocimiento incluye entre sus recursos la información y el mismo conocimiento.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

La alianza estratégica de una organización consiste en las acciones y enfoques de negocios que emplea la administración para lograr el desempeño organizacional. En este sentido, Carrión (2007), afirma que, “la preparación de la alianza representa las respuestas de la administración a aspectos importantes como sí debe estar concentrada en un solo aspecto o desarrollar un grupo diversificado”.

De igual forma, determina si debe complacer a una amplia gama de demanda o enfocarse en una particular; si debe desarrollar una línea de productos amplia o por el contrario va concentrarse en una limitada; si debe buscar una ventaja competitiva o capacidades organizacionales únicas; cómo debe responder a las preferencias cambiantes; qué tan grande debe ser la demanda que tratará de cubrir; cómo lograr el crecimiento a largo plazo.

Por consiguiente, el desarrollo de alianzas operativas y estratégicas para Sainz (2014), consiste en una opción al alcance de toda empresa, es muy recomendable para limitar los riesgos a la hora de realizar inversiones, facilitar la entrada en nuevos mercados, acceder a nuevas tecnologías, fortalecer la imagen de la marca, entre otros beneficios. Una de las responsabilidades de la gerencia, es ejercer un liderazgo estratégico y comprometer al personal con la alianza que se ha fijado, es en parte planeado y reactivo a las circunstancias cambiantes.

Según Crainer (2005), “la ausencia de una alianza estratégica es boleto seguro para que la organización vaya a la deriva, a una mediocridad competitiva así como a un desempeño inferior”. Además, existe una necesidad igualmente importante de modelar las acciones competitivas que se emprenden en varias partes de la organización en un patrón coordinado y compatible. Necesariamente, las actividades implican preparar, conjuntar de igual manera, coordinar los esfuerzos y las decisiones de un buen número de empleados.

En este orden de ideas, todas las acciones e iniciativas que se emprenden, deben respaldarse mutuamente si se quiere que surja una alianza estratégica a nivel global de la compañía con capacidad para hacer buenos negocios. Cuando no existe una alianza estratégica, los gerentes no tienen ningún marco de referencia para entretejer las diferentes decisiones en un todo coherente, ni una razón fundamental amplia que una las operaciones departamentales en un esfuerzo de

equipo. Para Abascal (2007), preparar una alianza estratégica hace que entre en juego el aspecto administrativo crítico de cómo lograr los resultados propuestos, en vista de la situación y de los prospectos de la compañía. “Los objetivos son los fines y la estrategia es el medio para lograrlos”

Por tanto, la estrategia, por lo común es una mezcla de acciones deliberadas e intencionales y de reacciones adecuadas, a desarrollos no anticipados y a nuevas presiones competitivas. La tarea de preparar de una alianza según Longenecker (2009), “implica el desarrollo de un plan de acción o estrategia intencional y después su adaptación”. Según se lleven a cabo los acontecimientos, es algo que los gerentes deben modelar y remodelar a medida que los acontecimientos trasciendan fuera y dentro de la misma.

Las alianzas de la organización conciernen al cómo lograr el crecimiento, cómo satisfacer la demanda, cómo superar la competencia, cómo responder a las condiciones cambiantes de la sociedad, cómo administrar cada parte funcional y desarrollar las capacidades organizacionales necesarias, por tanto, el desarrollo de una visión y una misión estratégicas, el establecimiento de objetivos y la decisión acerca de una estrategia son tareas básicas para determinar la dirección.

Se hace notorio el hecho de para hablar de alianza se deben establecer reuniones, acuerdos y unidad entre las partes. Es decir una integración con la esperanza y voluntad de resolver los graves problemas generados por la situación actual o existente en el país.

Según lo afirma Vargas (2008), con las alianzas se espera compartir aprendizajes, debatir y suministrar información, a fin de promover acciones que planteen un cambio cultural el cual se traduzca en acciones a favor de la productividad laboral y los niveles de calidad. Para hacer efectiva toda alianza estratégica, se debe estar consciente de la necesidad de enfrentar y atender con justicia, ideas, creencias o puntos de vista hacia las personas quienes tengan emociones negativas fuertes y a las que no se les ha prestado seria atención.

El coraje o entereza intelectual se conecta con el reconocimiento de ideas consideradas peligrosas o absurdas, pueden estar justificadas racionalmente (en todo o en parte) y conclusiones o creencias no inculcadas pueden a veces ser falsas o equivocadas, para poder determinar por los miembros la no aceptación pasiva y sin crítica de lo aprendido. Aquí, entra en juego el coraje intelectual porque inevitablemente, se llega a encontrar alguna verdad en ideas consideradas peligrosas y absurdas. Precisamente, se necesita del coraje para ser consecuentes con los pensamientos propios en estas situaciones.

Es preciso definir alianza estratégica, la cual según Rodríguez (2008), es una serie de actos ejecutados por una empresa, donde éstos son seleccionados de acuerdo con una situación concreta. Es decir, representa un patrón de objetivos, propósitos o metas, así como las políticas y planes principales para alcanzar esas metas finales, pero presentarlas de tal manera que permiten definir las actividades a las cuales se dedica la empresa.

Luego, se supone a los estrategias como fundamentos analíticos al estimar la capacidad relativa de una organización y de las oportunidades que vislumbran o anticipan en los mercados en desarrollo, para así establecer las alianzas.

No obstante, Miquilena (2007), define las alianzas estratégicas como acuerdos organizativos y unas políticas operativas en el seno de los cuales organizaciones independientes comparten la autoridad administrativa, establecen vínculos sociales y aceptan propiedades conjuntas, sugiriendo el paradigma de la estrategia para competir en el futuro o desarrollar la competitividad en las transformaciones organizacionales en diversos aspectos tales como: aprendizaje, posicionamiento, para competir en una estructura sectorial existente, disputar con el liderazgo en el mercado de productos, entre otras.

Siendo las cosas así, las alianzas estratégicas han conmocionado el entorno organizacional y podría decirse que lo ha hecho a nivel mundial, porque las empresas se unen para cooperar y por lo tanto, obtienen un mayor grado de competitividad, siendo esto motivo de abandono de la vida individual, por la consideración del valor agregado que tendrá para la relación plena de los objetivos de la entidad.

Para Navajo (2009), es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del quehacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones. En esta conceptualización se infiere que toda organización debe establecer alianzas de tipo de estratégico; no solo para responder ante los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones, sino también para promover y concretar las transformaciones que requiere el entorno con miras a optimizar la gestión que de momento ofrece.

Así pues, es la herramienta con que cuenta una organización para expresar su visión sobre cómo debe ser el mundo, una oportunidad para describir aquellos temas que considera claves y presentar sus ideas sobre un marco o patrón para guiar la toma de decisiones de los diferentes niveles de la organización.

Paralelamente, Alarcón (2009), define la alianza estratégica como el proceso mediante el cual una institución u organización desarrolla la visión más adecuada de su futuro posible, tomando en consideración las restricciones de dicha organización, y plantea cómo la organización puede alcanzar a conseguir dicha visión. La gerencia estratégica a diferencia de la gerencia tradicional que ésta última se basa en la proyección o extrapolación de las experiencias pasadas hacia un futuro determinado, mientras que, la estratégica se sustenta en las visiones futuras, conduciendo a facilitar las modificaciones institucionales cuando hay muestras de decaimiento o reducida credibilidad.

Dadas las anteriores consideraciones planteadas, se puede concluir que a generación de conocimiento se ha estudiado a nivel mundial como una de las estrategias fundamentales y esta variable adquiere un papel protagónico en las alianzas estratégicas porque a través de su análisis permite recoger valiosa información para la adquisición y comprensión de los nuevos conocimientos

organizativos producto del intercambio de información con individuos que anteriormente eran ajenos a los procesos pero que gracias a las alianzas se convierten en actores principales de nuevas tareas que proporcionan nuevos conocimientos que al socializarse conforman procesos de aprendizaje organizacional.

Las alianzas tienen la ventaja de sumar y complementar capacidades de empresas sin importar su tamaño. Sin embargo, los resultados de una estrategia de alianzas no necesariamente se producen a corto plazo, porque se podría decir que la impaciencia en estos casos es mala consejera. Las alianzas estratégicas son consideradas como el proceso en el que se integran los principales objetivos, políticas y procedimientos en un todo coherente.

CONCLUSIONES

Dadas las anteriores consideraciones planteadas, se puede concluir que a generación de conocimiento se ha estudiado a nivel mundial como una de las estrategias fundamentales y esta variable adquiere un papel protagónico en las alianzas estratégicas porque a través de su análisis permite recoger valiosa información para la adquisición y comprensión de los nuevos conocimientos organizativos producto del intercambio de información con individuos que anteriormente eran ajenos a los procesos pero que gracias a las alianzas se convierten en actores principales de nuevas tareas que proporcionan nuevos conocimientos que al socializarse conforman procesos de aprendizaje organizacional.

Las alianzas tienen la ventaja de sumar y complementar capacidades de empresas sin importar su tamaño. Sin embargo, los resultados de una estrategia de alianzas no necesariamente se producen a corto plazo, porque se podría decir que la impaciencia en estos casos es mala consejera. Las alianzas estratégicas son consideradas como el proceso en el que se integran los principales objetivos, políticas y procedimientos en un todo coherente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abascal, T. (2007) **Dirección y administración integrada de personas**. Madrid. Mx Graw Hill.
- Alarcón, E. (2009) **Planificación de la investigación agropecuaria**.
- Carrion, (2007) **Estrategia. De la visión a la acción**. Madrid. ESIC Editorial.
- Crainer, M. (2005) **Gestión educativa para la transformación de la escuela**. Caracas. UCV.
- Davenport, T Y Prusak, L. (2001) **Conocimiento en Acción**. Argentina Pearson Education.
- Longenecker, J. (2009) **Administración de pequeñas empresas**. Lanzamiento y Crecimiento. México, Cengage Learning Editores.
- Navajo, P. (2009) **Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas**. Madrid, Ediciones Narces, S.A.

Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995): **La empresa creadora de conocimiento: ¿Cómo japonesa Empresas Cree en la Dinámica de la Innovación.** Nueva York Oxford, Editorial Oxford University Press.

Miquelena, D. (2007) **Visión Gerencial y Formación de Alianzas estratégicas en organizaciones exitosas. Perspectivas del Gerente de Hoy.** Maracaibo, URBE.

Rodríguez, (2008) **Joint Ventures y Otras Formas de Cooperación Empresaria Internacional.** Buenos Aires, Editorial Macchi, Sainz, J. (2014) **Alianzas estratégicas en la práctica.** España. ESIC Editorial Tubella, I (2005) **Sociedad del Conocimiento.** Barcelona Editorial UOC.

Vargas, (2008) **Negociación y Contratación Internacional.** Buenos Aires Editorial Macchi.

NEUROTALENTO Y LA PSICO-COGNICIÓN COMO ELEMENTOS DETERMINANTES EN EL DESARROLLO DEL SER

Daza, Carlos, Alberto
Cada.music@hotmail.com
Gil Fuenmayor Jenny Beatriz
giljenny@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo analizar el neurotalento y la psico-cognición como elementos determinantes en el desarrollo del ser. La misma se basó dogmáticamente en los estudios realizados por Gardner (1994), Puncet (2012), Castro (2013) entre otros, dicha proyecto se encuentra enmarcada bajo una investigación de tipo doctrinaria, permitiendo la contrastación teórica de diversos autores. La misma concluyó, que todos los seres humanos poseen en su biología un talento natural o neurotalento y que el mismo puede desarrollarse o no dependiendo de la intervención de los procesos psico-cognitivos a los cuales el ser humano ha sido expuesto.

PALABRAS CLAVE: Neurotalento, psico-cognitivo, Creencias, juicios

INTRODUCCIÓN

El mundo gerencial se ha caracterizado últimamente por querer reconocer la realidad del ser humano que conforma este entorno, esta postura conlleva a los equipos de trabajar a buscar nuevas herramientas las cuales me permitan una mejor comprensión del mismo, logrando de esta manera obtener un equilibrio capaz de permitir un fluir de forma cónsona con la realidad que vive en el aquí y en el ahora, así como también a las exigencias de los procesos gerenciales de los cuales hace parte.

Cabe destacar que hoy en día a nivel de las organizaciones las mismas se han hecho conscientes sobre la realidad de que los seres humanos, poseen en su haber un repertorio de talentos naturales los cuales permiten a los colaboradores ejecutar funciones de una manera menos forzada y mucho más placenteramente, logrando una mayor productividad reflejada en sus indicadores de rendimiento así como en el cumplimiento de sus funciones.

En tal sentido esa capacidad innata que poseen los seres humanos al ser conjugada con los elementos biológicos, psíquicos y sociales permite la obtención de un ser humano capaz de potenciarse y de obtener una ventaja competitiva a nivel de desempeño, lo cual le permite lograr resultados posiblemente más allá de lo esperado.

Lo expuesto en el párrafo anterior tiene su fundamento en la premisa la cual establece que los seres humanos son considerados por la Organización Mundial de la Salud como unidades biopsicosociales, entendiéndose de esta manera que los mismos se encuentran conformados por una biología, por procesos propios de la psique así como la característica de ser sociables por naturaleza lo cual determina la forma de conducirse de los mismos.

Por todo lo anteriormente expuesto el presente trabajo de investigación desea analizar el neurotalento y la psico-cognición como elementos determinantes en el desarrollo del ser, buscando mostrar la importancia de este binomio en los procesos humanos, mediante el apoyo de diferentes teorías, lo cual le da a este proceso investigativo el carácter de bibliográfico.

EL NEUROTALENTO UNA CAPACIDAD INTRÍNSECA DEL SER.

Sin lugar a dudas desde hace varios años se ha validado la capacidad que poseen algunas personas de realizar funciones determinadas de manera innata, esta va desde dirigir equipos de trabajo hasta la posibilidad de crear obras de arte tales como pinturas o piezas musicales, sin poseer ningún entrenamiento previo, de allí la frase Es algo natural o es un don.

Este proceso aunque ha acaparado mayormente la atención hoy en día, ha sido estudiado desde hace varios años atrás, pudiéndose establecer como una referencia cercana el estudio realizado por Gardner (1994), de las múltiples inteligencias donde este ciertamente, establecía la realidad de que los individuos poseen varias inteligencias unas más desarrolladas a diferencia de las otras, así mismo reconoció el nexo de este proceso con los elementos biológicos por estar estas alojadas en las estructuras físicas del hombre.

El estudio mencionado con anterioridad toma mayor fuerza, debido a lo mostrado por Elejalde y Estévez (2015), quienes hacen referencia al fenotipo neurobiológico, los cuales establecen que la inteligencia viene en el código genético. Los autores referidos confirman el proceso establecido por Gardner (1994), no obstante es importante mencionar que el mismo aunque es biológico sin lugar a duda requieren del entorno para poder llegar a su máximo desarrollo.

Cabe destacar que el poder obtener el máximo potencial de ese talento innato o neurotalento es necesario anclar el desarrollo del mismo a concepto claramente establecido, uno de estos es la posibilidad de hacer cosas que apasionan o gustan a la persona, lo preconizado con anterioridad tiene su sustento en lo establecido por Puncet (2012), el cual refiere que los seres humanos desarrollan y aprenden mejor actividades cuando son movidos por el placer de poder hacer algo que para ellos es natural y no forzado.

Lo aseverado en el párrafo anterior toma relevancia al mencionar lo establecido por Jung (1926), citado por Bazinger (2014), el cual muestra en su teoría la relación entre el uso del cerebro y la oxigenación, el mencionado investigador establece que cuando el ser humano realiza actividades las cuales son de su agrado o consideradas naturales su cerebro usa un 20% del oxígeno disponible, en contraposición a cuando realiza actividades las cuales le desagradan o este no se considera apto para ejecutar las mismas, logrando utilizar un 80% del oxígeno disponible.

Es importante entonces comprender que ciertamente los seres humano vienen con una carga genética lo cual los provee de un talento natural o neurotalento, el cual se encuentra anclado a la biología del ser, así como también a los procesos ontogenéticos, es decir al entorno el cual puede llegar a determinar la evolución o no del mismo, esto dependiendo del tipo de estímulos que reciba el individuo.

Así mismo la interacción con el entorno genera en la persona un mapeo en su cerebro de tipo cognitivo, el cual al conjugarse con elementos propios del ser comienza a gestionar procesos de la psique los cuales pueden incentivar al ser humano a sentirse único, siendo capaz de realizar tareas consideradas para algunos complicadas de manera sencilla, pudiendo generar en este una elevada confianza, la cual si no es bien manejada puede entorpecer el desarrollo de dicho don en la persona.

EL SER HUMANO PSICO-COGNITIVO.

Los seres humanos poseen un conjunto de procesos capaces de determinarlos como únicos, los mismos son los que le permiten ser el observador que son y por ende interpretar los sucesos de la vida según quien son, enmarcados en un conjunto de elementos los cuales se conjugan para proveerle de un repertorio conductual el cual será utilizado durante su transcurrir por la vida.

Es importante para poder comprender en toda su amplitud la definición de psico-cognitivo, descomponer dicho termino, en tal sentido, el Rae (2015), define el termino psico como alma o actividad mental y cognitivo es relativo al conocimiento, por tanto se puede inferir que este proceso hace referencia a aquellos procesos mentales que permiten al ser humano desarrollar conocimiento y albergarlo en su mente, bien sea de tipo popular o científico.

Cabe destacar que al hacer referencia al conocimiento de tipo popular, abarca todo lo aprendido lo cual repercute en el diario actuar de una persona, esta afirmación se respalda en lo referido por Talizina (2000), el cual establece que lo cognitivo no solamente hace referencia a aquellos procesos conductuales que son observables, este proceso es mediante el cual los seres humanos, aprenden y por ende dan sentido a sus experiencias, asociando lo que sucede en el aquí y el ahora con vivencias pasadas o con procesos similares con el fin de lograr establecer un mapa cognitivo en su cerebro .

Lo expuesto en el párrafo anterior toma relevancia, ya que, estos elementos, no visibles son considerados por Spencer y Spencer (1993), citado por Alles (2005), como aquellas características propias del individuo las cuales según el modelo de Iceberg, se encuentran bajo el agua, las mismas, se conjugan con elementos propios de la psicología conductual así como lo refiere Talizina (2000) como lo es la percepción, emocionalidad, la capacidad de introspección entre otros factores, logrando esta conjunción poder quizás comprender de mejor forma el accionar humano, dando a este proceso el nombre de psico-cognición

Cabe destacar que este proceso psico-cognitivo se ancla en un conjunto de estructuras y elementos los cuales llegan a conformar al ser humano desde lo que ha vivido, generando nuevos mapas mentales los cuales se dirigen a las funciones perceptivas y atencionales realizadas por el hombre las cuales impactan actos motores así como de aprendizaje tal como lo refiere Doron y Parot (2008), por tanto los mismos generan en los individuos elementos tales como los juicios y las creencias, determinadores de la capacidad de logro así como del desarrollo de los individuos.

Es importante mencionar que al hacer referencia a la percepción esta se define como el resultado del registro por parte de una persona que genera una modificación de su entorno por medio de sus cinco sentidos según Giry (2002), adicionalmente es desde la percepción donde los seres humanos generan su mundo, construyendo una interpretación propia de cada uno de los procesos de los cuales son partícipes.

Cabe destacar que la percepción se alimenta de los procesos de vida de la persona, de lo que aprende y establecen como estructuras guías de su conducir, dentro de las cuales se pueden encontrar las creencias, así como los juicios y los valores adquiridos durante su desarrollo humano. En este sentido Dilts (1996) refiere que las creencias representan uno de los marcos de referencia más amplios para el comportamiento, el autor afirma que cuando se cree algo el ser humano actúa en congruencia con lo creído.

Así mismo Castro (2013) define las creencias como aquellos sentimientos de certidumbre poseídos por una persona los cuales le ayudan a aprovechar sus recursos para obtener buenos resultados en la vida, es importante mencionar que los autores referidos muestran como las creencias enmarcan el actuar del ser humano, generando congruencia en su accionar pero también aprovechando sus potencialidades.

No obstante, aunque las creencias ciertamente pueden ser un elemento potenciador también pueden haber algunas limitantes, las cuales sabotean el desarrollo del individuo impidiéndole lograr aquello que tanto anhela, lo referido es afirmado por Dilts (1996), el cual establece que el ser humano algunas veces cree en procesos los cuales le impiden avanzar

Adicionalmente la estructura de valores también juega un papel fundamental en el conducir del ser humano, los mismos pueden ser considerados también creencias en este caso en introyecto, es decir, adquirida por figuras pilares como

padre o madre los cuales guían el actuar del individuo, al ser estos consideradas partes de las creencias, en algunos momentos pueden limitar o potenciar al individuo, en el mismo orden de ideas Castro (2013) citando a Pascal (s/f) establece que los valores son razones que el corazón no entiende.

No obstante al hacer referencia a elementos potenciadores a nivel cognitivo los cuales al ser interpretados por los procesos perceptivos, pueden determinar si la información recibida es un aprendizaje positivo, lo cual permitiría el desarrollo y desplazamiento del individuo logrando un desempeño excepcional, Sin embargo esta posibilidad, podría perderse si se hace referencia a valores o creencias limitantes las cuales entorpecen el proceso enseñanza aprendizaje.

Por tanto la validación de los procesos psico-cognitivos propios en el ser humano, conlleva a la generación de acciones ancladas a un mundo interpretativo enmarcado en creencias, valores, así como también juicios, comprendiendo por estos como aquellos que permiten valorar los actos, tomar decisiones, crear o destruir posibilidades y determinan la identidad de la persona tal como lo refieren Castro y Ocampo (2012); Por tanto los juicios las creencia, así como los valores definen a la persona, crean su repertorio conductual y lo potencializan o lo limitan, dependiendo del significado que cada uno de estos posee en la interpretación de los hechos según lo que se perciba.

NEUROTALENTO Y PSICO-COGNICIÓN UN BINOMIO INTRÍNSECO DEL SER

Los seres humanos poseen un conjunto de elementos los cuales lo determinan en su actuar, estos se conjugan para conformar códigos, capaces de validar o no, los diferentes procesos realizados por este, permitiendo el desarrollo de aquellos neurotalentos poseídos por los individuos, o por el contrario impidiendo el desarrollo de competencias únicas en este.

En este sentido es importante recordar que al hacer referencia al neurotalento, este se conjuga con la biología del ser así como con elementos del ambiente o entorno, los cuales se anclan en el cerebro dentro de un mapa mental y se gestionan u operacionalizan a través de procesos psico - cognitivos, mediante los cuales el ser humano puede generar su realidad, debido a que estos se conforman en la percepción, donde la misma hace uso de los juicios, creencias y valores para poder dar sentido al estímulo percibido con el fin de interpretarlo mediante las estructuras de vida del ser humano.

En el mismo orden de ideas, un neurotalento puede ser potenciado o no dependiendo de ese conjunto de elementos psico cognitivo, los cuales también pueden limitar el proceso de desarrollo al estar viciado por creencias, valores o juicios nocivos, impidiendo al ser humano a maximizar ese potencial que posee

No obstante, como ya se estableció el neurotalento se alimenta también del ambiente tal como lo hacen los proceso psico cognitivo, por lo cual el mismo puede proveer de un conjunto de conocimientos negativos, los cuales son incorporados por el ser humano dentro de su repertorio conductual, conllevando a este a adoptar conductas no acorde con el desarrollo holístico que se dese lograr del hombre,

siendo importante obtener sensaciones positivas así como acciones éticas , en el individuo, los cuales lo estimulen, a continuar con la expansión de su naturaleza.

Por Tanto es importante reconocer que el desarrollo de forma adecuada de un neurotalento se encuentra estrechamente ligado a los proceso psico – cognitivos, de allí la importancia de reconocer el valor de este binomio, el cual se encuentra alojado en las estructuras biológicas y humanas del ser, estableciendo que si ambos elementos se conjugan en una fuerza de avance, donde los procesos spico – cognitivos sean potencializadores y no limitantes el individuo podrá obtener lo mejor de ese talento natural.

No obstante, si por el contrario los procesos psico-cognitivos que se encuentran alojados en el ser humano son nocivos, muy a pesar de que este posea un neurotalento, el mismo no logrará desarrollarse de manera adecuada, debido a que la persona por poseer creencias, juicio y valores limitantes, se auto saboteara, el desarrollo de este talento natural, bien sea por no darle valor al mismo o por adoptar posturas autodestructiva o viciosas

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado la presente investigación concluye:

- Los seres humanos poseen un conjunto de características intrínsecas las cuales le permiten la ejecución de un performance gerencial sobresaliente en algunas actividades específicas, siendo estos elementos con los cuales el ser humano, se siente cómodo sin necesidad de utilizar una gran cantidad de energía para obtener dichos resultados, tales capacidades es lo que se conoce hoy como neurotalentos o talentos naturales.
- El poseer un neurotalento permite al ser humano, destacarse en alguna actividad, sin la necesidad de haber recibido un entrenamiento formal, para el individuo su accionar se encuentra instalado en sus procesos biológicos y psico- cognitivos, de allí que este talento natural sea denominado por muchos como dones, debido a que este se ejecuta con total naturalidad
- Metabólicamente lo seres humanos cuando se apalancan en sus neurotalento para la ejecución de sus funciones diarias, se observa que el desgastes de energía y el uso de oxígeno a nivel de cerebro es mucho menos por lo cual la actividad culmina siendo placentera.
- Al hacer referencia de los neurotalentos, aunque se comprende que los mismos son naturales se hace necesario reconocer que la relación hombre- ambiente o entorno es fundamental para poder nutrir este talento natural, permitiendo la obtención de mejores resultados aunque este proceso se ancle en un aprendizaje informal.
- Los procesos psico–cognitivos, permiten comprender como la mente o el alma aprende, entendiend por estos elemento el cómo lo seres humanos adquieren conocimiento y como dichos aprendizaje se anclan a una estructura cerebral mediante la cual se genera un mapeo mental, el cual permite al ser humano

reinterpretar un sinnúmero de veces los diferentes estímulos a los que es expuesto dándole sentido a estos

- La psico-cognición en lo referente a los procesos de vida, permite a los seres humanos generar estructuras las cuales marcan su diario actuar, mediante las mismas se gestionan elementos como los valores, las creencias y los juicios los cuales son determinante en la vida y los logros de todo ser, siendo estos los filtros perceptivos mediante los cuales se gestionan los estímulos y cuya traducción realizada desde el mundo interpretativo del hombre, conlleva a este a generar acciones llenas de éxito o fracaso

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TEXTOS

- Alles, M (2005) Diccionario de competencias. ISBN: 9506414335. Granica. Argentina
- Castro, C; Ocampo S (2012), **Coaching multidimensional**. ISBN:9786071704702. Editorial Trilla. México.
- Castro, C (2013). **Coaching en acción**. ISBN: 9786071712547. Editorial Trilla. México.
- Dilts, Robert (1996). **Identificación y cambios de creencias**. Un camino hacia la salud. ISBN:9788479532550. Editorial Urano. Argentina
- Doron Ronald; FrancoiseParot (2008). Diccionario Alkal de psicología. ISBN: 9788446012580. Ediciones Alkal. España.
- Giry, Marcel (2002). **Aprender a razonar, aprender a pensar**. ISBN: 968232355X Ediciones siglo veintiuno. París.
- Gardner, H (1994) **La estructura de la mente: La teoría de las inteligencias múltiples**. ISBN: 9789681642051. Editorial fondo cultural económico. España.
- Puncet, E (2012) **El viaje al poder de la mente**. ISBN: 8423326485. Ediciones destino. España
- Talizina, N (2000) **Manual de psicología pedagógica**. ISBN:9687674776. Universidad San Luis Potosí. México

EN LÍNEA

- Diccionario de la Real Academia Española (2015). Documento disponible en dirección [URL:http://www.rae.es](http://www.rae.es). Recuperado el 21 de Mayo del 2015
- Bazinger Katherine (2014) ¿Que es un neurotalento?. Documento disponible en dirección [URL:http://www.benziger.org/espanol-index.html](http://www.benziger.org/espanol-index.html). Recuperado el 8 de Diciembre del 2014.
- Elejalde A; Estevéz, G (2015). Factores biológicos y ambientales en el desarrollo de la inteligencia, la creatividad y el talento. Documento disponible en dirección [URL: http://educaciones.cubaeduca.cu/medias/pdf/1305.pdf](http://educaciones.cubaeduca.cu/medias/pdf/1305.pdf). Recuperado el 5 de Mayo del 2015.

ESTRÉS LABORAL: PREOCUPACIÓN O ENFERMEDAD OCUPACIONAL EN EMPRESAS MIXTAS DEL SECTOR PETROLERO

Kevin Salas
Kevin_salas_01@hotmail.com
Rafael Vílchez
Rafaelvilchez5@hotmail.com
Williams González
Wdejesusgg2@hotmail.com

RESUMEN

El propósito principal de esta investigación fue analizar el estrés laboral del personal de las empresas mixtas del sector petrolero. La misma es sustentada por los autores Robbins (2004), Davis y Newstrom (2003), Hellriegel y Slocum (2004), Gibson Ivancevich, Donelly y Konopaske (2006), La metodología que se utilizó según las características de la misma es de tipo descriptiva de campo con diseño no experimental-transeccional. La población estuvo conformada por veinte (20) gerentes pertenecientes a las empresas mixtas del sector petrolero. Se utilizó la técnica de encuesta a través de un cuestionario como instrumento de medición el cual estuvo comprendido de treinta y siete (37) preguntas con múltiples alternativas de respuestas. Se realizó la validez de contenido por el comité académico de la Universidad se aplicó el índice de confiabilidad de Alpha Cronbach, arrojando un índice de 0.8533, el procedimiento estadístico utilizado fue descriptivo basado en frecuencia absoluta y porcentual. Los datos fueron procesados empleando la estadística descriptiva, los resultados permitieron señalar que el personal de las empresas mixtas del sector petrolero presenta estrés laboral, se evidenció que el tipo de estrés laboral presente es destructivo ya que hay insatisfacción en los trabajadores, rotación de personal, baja productividad y reducción del desempeño.

PALABRAS CLAVE: Estrés Laboral, Enfermedad Ocupacional, Sector Petrolero.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación abordó el estrés laboral; una de las mayores enfermedades ocupacionales que afectan a las organizaciones de hoy día, se describe como los sentimientos y emociones presentados como presiones y tensiones causadas por sobrecargas o exigencias impuestas en el lugar de trabajo.

En este sentido, resulta relevante señalar que se ha seleccionado esta problemática ya que de manera global las situaciones políticas y socioeconómicas generan grandes cambios que obligan a las organizaciones a crear presión y hacerse exigentes para que los trabajadores se adapten e igualmente mantengan los niveles de productividad.

De tal manera, surgió la necesidad de estudiar el fenómeno estrés laboral para conocer los tipos de estrés laboral como tensiones inevitables en los centros de trabajo, además de lograr identificar los niveles presentes y aportar soluciones óptimas para las empresas mixtas del sector petrolero. Para ello, se presentan un conjunto de supuestos y basamentos teóricos, luego la metodología utilizada y por último se presenta los resultados con sus respectivas conclusiones.

ESTRÉS LABORAL: PREOCUPACIÓN O ENFERMEDAD OCUPACIONAL EN EMPRESAS MIXTAS DEL SECTOR PETROLERO

En un mundo que se renueva a cada segundo, donde las situaciones tecnológicas y culturales son desatadas con intensidad, se han generado cambios en forma brusca e inesperada, causando que las empresas sean más dinámicas para adaptarse a los mismos, originando una serie de riesgos, los cuales influyen notablemente en la estabilidad emocional, física, fisiológica y conductual de los trabajadores.

En diferentes aspectos de la vida, las personas se ven expuestas a circunstancias generadoras de estrés. Una de estas situaciones corresponde a la actividad laboral, la cual ocupa un espacio importante de tiempo. Los numerosos cambios producidos en la organización actual, han ocasionado nuevos problemas en la salud y seguridad de los trabajadores, donde el estrés laboral representa una preocupación cada vez mayor en el mundo del trabajo. De esta manera, el estrés laboral ha aumentado su relación en el ámbito del trabajo, convirtiéndose en una causa de ausentismo influyente en las decisiones incorrectas, juicios erróneos, en una baja moral del personal.

Por otra parte, el estrés laboral se ha reflejado en las empresas de forma individual y grupal en diversas áreas, influyendo en las responsabilidades operacionales, por lo tanto, las industrias se enfocan cada día más en la conducta del personal buscando soluciones que mejoren los procesos para aumentar la productividad en su totalidad. Los empleados hoy en día viven y se desarrollan de manera acelerada confrontando las fuertes demandas impuestas por el ambiente laboral.

Sin embargo, a nivel físico, también tiene efectos negativos provocando trastornos o enfermedades que van desde irritabilidad, estados depresivos, ansiedad, hasta enfermedades más complejas como úlcera, asma, hipertensión y trastornos cardiovasculares. Para tener una visión más clara de ello es importante tomar en cuenta lo referido por Davis y Newstrom (2003, p. 427) "Se refieren de manera general a las presiones que las personas sienten en la vida, si el estrés se vuelve excesivo, surgen en los empleados diversos síntomas de estrés que pueden dañar su salud y rendimiento laboral"

De la misma manera, sucede en las empresas mixtas del sector petrolero, donde se ha reflejado a través de la observación directa y entrevistas que las exigencias en el cumplimiento de las labores en horas excesiva, aumento de la carga de trabajo, rotaciones constantes, la toma de decisión no programada y la falta de tiempo para terminar las actividades exigidas; generando en los trabajadores a nivel cognitivo, descuido de la vida personal, baja motivación, preocupación, temor, inseguridad en sí mismo, miedo, dificultad en la toma de decisiones, entre otros; y a nivel fisiológico, aumento de enfermedades laborales, tensión muscular, taquicardias, temblor, dificultad respiratoria, sequedad de boca, dolor de cabeza y mareos.

De igual forma, a nivel motor, se muestra movimientos repetitivos, fumar en exceso, llorar, tartamudear, depresión, comer en exceso, beber, hablar rápido, explosiones emocionales, conductas impulsivas, risas, nervios, conductas inapropiadas, bostezos, absentismo, bajo nivel de concentración, desorientación, mal humor, hipersensibilidad a la crítica y/o sentimientos de falta de control. Además de estas reacciones emocionales se pueden manifestar otros síntomas producidos por el estrés como, agotamiento físico y falta de rendimiento. Que al presentarse muy intensamente o de forma prolongada en el tiempo, puede llegar a producir enfermedades físicas, desórdenes mentales, en definitiva, problemas de salud.

Del mismo modo, el estrés laboral puede afectar a todo tipo de trabajadores de cualquier sector productivo, enmarcando el sector petrolero, incrementándose el riesgo entre los grupos de trabajo y afectando la productividad de sus actividades laborales.

De persistir estas situaciones, la organización se verá seriamente afectada, trayendo como consecuencia la evidencia de enfermedades ocupacionales en el personal, exceso de reposos médicos, permisos, demandas por parte de los familiares a la organización, entre otros.

Por tal razón, en el presente estudio se plantea la necesidad de analizar el estrés laboral del personal de recursos humanos de las empresas mixtas del sector petrolero. Asimismo permitiendo así conocer los factores generadores de la variable objeto de estudio, con la finalidad de proporcionarles información que permita implementar estrategias que faciliten el manejo del estrés laboral y a su vez plantear las recomendaciones del caso, logrando un mejor rendimiento laboral, beneficios tanto para la organización y al grupo de trabajadores a ser analizados.

BASAMENTO TEÓRICO

ESTRÉS LABORAL: TENSIÓN INEVITABLE EN EL PUESTO DE TRABAJO

Para abordar la investigación es necesario resaltar que el estrés en la época actual afecta a las personas en todos los niveles ya sea personal u organizacional, para ello se definirá el término estrés laboral para su mayor comprensión.

El término estrés según Davis y Newstron (2003) se refiere de manera general a las presiones que las personas sienten en la vida. La presencia de estrés en el trabajo es casi inevitable en muchos puestos. Por otra parte, según Hellriegel y Slocum (2004) el estrés (tensión) es la emoción, el sentimiento de ansiedad o tensión física que ocurre cuando se cree que las exigencias impuestas sobre un individuo exceden su habilidad para manejarlas.

De acuerdo a lo anterior es necesario resaltar que el estrés para Davis y Newstron (2003) es la presencia de tensiones en la vida que son inevitables en muchos puestos de trabajo a diferencia de Hellriegel y Slocum (2004) que expone que el estrés son emociones, sentimientos presentados como tensiones y presiones causadas por sobrecargas a las exigencias impuestas en el trabajo.

Del análisis de las definiciones anteriores se puede inferir que el estrés se refiere a las presiones o tensiones que el individuo presenta cuando las exigencias impuestas en el área laboral sobrepasan el límite para ser manejadas por él mismo y el individuo debe poseer una percepción de control sobre las tensiones, por lo tanto para esta investigación se tomó en cuenta la definición de Davis y Newstrom (2003) con el fin de reforzar los conocimientos e igualmente sustentar el estudio con los aportes hechos por el autor antes mencionado.

ESTRÉS EN EL TRABAJO: PERJUDICIAL O BENEFICIOSO

Para dicha investigación se tomó la información aportada por Landy y Conte (2005) donde explica como el estrés se divide en estrés positivo (eustress) es un tipo de estrés que proporciona retos, motivan a los individuos a trabajar duro y a lograr sus metas y estrés negativo (distress) tipo de estrés, resulta de situaciones de demanda crónica que producen resultados negativos en la salud.

De acuerdo con Schermerhorn, Hunt y Osborn (2008) quienes expresan que el estrés tiene dos caras una positiva y otra negativa:

- a) El estrés constructivo o estrés; actúa de manera positiva. Los niveles moderados de estrés que se dan por el impulso de un mayor esfuerzo laboral, estimulan la creatividad y fomentan una mayor diligencia.
- b) El estrés destructivo o angustia, es disfuncional tanto para el individuo como para la organización. Demasiado estrés puede crear una sobrecarga y desbaratar los sistemas físico y mental de la persona, lo que provoca ausentismo, rotación de personal, errores, accidentes, insatisfacción, reducción del desempeño, comportamiento no ético e incluso enfermedades. De la misma forma Loya (2006) plantea que los tipos de estrés se clasifican en términos de sus efectos al organismo, aquel estrés, el cual daña al organismo se llama fatiga o distress, y el estrés que entrega energía y mantiene al organismo activo es llamado eustres.

Sobre las bases de las ideas expuestas Landy y Conte (2005), Schermerhorn y otros (2008) y Loya (2006) coinciden en que el estrés se puede dar en forma positiva como negativa, la positiva proporciona retos estimulantes a los individuos a trabajar duro y lograr su meta las negativas que originan resultados perjudiciales en la salud.

De las evidencias anteriores para esta investigación se tomará la definición planteada por Schermerhorn y otros (2008) quien se refiere de manera más completa sobre los tipos de estrés y las consecuencias que las mismas pueden producir en el caso de las empresas mixtas del sector petrolero.

METODOLOGÍA

La presente investigación se planteó analizar los tipos de estrés laboral como preocupación o enfermedad ocupacional en empresas mixtas del sector petrolero. La metodología de estudio, fue analítica, partiendo de los aspectos que involucran las fuentes teóricas Hurtado (2006). Este estudio fue de tipo descriptivo, de campo

y con un diseño no experimental-Transversal. No se realizó calculo muestral debido a que la población fue finita, llevándose a cabo un censo poblacional.

Seguidamente, la población se compone por 20 gerentes y el instrumento de recolección de datos fue un cuestionarios de opciones múltiples para sus respuestas, utilizando diferentes categorías de selección como Siempre (S), casi siempre (CS), a veces (AV), casi nunca (CN) y nunca (N).validado por un grupo de diez (10) expertos en el área de Recursos humanos y metodología, con un coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach 0,85. Dicho instrumento fue aplicado a la población ya mencionada. Se utilizó la estadística descriptiva con valores de frecuencia absoluta y relativa. Por medio de una matriz de doble entrada de sujetos versus ítems, aplicando el Microsoft Excel 2007, se codificaron y tabularon las respuestas por variables; así mismo se realizó un estudio de comparación de los porcentajes de cada indicador.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DEL ESTUDIO:

DIMENSION: TIPOS DE ESTRÉS LABORAL														PROMEDIO INDICADOR	PROMEDIO DIMENSION
INDICADOR	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS	SIEMPRE		CASI SIEMPRE		A VECES		CASI NUNCA		NUNCA		MEDIA			
		Ítems	F.A	F.R%	F.A	F.R%	F.A	F.R%	F.A	F.R%	F.A		F.R%		
Constructivo	1	1	7%	3	20%	9	60%	2	13%	0	0%	3,2	3,9	3,3	
	2	11	73%	2	13%	1	7%	1	7%	0	0%	4,5			
	3	5	33%	6	40%	3	20%	0	0%	1	7%	3,9			
Destructivo	4	2	13%	0	0%	2	13%	3	20%	8	53%	2,0	2,8		
	5	1	7%	3	20%	3	20%	8	53%	0	0%	2,8			
	6	6	40%	4	27%	0	0%	2	13%	3	20%	3,5			

La tabla muestra los datos asociados a la dimensión tipos de estrés laboral, constituido por dos indicadores, los cuales son estrés constructivo y destructivo, el primero referido al tipo de estrés constructivo, en este indicador se pretendió conocer si el estrés constructivo le ayuda a promover la creatividad en la aplicación sus actividades laborales, el 60% respondió a veces, 20% dijo casi nunca, un 7% siempre y un 0% nunca.

De igual manera un 73% siempre realiza actividades de trabajo de manera diligentes en la organización, el 13% respondió casi siempre, un 7% dijo a veces, el mismo porcentaje se expresó a la alternativa casi nunca, y el 0% nunca. Seguidamente el 40% dijo casi siempre realiza mayor esfuerzo en su trabajo proporcionando un efectivo desempeño, 33% indico en la opción siempre, un 20% a veces, un 7% nunca y un 0% casi nunca.

En este sentido el indicador que corresponde a tipos de estrés destructivo se generaron los siguientes ítems, sus actividades se ven afectadas por el ausentismo de sus miembros de equipo 53% dijo que nunca se ven afectadas, mientras un 20% respondió casi nunca, un 13% manifestaron a veces y siempre y un 0% casi siempre.

Por otro lado, la pregunta se esfuerza por mejorar una baja productividad en los empleados un 53% respondió casi nunca, mientras un 20% a veces, el mismo porcentaje dice casi siempre, 7% dijo siempre y un 0% nunca. No obstante un 40% siempre se ve involucrado en accidentes laborales en la organización, 27% casi siempre, un 20% nunca, 13% dijo casi nunca, y un 0% a veces.

A manera de síntesis, el indicador estrés laboral constructivo se ubicó bajo el promedio del 3,9 que lo refiere en una categoría alto estrés testificando una realidad en la cual la creatividad, las actividades diligentes y el mayor esfuerzo evidencian un debilitamiento no atendido oportunamente en la organización ante la ausencia de acciones estratégicas que motiven al trabajador, aspecto que debe ser intervenido significativamente y lograr proyectar los beneficios de este tipo de estrés al impulsar de forma asertiva el potencial del trabajador, tal como lo fundamenta Schermerhorn y otros (2008), al describir que el estrés constructivo o estrés; actúa de manera positiva, permitiendo el impulso de un mayor esfuerzo laboral, estimulando la creatividad y fomentando una mayor diligencia.

Sin embargo, el estrés destructivo enmarcó un promedio de 2,8 definido en la categoría del estrés medio, lo cual permite precisar que la angustia está presente pero puede ser atendida, la cual se centra en el espacio de la seguridad industrial, por otro lado, el ausentismo como el mejoramiento no son limitaciones recurrentes en el espacio laboral de allí la necesidad de reorientar este tipo de situación por medio de estrategias actualizadoras que contribuyan a dignificar el ambiente de trabajo ante la presencia de este tipo de estrés, el cual según Schermerhorn y otros (2008), manifiesta que el estrés destructivo o angustia, es disfuncional tanto para el individuo como para la organización. Demasiado estrés puede crear una sobrecarga y desbaratar los sistemas físico y mental de la persona, lo que provoca ausentismo, rotación de personal, errores, accidentes, insatisfacción, reducción del desempeño, comportamiento no ético e incluso enfermedades.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Por su parte, en cuanto a los tipos de estrés laboral presente en las empresas mixtas del sector petrolero, se constató que el personal fomenta un mayor esfuerzo y las actividades de trabajo se dan de forma diligente concluyendo que los trabajadores de alguna u otra forma perciben el estrés laboral de manera constructiva, a su vez refieren que el tipo de estrés destructivo hace que exista insatisfacción en el personal, ausentismo laboral, rotación de personal, reducción en el desempeño, baja productividad y accidentes laborales.

Dado los resultados obtenidos, se recomienda considerar alternativas laborales aprovechando la percepción que los trabajadores tienen del estrés y proyectar las ventajas significativas referidas a enaltecer la creatividad del personal,

donde los planes de capacitación juegan un papel importante para atender este tipo de manifestación.

Para finalizar, desarrollar acciones tendientes a crear un ambiente de trabajo motivador y a su vez, complementar las herramientas de trabajo que permitan a los trabajadores ejecutar las actividades de manera oportuna sin limitaciones.

Referencias bibliográficas

Davis, k. y Newstron J (2003) **Comportamiento humano en el trabajo**. México editorial: Mcgraw Hill interamericana editores S.A de C.V. undécima edición

Hellriegel D y Slocum J (2004) **Comportamiento Organizacional**. México editorial: Copyright International Thompson, S.A.

Hurtado J. (2006) **Metodología de la investigación holística**. Caracas Venezuela, ediciones QuironSypal, cuarta edición.

Landy F y Conté J (2005) **Psicología Industrial**. México. Editorial: McGraw Hill Interamericana Editores S.A de C.V.

Loya S (2006) **Liderazgo en el Comportamiento Organizacional**. México. Editorial: Trillas S. A de C.V

Schermerhon J, Hunt J, Osborn R (2008) **Comportamiento Organizacional**. México. Editorial: LimusaWiley.

LA MEDIACIÓN HOLÍSTICA COMO ESTRATEGIA PARA LOGRAR EL RECONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL PROFESIONAL DE ENFERMERÍA EN EL SIGLO XXI.

Mónica María Andrade Nieves

Monica_andradenieves@hotmail.com

Universidad Cooperativa de Colombia (UCC)

RESUMEN

Desde las características que definen las profesiones, la enfermería debió atravesar un conjunto de hechos históricos, para caracterizarse y definirse en un esquema que otorgue valor y reconocimiento social frente a los procesos de gestión en cualquier organización donde se genere conocimiento. Es por ello que el punto de partida para su visibilización debe ser el empoderamiento del rol de una manera integradora, que permita la aplicación de estrategias como la investigación colectiva de sus escenarios de acción apoyada en la mediación holística.

PALABRAS CLAVE: Reconocimiento, Enfermería, salud, mediación.

INTRODUCCIÓN

En escenarios tan expuestos a crisis de conflicto como lo son el sector salud y el de la educación, confluyen diferentes roles, no obstante, en la relación entre el reconocimiento de la profesión de enfermería, marcada con la sombra de la historia, ha desvalorizado y desdibujado la profesión ocultando los verdaderos resultados que desde la gestión pueden transformar la sociedad del conocimiento. Para ello se empleará la mediación holística como estrategia gerencial que propenda por el reconocimiento de la profesión como disciplina científica.

OBJETIVO

Comprender la gestión del reconocimiento del profesional enfermero/a, como factor potenciador de transformación en las organizaciones a través de la mediación holística como herramienta dinamizadora del conflicto.

METODOLOGÍA

En el presente artículo de revisión se pretende hacer un abordaje histórico para analizar la manera como es visto el profesional de enfermería durante la búsqueda del reconocimiento social. Por lo anterior se confrontarán los postulados teóricos existentes a través de la revisión en bases de datos, para hallar el soporte epistemológico, axiológico y gnoseológico de los argumentos que ubican a la mediación holística como herramienta gerencial frente al conflicto estructural o de rol.

Estudiar la complejidad del reconocimiento del desempeño de los enfermeros como profesionales, partiendo desde su inserción en el sector salud y visionándolo en otros escenarios de acción como lo son: el campo asistencial, la docencia, la investigación e incluso la gerencia; no es un tema que se pueda estudiar simplemente desde la mono perspectiva humana, sino que demanda indagar desde la pertinencia de su quehacer disciplinar, la gestión del conocimiento mismo y la forma como su actuar va dibujando el escenario de reconocimiento social, en materia de logros dentro de cualquier ámbito organizacional que se requiera.

Desde esa perspectiva Fraser y Honneth (2003;p.20) refieren que” El reconocimiento “implica la tesis hegeliana, considerada a menudo opuesta al individualismo liberal, de que las relaciones sociales son anteriores a los individuos y la intersubjetividad es anterior a la subjetividad. Es más, a diferencia de la redistribución, suele interpretarse que el reconocimiento pertenece a la “ética”, en cuanto opuesta a la moral, es decir que promueve los fines fundamentales de la autorrealización y la vida buena, frente al “derecho “de la justicia procedimental.

Un estudio sobre valores y actitudes profesionales realizado en Catalunya citado por Ramió (2005; p.8), menciona que existen aportaciones sobre imagen enfermera donde se coincide en resaltar tres ideas básicas: La pasividad de acción de los enfermeros, para hacer visible su aportación, las escasas investigaciones que muestran los beneficios de su práctica profesional; y cómo la caracterización profesional entre médicos y enfermeros configuran una imagen desvalorizada de los enfermeros.

Cuando se asume que el ser que forma parte de una gran célula social denominada familia, se inicia el constructo de la primera organización y quizás la más trascendental para forjar los nuevos retos que se deberán afrontar en las demás interacciones organizacionales a las que se adhiera el individuo; se trata del primer acercamiento con la realidad compleja y que por tanto de allí se derive la estructuración del mismo.

Por otra parte, si se explora el actuar de la enfermería en las organizaciones, cabe resaltar que aunque existe un amplio reconocimiento de sus funciones, sobre todo las de tipo asistencial, no ha sido igual la inclusión desde la gestión en cargos de representatividad con voz y voto a nivel estatal, que provoquen transformaciones verdaderas en aquellos contextos de desigualdad que hoy se viven en un mundo cada vez más habido de un conjunto de necesidades sociales.

A partir de esta concepción interna de carácter individual donde los roles profesionales están conexos a la acción misma del “reconocimiento”, las brechas generadas en relación con los imaginarios sociales que se construyen por las tradiciones culturales ya preconcebidas, se generan sentimientos de inequidad que perpetúan a la enfermería desde el siglo XX, como una profesión que lucha desde las agremiaciones para rechazar la esclavización y la subordinación carente de humanización y status, como variables estimadas del conflicto organizacional que se vive en cada uno de los campos de desempeño del rol enfermero.

De lo anterior se derivan los conflictos estructurales (o de roles) expuestos por Moore (1995), donde su origen se liga a situaciones de definiciones de rol, poder, de autoridad entre otras, que terminan promoviendo la desigualdad y la inequidad. Esto último, si se extrapola a la dimensión de la naturaleza de la profesión de enfermería que desde su concepción estuvo ligada a una profesión netamente femenina perpetúa lo que alguna vez fue expresado por Henderson (2006):

“Mientras las enfermeras sea predominantemente mujeres y la imagen de la enfermería se confunda con el concepto de lo que una mujer deberá ser .Esta situación debe afectar tarde o temprano la imagen de la enfermera”. (Pág. 37-40).

Todo confluye en una misma vertiente de situaciones que hacen que hoy en día se requieran enfermeros a la vanguardia de la tendencia gerencial del siglo XXI, que se muestre con resultados en la gestión, a partir de la denominada gestión compartida, mediática, exploratoria, dinámica, flexible y ante todo conciliadora. Lo anterior se puede lograr estableciendo los mecanismos que contribuyan a la mediación, entendida esta última como un recurso que acerca a las partes involucradas al logro de la satisfacción para el crecimiento de un colectivo, donde se concibe un fenómeno que va de adentro hacia afuera del ser en cuanto a la organización .

Por ello, para que exista reconocimiento del rol profesional del enfermero, este deberá primero auto-adentrarse en su ser para encontrar las fortalezas que luego exterioricen el know how de su rol, que es único e insospechado, pero que quizá nadie lo conoce porque ha quedado oculto en las penumbras de la sociedad del conocimiento relegado o relacionado con otras profesiones, pero que aún no muestra su propia naturaleza.

La mediación holística debe ser propuesta desde la alta gerencia, donde cada profesional solucione su situación de conflicto desde su actuar sujeto al otorgamiento de la esencia propia de su saber disciplinar que no puede alejar lo

biológico de lo psicosocial en un contexto donde se biogerencia desde el actuar específico.

La tabla adaptada por el autor presenta los principales conceptos del reconocimiento, conflicto y tipos de mediación que permiten observar el fenómeno del poder y la necesidad de estima para armonizar el buen vivir social.

Tabla 1.Triada de concepción de Conflicto-Reconocimiento-Mediación

CONCEPCIÓN DE CONFLICTO			CONCEPCIÓN INTRÍNSECA DE RECONOCIMIENTO			MODELOS DE MEDIACIÓN.		
AUTOR	AÑO	DEFINICIONES	AUTOR	AÑO	PRINCIPALES POSTULADOS	AUTOR	MODELO	PRINCIPALES POSTULADOS
Coser	1968	Lucha sobre valores o reclamo de status, poder y recursos en los cuales el objetivo de una de las partes en conflicto es no solamente obtener valores deseados sino también neutralizar, perjudicar o eliminar a sus rivales	Hegel	Siglo XVIII -XIX	Reconstruir la historia de la eticidad	Harvard - Fisher	Tradicional lineal	Llegar a un acuerdo sin tomar en consideración ni modificar la relación entre las partes
Hecker y Wilmot	1955	Lucha que se expresa al menos entre dos partes independientes que se perciben que los otros poseen metas, recursos escasos e interferencias incompatibles que les impiden a ellos alcanzar las suyas.	Hobbes	1959	Los hombres se ven dominados sobre todo por la necesidad de obtener una cantidad creciente de "respeto y honor".	Bush y Folger	Transformativo	No se centra en el logro del acuerdo y si en la transformación de las relaciones.
Katz y Kahn	1977	Dos sistemas están en conflicto cuando interactúan directamente de tal modo que los ánimos de uno tienden a prevenir o impeler algún resultado contra la resistencia del otro.	Rousseau	1984	Solo por aspirar a la estimación social empezaran los seres humanos a perder esa tranquila seguridad en sí mismos.	Sara Cobb	Circular Narrativo	Se centra tanto en el acuerdo como en las relaciones humanas.
Galtung	2003	Interacción de tres dimensiones: Actitud y presunciones (Dentro), Comportamiento (Fuera), contradicción (Entre).	Fichte	1971	Los sujetos solo pueden alcanzar una conciencia de su libertad cuando se exigen mutuamente el uso de su autonomía y consiguientemente se reconocen como seres libres.	Cooperrider y Srivastva	Apreciativo	Humanización de los procesos sistémicos tradicional, fue usado con éxito en los hospitales y otras organizaciones en los años 80.

Concepto de conflicto citados por Gómez, G. (2013)

Perspectiva histórica del reconocimiento adapta por el autor(2014)

Modelos de mediación citados por Gómez, G. (2013)

Esta triada lógica entre el conflicto, el reconocimiento y el modelo de mediación, deja ver una apuesta en escena organizativa de lo que promulgó la existencia de nuevas formas para poder desenvolverse en el mundo de la gestión y sobre todo del llamado del papel del gerente en el siglo XXI, donde se requiere que más allá de las concepciones más cercanas como las de Galtung en (2003), donde se interrelacionaban tres tipos de dimensiones: la primera la actitud, lo que deja por sentado que el ser sigue siendo el primer actor para el logro de un sistema, el comportamiento, que es inherente a la conducta asumida por los actores y que condiciona el tercero que es la contradicción porque es precisamente el propio "yo" y las ansias de poder las que pueden desencadenar los intereses que finalmente se colocarán sobre la mesa para determinar el tipo de mediación para la resolución del conflicto.

Finalmente cada una de las personas que teje la red de apoyo organizacional, se especializa en su saber hacer y se convierte en líder del proceso lo que le hace merecedor de una escala de posicionamiento como entrenador, capaz de transmitir e impactar a homólogos, es esta última la mejor de las estrategias del manager, consistente en capturar el fenómeno y reproducirlo con sensibilidad e inteligencia emocional y colectiva basada en la confianza y madurez organizacional todo ello representado en la eticidad y la libertad.

Por todo lo anterior se asume que aunque existe una identificación entre grupos que comparten aspectos similares desde la naturaleza de su esencia, no basta con este simple hecho para que se logre la cohesión, ya que se requerirá de un encontrar de principios, normas, valores y actuares que se aprehendan o se desechen según los intereses de cada quien.

En ese orden de ideas los logros de la gerencia social están encaminados a identificar las diferencias para construir de ellas miembros de redes más afines que logren apalancar los objetivos organizacionales porque comparten ideas, cultura, saberes y lo más importante sentimientos que son el motor de cambio o fracaso para un departamento o a veces para toda una empresa.

Cuando se habla de la cultura organizacional, esta no puede ser dibujada, ni forzada para el equipo que integra la organización, ya que la anterior surge de una suma de elementos que están arraigados y guardan un valor intangible para cada miembro; por tanto es asumida e introyectada con base en lo que se trae desde la esencia misma del ser, que al asociarse a los stakeholders y compartir en el día a día experiencias con los demás miembros del sector salud, se transforman en un hilo que conduce la acción del bien máspreciado como lo es la vida y por ende la salud provocando una íntima y valiosa relación de manera homogénea e indistinta al rol.

Saber aceptar los cambios en todo el sentido de la palabra, implica contraponerse a un fenómeno de complejidad humana, porque pueden suceder tres hechos relevantes: resistencia, aceptación o fracaso; el efecto depende en gran medida de saber utilizar las potencialidades de cada una de las células familiares que llegan a la organización y agruparlas para crear sinergismo, lográndose de esta manera llegar a la casi perfecta armonización de los entornos de creación de un

conocimiento infinito de la realidad que cada quien ve en su mundo porque el mundo es uno pero las realidades son diversas.

En lo que respecta a la innovación y la gestión, Muzard, J. (2011) en su artículo sobre La evolución del conocimiento en las organizaciones señala que la era de la tecnología y la innovación se constituyen en un desafío infinito para la globalización, a su vez coincide con Dixon (2010) quien afirmó que “es la conversación la herramienta de elección”. Las ideas de los participantes serán el punto de partida para que emerjan los factores motivadores de suma de ideas que construyen el verdadero propósito del conocimiento que es el compartir a toda esfera intelectual. La experiencia práctica es valorada porque lleva implícita el conocimiento expuesto a variables contextuales y la superación de barreras por ensayo-error a lo largo del trasegar de la organización. El verdadero reto de la sociedad del conocimiento es pues “El capital intelectual como activo intangible la estrategia del éxito organizacional”.

La aceptación de la pluralidad y la diversidad del mundo, es un tema que se debate en este siglo XXI, por lo anterior es necesario concluir que las empresas realmente exitosas serán capaces de:

- ✓ Identificar y aceptar que los seres humanos se desarrollan en contextos distintos, por lo anterior proceden de saberes creados por tradición cultural, ello los hace diversos y únicos.
- ✓ Las organizaciones deberán seleccionar los equipos de colaboradores, de tal suerte que se potencien entre sí, esto se logra con acercamiento gerencial a los diferentes niveles para hallar en momento perfecto de armonización con la cultura organizacional.
- ✓ El permitir ser en esencia lo que se es y no lo que se quiere que se “sea “,mejora la efectividad en cualquier esfera de desenvolvimiento social, ya que está demostrado que el talento muchas veces no se devela porque hay presiones del “yo “ que impiden la autorrealización en el entorno.
- ✓ Cuanto más pronto queramos dar la vuelta a la mirada a una realidad social que esta frente a nuestros ojos, será más eficaz la armonización y la productividad tan anhelada en siglos pasados y que aún se mantiene vigente, pese a todos los cambios de paradigmas de la administración.
- ✓ La gente que gestiona en una organización deberá despojarse de todo hecho que nuble la posibilidad de comprender el complejo fenomenológico de cambio permanente para la búsqueda de la realidad más adaptable del ser.

Finalmente la diversidad y la pluralidad humana, constituyen las bases primordiales para el desarrollo de las organizaciones, donde se perfilan las relaciones que se construyen ampliamente en medio de las diferencias; siendo estas últimas las bases más sólidas de construcción recíproca que generan nuevos focos de acción participativa.

En la medida que los pueblos avancen en la generación del conocimiento, se propiciarán los espacios para que desaparezcan los estigmas sociales que aíslan al ser humano de su verdadera esencia “lo humano”.

La mediación servirá como herramienta de gestión para que tal como lo exponen muchos de los modelos, dentro de ellos el modelo transformativo de Bush y Folger citado por Armadans (2007), cuyo eje central son las relaciones como formas de apalancamiento del reconocimiento social y del poder sano, aquel que al igual que en cualquier organización donde se haga gestión, es requerido para crear ambientes de convivencia sanos y armónicos.

CONCLUSIONES

- El desempeño de los enfermeros constituyen el pilar de la construcción de los imaginarios que se generarán a partir de la influencia cultural transmitida según la concepción del rol individual. Esta última es elaborada individualmente por los seres humanos acorde a las bases teóricas de las cuales dispongan pudiendo afectar o influenciar de manera positiva o negativa el reconocimiento profesional.
- Los conflictos estructurales o de rol impiden la autorrealización y promueven la inequidad, toda vez que dificultan desde lo humano, trascender a una verdadera obtención de la valorización del quehacer ligado al saber sin distingo de la profesión o el género.
- La mediación como estrategia para el desarrollo organizacional debe ser aplicada de manera integradora, no reducirse solamente a la resolución del conflicto a través de la mediación del conflicto mismo, sino que debe concebir a los miembros de la organización como un complejo humano biogerencial y socialmente integrado a través de roles, para lo cual debe mediar sus escenarios de mayor potencialización para promover la equidad y el reconocimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Armadans, I(2007). **La mediación como instrumento de gestión de conflictos en el ámbito de personas mayores autónomas y dependientes**. Proyecto de investigación y Desarrollo. MEDIMAYOR. En http://www.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/idi1_0_06ubarna.pdf
- Fraser y Honnet. (2006). **Redistribución o Reconocimiento?** Ediciones Morata, S.L. Madrid.
- Gómez, G. (2013). **Conflicto en las organizaciones y mediación**. Universidad Internacional de Andalucía. España. En http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/2558/0477_GomezFunes.pdf?sequence=1
- Henderson, V (1996). **La práctica de enfermería y la preparación de la enfermera**. Enfermería teórica y práctica. Papel de la enfermera en la atención del paciente. México DF: Ediciones Científicas de la Prensa Médica Mexicana.
- Muzard J (2007). **La evolución de la gestión del conocimiento en las organizaciones**. Canadá. En <http://www.a-i-a.com/capitalintelectual/ArticuloGC-JM-ESPv10.pdf>

Ramió, A. (2005). **Valores y actitudes profesionales**. Estudio de la práctica profesional enfermera en Catalunya Departamento de sociología y Análisis de las organizaciones. Facultad de Ciencias económicas y empresariales. Tesis doctoral Universidad de Barcelona. España. En http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/2867/ARJ_TESIS.pdf;jsessionid=1B9A81B761FF3F4A71B676D07F8F274.tdx1?sequence=1. Pág 8.)

COOPERACIÓN EMPRESARIAL COMO FACTOR POTENCIADOR DEL DESARROLLO SUSTENTABLE EN LAS ORGANIZACIONES MODERNAS.

MSc. Hernández, María Fernanda
MSc. Denny Pereira
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín URBE

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo estudiar y comprender el proceso de cooperación empresarial como punto de apalancamiento para el surgimiento y mantenimiento del desarrollo sustentable dentro de la gerencia, apoyándose para ello en los postulados de Arend (2006) Lane y Lubatkin (1998), Mckeown (2002) y Pisanty (2003), entre otros. La presente fue una investigación descriptiva hermenéutica, que se desarrolló bajo la modalidad documental, apoyándose en fuentes y registros fundamentados que permitieron a los investigadores abordar la temática planteada. Entre las reflexiones finales que a las cuales condujo la presente investigación se encuentran: el esquema de cooperación empresarial utilizado actualmente dentro de las organizaciones se encuentra apto para fungir como un factor potenciador del desarrollo sustentable en las organizaciones modernas, existen maneras de concienciar a los diversos grupos focales realizando los estudios de mercado determinados y finalmente la gerencia moderna debe establecer como meta fundamental dentro de las organizaciones modernas el involucrar los nuevos procesos referentes al impacto medioambiental.

PALABRAS CLAVE: Desarrollo sustentable, Cooperación empresarial, Gerencia organizacional.

INTRODUCCIÓN

Actualmente se ha evidenciado un “boom” de lo verde y de todas las tendencias ecológicas. Por esta razón, empresas globales que van desde multinacionales de gran importancia hasta las pequeñas y medianas se han abocado al cumplimiento de políticas medio ambientales que promuevan el desarrollo sustentable como fomento fundamental de las instituciones. Así, en casi todos los rincones del planeta hoy en día se puede observar como empresas y organizaciones cuyos fines no son precisamente consagrados a cumplir patrones sociales, se han dedicado a construir alianzas estratégicas

con otras empresas de similares necesidades, con la finalidad de promover y mantener el cuidado de las riquezas naturales que conforman el planeta.

En este mismo sentido, en la mayoría de ocasiones cuando se toca el tema ambiental, por el mismo egoísmo que forma parte del hombre, éste suele encogerse de hombros y dar la espalda; es precisamente ésta la actitud que ha llevado a la población mundial a generar un desgaste ecológico que con conciencia jamás se habría podido realizar habiendo habitado el planeta tierra por más de miles de millones de años. Sin embargo, aún existe una esperanza latente. Poco a poco el hombre ha salido de su cascarón y se ha ido topando de frente con ciertas verdades que de haber visualizado antes jamás habría actuado de la manera en que lo ha venido haciendo durante estos años.

Por ello surgen las siguientes interrogantes ¿Cómo se revierte todo el daño que las generaciones pasadas han hecho? ¿Es necesario que las generaciones futuras tengan que pagar las consecuencias del daño que todavía se hace? Preguntas como esas son las que se realizan hombres visionarios que buscan el más allá del día a día. Precisamente es ésta la noticia esperanzadora, la existencia los nuevos hombres y gerentes capaces, que poco a poco van extendiendo sus ideas mucho más allá de sus propias mentes y organizaciones. Para ello se presenta en el presente artículo exponencial el beneficio de la cooperación empresarial y el uso de la misma como un factor de apalancamiento para el favorecimiento del desarrollo sustentable.

Mientras hay organizaciones que se encargan de destruir a mansalva las bondades infinitas que regala este planeta, hay muchísimas otras dispuestas a reorganizarse, unirse y enfrentarse al compromiso de reparar lo irreparable previniendo daños posibles a las generaciones futuras; son éstas las organizaciones del futuro a las que debemos aspirar como gerentes.

“Desde que la espada y la cruz desembarcaron en tierras americanas, la conquista europea castigó la adoración de la naturaleza, que era pecado de idolatría, con penas de azote, horca o fuego. La comunión entre la naturaleza y la gente, costumbre pagana, fue abolida en nombre de Dios. En toda América y en el mundo, aún seguimos pagando las consecuencias de ese divorcio obligatorio”

Eduardo Galeano

EL DESARROLLO SUSTENTABLE EN AMÉRICA LATINA DESDE LA MIRADA RETROSPECTIVA DE RÍO 1992 Y LOS AVANCES PROSPECTIVOS DE RIO+20

Durante la década de los noventa en el mundo ocurre un despertar de la conciencia ecológica; la amalgama de todo aquel pensamiento fue la cumbre de la tierra, celebrada en la ciudad de Río de Janeiro durante el año 1992, en donde por primera vez se sentaron las bases para un movimiento estratégico aplicado al desarrollo sustentable a través de puntos específicos. De esta manera se permitió el resurgir de una voz que se encontraba dormida desde la década del setenta, y es así como el agotamiento económico y social que se hacía presente en los años ochenta permitió a la Organización de Naciones Unidas (ONU) convocar una

reunión que aún hoy en día sigue fomentando y nutriendo los pilares ambientalistas en la América Latina.

En este mismo sentido se hace mención a los diversos actores que durante la cumbre de 1992 pasaron de tomar un papel pasivo a ser protagonistas activos en el desenvolvimiento ciudadano-ambiental. Un claro ejemplo de ello viene a ser la inclusión del sector gubernamental y de otros organismos no estatales que de igual manera son de peso para la sociedad. Entre los mismos se encuentran las organizaciones y empresas, quienes se suman a la causa incluyendo programas de desarrollo dentro de sus políticas de responsabilidad social. Se establece así un nuevo paradigma de desarrollo ambiental que coloca a los recursos naturales como fuente indispensable de vida para los seres humanos. Río 1992 sentó los cimientos y generó conciencia en el colectivo, abriendo paso así a una nueva era de desarrollo, sería así entonces trabajo de las generaciones futuras el mantener las líneas ambientales que se habían consolidado para la sostenibilidad del planeta.

De esta manera, diez años más tarde surge la cumbre de los pueblos Rio+20 o Conferencia de las Naciones Unidas para el desarrollo Sostenible, en donde una multitud de líderes mundiales junto a organizaciones no gubernamentales y participantes del sector privado renuevan el compromiso de la humanidad en favor del desarrollo sostenible no solamente desde el punto de vista económico sino también desde el punto de vista social, económico y político. Se reafirma así entonces todos los principios y proyectos de Río 1992 y se reafirma el compromiso de fortalecer la cooperación internacional y empresarial para hacer frente a los persistentes problemas que atacan al desarrollo sostenible dentro de las distintas sociedades modernas. (Resolución 66/228, Asamblea General de las Naciones Unidas AGNU).

Al comprender las reflexiones previamente mencionadas se entiende que la cooperación empresarial de las organizaciones juega un papel fundamental dentro del desarrollo sustentable, pues es capaz no solamente de formar parte de los avances tecnológicos, sino que también contribuye a la alianza mundial, por ello se hace necesaria la comprensión de la misma.

COOPERACIÓN EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO Y FORTALECIMIENTO GRUPAL DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES ACTUALES

El incremento de la dimensión empresarial es uno de los principales objetivos perseguidos por las empresas para garantizar su supervivencia ante los efectos provocados por la globalización. Con respecto a ello, Arend (2006) señala que todas las estrategias de crecimiento son potencialmente vulnerables a la selección adversa, pero la cooperación empresarial es menos costosa y arriesgada que la adquisición, y más flexible siendo capaz así de generar más sinergia entre organizaciones que las operaciones en el mercado.

Por esta razón, se ha incrementado considerablemente el uso de la cooperación empresarial como herramienta eficaz a partir de la década de los años ochenta hasta el momento actual, según Hageedorn (1993) principalmente en

aquellos sectores que presentan un alto componente tecnológico como rama de sus primordiales actividades de producción.

De acuerdo con Gulati (1998) la cooperación empresarial es el conjunto de acuerdos o contratos voluntarios con un horizonte temporal de medio y largo plazo entre dos o más empresas independientes que intercambian, comparten o desarrollan nuevos recursos o capacidades, o realizan actividades conjuntas. Para Lane y Lubatkin (1998) las alianzas se crean de esta manera por diferentes motivos, instaurándose un cierto grado de interrelación entre las empresas participantes en el completo, a través de distintas formas organizativas, para mejorar en última instancia su posición competitiva al realizar el trabajo de forma más eficiente y aprovechar las oportunidades que se presentan en un entorno tan competitivo como el actual.

Para Mckeown (2002) el imparable desarrollo de los acuerdos de cooperación empresarial, se ha convertido en un fenómeno paradigmático de la economía moderna y es que ha aparecido una notable ampliación de las modalidades de cooperación practicadas, en la importancia de los acuerdos de cooperación entre empresas de dimensión parecida, competidores directos en el negocio o mercado, frente a la cooperación habitual del pasado entre grandes empresas y PYMES; todo en un crecimiento complejo con cambio de actitud de las autoridades comunitarias, que han pasado a emprender una amplia batería de iniciativas para estimular la cooperación entre empresas.

Para tal efecto, se contextualiza la cooperación empresarial como esa alianza o acuerdo entre empresas que quieren compartir tantos recursos como capacidades o actividades con el único propósito de incrementar su aprendizaje y su posicionamiento de productividad en el mercado. Dentro de la cooperación empresarial se establecen alianzas estratégicas donde grupos organizacionales intercambian información y servicios con el propósito de obtener beneficio, posicionarse en el mercado, o cumplir cualquier otro fin.

En síntesis la cooperación organizacional es el intercambio de información, servicios y conocimiento entre los diferentes grupos de interés de la empresa con el objetivo de alcanzar una determinada meta; para ello se hace necesario propiciar un clima de armonía, confianza y entendimiento dentro de los trabajadores que forman parte de la organización, es ineludible la necesidad de forjar una cultura organizacional sólida mediante la cual los trabajadores se sientan a gusto en el clima institucional en donde se encuentran laborando.

Las organizaciones deben cooperar para crecer, satisfacer a los clientes internos y externos, posicionarse en el mercado, mejorar sus procesos y obtener mayores oportunidades; en este sentido la cooperación permite ver de manera ordenada y consistente cuáles serían aquellos elementos que motivan a integrar la cadena de valor con el fin de generar sinergia entre los colaboradores y los clientes, integrar equipos multidisciplinarios que compartan conocimiento y garantizar la satisfacción grupal e individual.

Al establecer acuerdos, alianzas o tratados entre empresas o profesionales expertos que gerencia una organización y puede establecer cuáles son sus competidores, proveedores y sus clientes; así como también la actividad, servicio o sector donde se va a desarrollar. En pocas palabras, dichas alianzas permiten conocer la esencia organizacional y la visión del mercado según los objetivos económicos y la cadena de valor que se quiere desarrollar sin perder de vista las diferentes estrategias organizacionales que tenga cada institución.

Partiendo de los supuestos anteriores, se busca la coordinación y direccionamiento matriz de las fuerzas que se generan al realizar una alianza empresarial ya sea de carácter público o privado. Por tanto, es necesario mencionar que al momento de forjar el tratado o unión es preciso comenzar primeramente por preguntarse ¿Qué es lo que hay que hacer diferente y con quién?, para ello basta simplemente con realizar un diagnóstico inicial que permita conocer en qué punto se encuentra la organización y cuáles son las habilidades o destrezas que presentan los componentes de cada departamento. Sólo cuando se comprendan y se manejen los mismos códigos organizacionales entre ambas empresas que conformarán la unión se podrá hablar de la articulación de un lenguaje organizacional – cooperativo que permitirá alcanzar los fines establecidos previamente al momento de realizar el contrato de unificación entre las empresas que conforman la asociación.

MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SUSTENTABLE: SIGNIFICADOS ORGANIZACIONALES E IMPLICACIONES CORPORATIVAS

Cuando se habla de medio ambiente se comprende que no solamente se hace mención a un área en específico sino a un entramado de acciones y disciplinas que se mezclan entre sí. La Comisión Mundial sobre el medio ambiente y el desarrollo (CMMAD), mediante el denominado "Informe Brundtland", define el desarrollo sustentable como aquel que "satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"

De esta manera, se deja ver que el concepto de desarrollo sustentable es mucho más amplio de lo que se puede observar. No simplemente se trata de satisfacer las necesidades de las organizaciones actuales dando prioridad al medio ambiente. Si bien este es el fin primario y fundamental, es comprensible que el desarrollo ambiental se valga de otros elementos y recursos para intercalarse con diversas disciplinas como la economía, la tecnología y hasta la cultura. Por ende se habla de un desarrollo económico en el cual se busca que las industrias modernas no comprometan los recursos de las generaciones futuras. Pero también se habla de un desarrollo sustentable energético, en el cual surjan nuevas fuentes de energía para la tecnología moderna, o de un desarrollo sustentable cultural en el cual se concientice a la población sobre sus deberes para con el medio ambiente.

En este sentido, es evidente que no hay una persona encargada de llevar a cabo el desarrollo sustentable o un solo organismo que se dedique a ello. En función de su multidisciplinariedad son varios los organismos tanto públicos como privados que deben encargarse de que sus corporaciones sean medianamente

responsables socialmente para que de esta manera pueda haber una contribución en el ámbito del desarrollo sustentable mundialmente.

Al hablar de desarrollo sustentable casi inmediatamente surge el concepto de Responsabilidad Social Corporativa. Se comprende de esta manera que los dos se encuentran íntimamente ligados, tanto que es casi imposible observar un punto de fusión. Por tanto se observa a la Responsabilidad Social como una manifestación espontánea del desarrollo sustentable. Es lo que mantiene a las empresas en el ámbito favorable con el medio ambiente y con los seres humanos que en el habitan. Así puede obtener un beneficio tanto la corporación que lleva a cabo las acciones de responsabilidad social así como la comunidad que las recibe, estableciendo una especie de vínculo social que las mantendrá ligadas perennemente.

Se afina así entonces el concepto de ciudadanía corporativa. Más que generar acciones responsables socialmente se busca conformar ciudadanos corporativos que estén comprometidos tanto con las empresas que están establecidas en su comunidad como con las acciones de beneficio social que las mismas llevan a cabo, con la finalidad de establecer un entramado social de acciones positivas que impulsen el desarrollo sustentable comunitario.

Sin embargo, al mencionar todo lo anterior no se hace referencia a que las empresas deban convertirse en un centro filantrópico mediante las acciones de responsabilidad social, sino al contrario; que sean esas acciones las que lleven a las organizaciones a generar beneficios como mejores relaciones con las comunidades, mejor aceptación de los productos o servicios que ofrecen y por tanto mayor rentabilidad y menores costos de producción.

Finalmente es necesario destacar que para que una organización establezca el desarrollo sustentable como uno de sus principales métodos o acciones a llevar a cabo, la estrategia o el objetivo general de la organización no debe estar separado de los principios ecológicos que se desean expresar. Es decir la estrategia general de la organización debe verse íntimamente ligada a la causa sustentable que se propaga y de la cual se da referencia. De lo contrario simplemente se estarían estableciendo acciones de una llamada "Responsabilidad social" que no vendrían a llenar las necesidades ambientalistas que se requieren. Para ello se necesita primariamente un accionar y una gerencia comprometida con la causa, pues de nada sirve propagar una ideología y establecer lineamientos o acciones contrarias a ella.

MEDICIÓN DEL DESARROLLO SUSTENTABLE: ACERCÁNDOSE AL CONCEPTO DE FOOT PRINT O HUELLA ECOLÓGICA

Entendiendo que el desarrollo sustentable es un fin último que desean alcanzar tanto las organizaciones como los países, es evidente que se necesita de un instrumento que permita medir el índice de desarrollo que se posee: para ello está el foot print o huella ecológica, que viene a ser un indicador de sustentabilidad el cual toma en cuenta ciertos aspectos para determinar el grado de desarrollo sustentable que posee la organización.

Para calcular la huella ecológica se consideran entre otros, los siguientes aspectos en el caso organizacional:

- Métodos de producción y materia prima
 - Estilo de vida y hábitos alimenticios de los trabajadores
 - Disposición de la basura (reciclaje)
 - Uso energético
 - Transportación (masiva o privada) y distancia promedio que viajan los trabajadores
- En efecto, las empresas actuales han venido a modificar sus estilos de vida laboral, lo cual ha traído como consecuencia directa la mejora de sus indicadores de sustentabilidad. Las condiciones en la que los trabajadores se desenvuelven y los beneficios sociales que las organizaciones prestan a su familia, vienen a ser mucho más que simples acciones de Responsabilidad Social. Junto a otros factores como por ejemplo el consumo responsable de la energía en países como Venezuela por ejemplo, en donde el consumo energético presenta ciertas restricciones, las organizaciones se han adaptado y han encontrado la manera de obtener estos recursos de forma que no se vea afectada ni la organización en sus sistemas de producción, ni el estado o país.

De esta manera, se puede hablar de un consumo responsable a través de altos indicadores en materia de la huella organizacional. Para ello se entiende que lo que no se puede medir no se puede controlar, y si no se puede controlar no se puede Gerenciar. Así se presenta la importancia de la medición de la huella ecológica en las organizaciones actuales y el beneficio que representaría que cada organización tomara muy en serio el compromiso, asumiendo sus deberes para con los recursos naturales del planeta.

COOPERACIÓN EMPRESARIAL COMO FACTOR POTENCIADOR DEL DESARROLLO SUSTENTABLE

Tomando en cuenta que la fuerza está en la unión, se hace preciso mencionar a la cooperación empresarial como elemento forjador del desarrollo sustentable. Si bien una organización dispuesta a cumplir con los requerimientos de la sustentabilidad es favorable ¡Cuánto más no lo serían dos! Por ello organizaciones de todas partes del mundo han decidido unirse a la causa y formar acuerdos entre ellas para establecer medios que permitan cooperar con el sistema de sostenibilidad, ayudándose a sí mismas, a la comunidad y al planeta, entendiendo que mejorar el lugar donde se reside, el país o estado no es necesariamente una tarea del gobierno de turno si no que debe ser también una tarea de ciudadanos sumados a las organizaciones.

De esta manera, se comprende que al unir objetivos de dos o más empresas se está buscando una causa o un objetivo en común. Si se toma en cuenta que este objetivo en común puede ser el bienestar social y ambiental se obtiene entonces una gran ganancia en el terreno de la sustentabilidad.

Asimismo, se comprende que al fomentar una alianza estarían fomentando diversos factores que podrán ser beneficiosos como por ejemplo la reducción y la disminución de los costes, que brindarían un menor impacto en la materia prima y por tanto un menor consumo de los bienes o recursos naturales. Sumado a ello la creación de nuevas alianzas en un mundo multipolar permitiría a las organizaciones a su vez activar a cooperación internacional, pudiendo empresas de un continente tan lejano como Asia brindar soluciones para problemas específicos de producción a países emergentes de Latinoamérica por citar un ejemplo.

Igualmente, actuando de manera conjunta las organizaciones estarían aspirando al bienestar social de la colectividad de sus públicos afines, ofreciendo soluciones reales a problemáticas de vida específicas y brindando una mayor calidad de vida. Así finalmente estarían contribuyendo a la colectividad y contribuyéndose a sí mismas entre sí, ya que al vislumbrar una posibilidad de cambio en el futuro organizacional y tener la población un atisbo de prosperidad se verán identificados con las organizaciones que tanto beneficio les causaron, permitiendo así la identificación de los públicos con la empresa, y generando un vínculo de apoyo sincero entre los mismos.

ENTRAMADO DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LAS ORGANIZACIONES PARA MINIMIZAR SUS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES: EL CASO CODELCO Y TEXTILES EL SALVADOR

Más allá de las actividades de partenariado y de las actividades relacionadas con otras instituciones, algunas empresas desarrollan a nivel individual un conjunto muy importante de iniciativas destinadas a minimizar los impactos medioambientales derivados de sus operaciones productivas. Sin ánimo de ser exhaustivos, a continuación se citan diversos ejemplos que pueden tener relevancia para el desarrollo y comprensión del presente artículo.

En el caso de la empresa minera chilena CODELCO (Corporación Nacional del Cobre) y su División Norte (la relativa a la región de Antofagasta), esta empresa ha desarrollado diversas iniciativas para favorecer el uso racional y eficiente de diversos recursos utilizados durante estos años.

Así pues, la iniciativa Uso Eficiente de Energía, iniciada en el período 2000 - 2001, se basó en un estudio cuyo objetivo era la generación y puesta en marcha de proyectos de optimización energética en todas las divisiones de Codelco. Sobre la base de estos y otros antecedentes, cada división diseñó un programa de uso eficiente de energía como un instrumento de compromiso, seguimiento y mejora continua en la materia. Posteriormente, y en el año 2003, se aprobó la directriz de Codelco de uso eficiente y racional de energía, mediante el establecimiento de responsabilidades divisionales para asumir el compromiso de la gestión eficiente de combustibles y energía eléctrica.

Así también, a partir del año 2004 se ha venido desarrollando diversos indicadores que permiten evaluar la creación de valor en este ámbito para la Corporación. En este sentido, el Reporte de Sustentabilidad 2004 de Codelco informa sobre el consumo de energía por División. De manera similar a la iniciativa

anterior, Codelco Corporativo y la División Codelco Norte en particular vienen realizando a través de la iniciativa Uso Eficiente del Recurso Hídrico, diversos esfuerzos para eliminar, reducir y recircular los residuos líquidos utilizados en sus procesos productivos, minimizando de esta forma los costos asociados a su tratamiento o disposición final, la utilización de agua fresca y los impactos ambientales potenciales que puedan tener repercusión.

Para ello, Codelco cuenta con una directriz de recursos hídricos y residuos líquidos, y ha estimulado la innovación tecnológica dirigida a generar procesos más eficientes, así como la investigación de técnicas de tratamiento y mejoras en la gestión de sus unidades operativas. Por otro lado, en Codelco Norte se ha aprobado el programa ambiental divisional para el uso eficiente del recurso hídrico, que tiene el objetivo de gestionar el ahorro de agua en los procesos industriales en el campamento Chuquicamata.

Por su parte, y en el caso del clúster de confección y textil de El Salvador, existe diversa información que permite comprobar que, a pesar de que el compromiso del sector con el medio ambiente es aún limitado, este factor está recibiendo una atención creciente por parte de las empresas. Una proporción mínima de las empresas (tres de cada diez, aproximadamente), son capaces de identificar los principales impactos medioambientales causados por sus actividades o por el uso final de sus gama de productos.

En ese mismo orden de ideas, el manejo de residuos por parte de las empresas del clúster es muy escaso, de forma que ninguna empresa practica tratamientos químicos al agua que es utilizada, sólo una de cada diez empresas utilizan sistemas de aguas residuales y aproximadamente la mitad realiza actividades para el buen manejo de desechos sólidos (reducción de desechos en las plantas, manejo de sobrantes de telas, textiles, entre otros).

Finalmente, al igual que las cooperaciones internacionales, las empresas individuales desarrollan diversas actividades individuales que tiene un impacto directo en su entorno ambiental y cultural. La empresa Codelco Norte, en alianza con la Corporación de Cultura y Turismo de Calama, y el Museo Arqueológico y Etnográfico Parque El Loa, desarrollaron el Proyecto "Puesta en valor del patrimonio arqueológico de Calama", destinado a preservar y valorizar el patrimonio cultural y arqueológico de la Región. Este proyecto surgió tras el descubrimiento de una serie de restos arqueológicos, y trató de generar las condiciones adecuadas para el registro, conservación y almacenamiento permanente de los bienes patrimoniales locales.

En este sentido, otro proyecto que también desarrollado por Codelco Norte, corresponde al Programa de "Recuperación del patrimonio cultural de la región", en las oficinas salitreras de Santa Laura y Chacabuco, más la producción de exposiciones y material audiovisual de difusión y apoyo educativo para la conservación del patrimonio histórico-cultural. Estas actividades van acompañadas de una constante labor de difusión y educación en la temática que se desarrolla desde 2002 con una inversión de US\$60.000 al año y que lleva acumulado aproximadamente US\$250.000.

DESAFÍOS FUTUROS DE LA SUSTENTABILIDAD

Luego de haber desarrollado una interesante revisión de conceptos acerca de lo que hoy se entiende como el concepto moderno de sustentabilidad, se describirá a continuación en unas pocas líneas el enfoque que se le pretende dar en este artículo. Primeramente se aclara el total acuerdo con el concepto moderno de sustentabilidad en lo que respecta a su foco principal en la maximización del desarrollo de la civilización humana (aspectos económicos, políticos, religiosos y socioculturales y demás).

En ese mismo sentido, se entiende que para que se produzca el fenómeno del desarrollo y crecimiento sustentable de la civilización humana tenemos que partir de la base de que la Tierra es un sistema de producción complejo. Una Red de procesos de producción que se producen a sí mismos. De la cual emergen tres condiciones esenciales: las condiciones ambientales, las condiciones infraestructurales y las condiciones estructurales. Las cuales, unidas e interactuando entre sí, producen las condiciones globales. Este planteamiento implica una visión más global, dinámica e integradora acerca de la actividad antrópica que envuelve al ser humano y a su entorno.

En ese sentido, todo este dinamismo planetario, del cual el hombre es un fuerte factor de atención, lleva consigo un legado transformacional incalculable. Por tanto se esclarecen tres enunciados de elaboración propia, los cuales se utilizarán como objetivos para comprender la mecánica:

EL CAMBIO CONSTANTE

Este enunciado se sustenta en las leyes naturales y en las ideas de que todo es transformable. Como se ha mencionado, el sistema de producción humano al pertenecer a un reino animal es complejo, por lo tanto siempre va a tender hacia la transformación. Esto plantea un cambio de paradigma bastante importante para los hombres ya que los mismos presentan una tendencia a pensar en la estabilidad de las cosas. Y por lo tanto realizan acciones pensando que las mismas serán perdurables o que les corresponde hacerlas por ley. De acuerdo a estas razones, sus acciones por lo general son contraproducentes. Por esa misma razón creen que las condiciones medio ambientales serán permanentes y por lo tanto no hay que preocuparse demasiado por el daño que se pueda causar. Así lo más importante es crecer.

EXTENSIÓN DEL CAMBIO

La magnitud de una transformación en las condiciones ambientales e infraestructurales no depende tanto del agente impactante o disparador, sino de las condiciones previas en las que se encontraba el sistema. En este sentido se comprende que no depende tanto de la gravedad del hecho dañino que pueda suscitarse en el ecosistema sino de qué tan deteriorado se encontraba el mismo en el momento en el cual se presentó el dispuesto.

SITUACIÓN DEL CONTEXTO

Para comprender un poco este enunciado es necesario saber que la calidad de ser viviente no le corresponde solamente al ser humano, sino también a los diversos organismos vivientes que forman parte del entorno en el cual el mismo se desenvuelve, por ello la vida no pertenece a una especie o a un individuo en específico sino que responde a una multitud de reinos.

Entre tanto, bajo esta cosmovisión, la diferencia radical de la sustentabilidad es que no habla sólo de la supervivencia de una especie, sino de las condiciones esenciales que tienen que darse para que esa especie pueda crecer y desarrollarse indefinidamente en tiempo y espacio. Para comprender este importante concepto se parte de la base fundamental e indiscutible de que nada puede existir aisladamente, así como tampoco nada puede evolucionar aisladamente, ni siquiera un organismo unicelular.

Así pues, el problema central de la sustentabilidad es entender de qué forma se pueden alterar las condiciones de los sistemas que soportan la actividad antrópica humana y de que forma la actividad antrópica puede alterar estas condiciones, es un proceso continuo. Se entiende así que los procesos que se producen dentro de esta Red deben presentar ciertas características. Por tanto el planteamiento de este artículo es que el concepto moderno de sustentabilidad futuro debe evolucionar a partir de tres perspectivas.

Ahora bien, estos aspectos que se corresponden a una misma realidad: la sustentabilidad del sistema de producción como un todo integrado. La sustentabilidad del crecimiento y desarrollo antrópico depende fundamentalmente de la sustentabilidad del sistema como un todo. Ello requiere que el pensamiento estratégico orientado a la sustentabilidad se enfoque a comprender que los procesos de producción que se producen sean: cómo mínimos sostenibles, que además sean resilientes y transformacionales.

En ese mismo orden, el foco de interés se centra en la intensidad de las transformaciones que se producen dentro del sistema de producción. De ellas dependen las condiciones globales, regionales o locales vigentes. Está claro que el ser humano habita en un planeta dinámico donde lo único constante es aquello que puede ser transformado. Por tanto, la sustentabilidad es un proyecto al cual se le ha dado mucho tiempo, comprendiendo que el momento debería ser ahora. El continuo deterioro que se llevó a cabo durante las décadas pasadas solamente refleja la poca importancia que las generaciones anteriores le brindaron a un problema que cada vez afecta más a la raza humana amenazando con la extinción de organismos de suma importancia.

CONSIDERACIONES EPISTÉMICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

De acuerdo con Yuni y Urbano (2006) la naturaleza de la investigación es evolutiva, por tanto un paradigma no es más que una promesa de éxito, luego de la transformación de uno se corresponde la creación de otro más novedoso y mejor adaptado a las condiciones que exige el ambiente científico.

En este sentido, la presente investigación se enmarca dentro del paradigma cualitativo, el cual es definido por Yuni y Urbano (2006) como un proceso flexible y adaptable a la particularidad del objeto de estudio. Es decir, que tiene sus propios parámetros de medición y que fundamentalmente responde a tres principios: la comprensión del objeto de estudio o del fenómeno en cuestión, la reflexión acerca de las consecuencias que la misma causa en la sociedad y finalmente la construcción de una teoría fundamentada.

Con respeto a lo antes mencionado, el investigador cualitativo opera desde una perspectiva noble, en la cual busca realizar un compendio de las diversas realidades y de cómo las mismas se entrelazan en una sola. Así, de este modo el investigador pasa a tomar el rol de observador, sin inmiscuirse ni identificarse con una realidad determinada, reconociendo que la construcción del objeto de investigación debe ser siempre parcial para poder obtener la mayor cantidad de información posible sobre el respecto que está estudiando.

Dentro de ese enfoque epistémico se procedió a elaborar la presente investigación bajo la modalidad documental hermenéutica, apoyándose en fuentes y registros fundamentados que permitieron a los investigadores abordar la temática planteada. De la misma manera se realizó una búsqueda de autores que versaran sobre el tema del desarrollo sustentable así como de la cooperación empresarial, por tanto, el presente estudio es un compilado de información precisa y exacta que le permitirá al lector sumergirse en el mundo de la sostenibilidad, así como elaborar sus propias conclusiones y reflexiones finales acerca de la temática que se plasma en el presente documento.

Desde el punto de vista ontológico es necesario comprender la necesidad de transformación y comprensión de una realidad determinada que viene a conformarse como el epicentro de las actividades humanas; comprendiéndose de esta manera la realidad que presenta la tierra y sus recursos naturales como la realidad del mismo ser humano, ya que se encuentran ligados íntimamente en cada acción que el mismo pueda realizar.

Con el objeto de hacer relevante la importancia del presente estudio se hace mención a la visión holística que debería envolver a los seres humanos, quienes fueron dotados de razón y por tanto sus mismos conocimientos le deberían indicar el camino que debe seguir para mantener la sostenibilidad del planeta y la supervivencia humana. Aquí radica la apreciación general que pretende objetar la presente investigación, que procura vislumbrarse como un faro de emergencias que permita generar conciencia en el sentir ciudadano.

ATENCIONES Y REFLEXIONES FINALES

Luego de tener claros los conceptos acerca del desarrollo sustentable y de recorrer varias nociones expresadas por diversos autores, se hace necesario resaltar las siguientes premisas, las cuales surgieron a medida del avance de la investigación y vinieron a ser determinadas por los autores a través del tiempo invertido en la elaboración del presente artículo; las mismas quedaron conformadas y expresadas de la siguiente manera:

La situación que atraviesa actualmente el desarrollo sostenible representa un reto para la sociedad actual, pues cada día es más abrumante la necesidad de avanzar tanto tecnológica como económicamente dentro del consorcio humano, lo cual hace mucho más difícil la sensibilización de la población a escala mundial, sin contar con la globalización y los cambios vertiginosos que ha experimentado y aún sigue experimentando el planeta.

Existen maneras de concienciar a los diversos grupos focales, sin embargo es necesario que cada organización gubernamental o no que esté dispuesta a colaborar, realice los estudios previos de mercado sobre la manera más efectiva en la cual se deben realizar las campañas de sensibilización.

El esquema de cooperación empresarial utilizado actualmente dentro de las organizaciones puede fungir como un factor potenciador del desarrollo sustentable en las organizaciones modernas, en el sentido de que los diversos beneficios que la misma produce (reducción de costes, persecución de una meta en común) representarían una ventaja social para las organizaciones, que al verse liberadas de ciertas incertidumbres contarán con una mayor disponibilidad para el desarrollo de planes y obras sociales, ya sea en conjunto con otra institución o en solitario.

La gerencia moderna debe establecer como meta fundamental y primordial dentro de las organizaciones modernas el involucrar los nuevos procesos referentes al impacto medioambiental y la agresión que el mismo recibe por parte de algunas instituciones que no toman en cuenta el daño que están realizando, el gerente carismático activo debe ser una luz dentro de su empresa que permita encender en el corazón de todos los trabajadores la llama de la comprensión y la disposición a formar parte del movimiento esperanzador que permitirá transformar al mundo.

Finalmente, el resultado dependerá de las actuaciones que puedan realizar no solamente las organizaciones de la comunidad o el gobierno sino de las acciones particulares que puedan llevar a cabo los individuos dentro de su comunidad o dentro de su área de trabajo; la naturaleza y los ambientes en donde se desarrolla la vida deben pasar a formar parte de lo imprescindible dentro de la conciencia humana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arend, Richard (2006) **Strategic management journal**. Volume 27. Issue 8. Pages 741-763. Agosto. New York, Estados Unidos de América.

Galeano Eduardo (2008) **La naturaleza no es muda**. Artículo. Semanario Brecha de Uruguay. Quito, Ecuador.

Gulati Ranjay (1998) **Alliances and networks Strategic management journal**. Volume 19. Issue 9. Pages 293-317. New York, Estados Unidos de América.

Hegeedorn, M.I.E (1993) **A way of life: a new beginning each day that family's lived experience of childhood chronic illness**. Disertación no publicada. Phenomenology online magazine. Universidad de Colorado, Estados Unidos de América.

Informe sobre el desarrollo humano (2011) Sostenibilidad y equidad: un mejor futuro para todos. Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. New York, Estados Unidos de América.

Informe Brundtland (1987) **Organización de naciones unidad**. Our commun future: brundtland report.

Lane Peter y Lutbatkin Michael (1988) **Relative Absortive capacity and interorganizational** learning. Volume 19. Issue 5, pages 461-497. New York, Estados Unidos de América.

Leff Enrique, Ezequiel Ezcurra, Pisanty Irene, Romero Patricia (2003) **La transición hacia el desarrollo sustentable: perspectivas de América Latina y el Caribe**. Secretaría del Medioambiente. Instituto nacional de Ecología, México.

Mckeown, Rosalyn (2002) **Manual de educación para el desarrollo sostenible** versión 2. Centro de Energía, medioambiente y recursos. Universidad de Tennessee. Estados Unidos de América.

Resolución 66/288 aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas “El futuro que queremos. Sexagésimo período de sesiones. Tema 19

Yuni, José y Urbano, Claudio (2005) **Mapas y herramientas para conocer la escuela: investigación etnográfica. Investigación-acción**. Metodologías cualitativas de investigación. Editorial Brujas. Buenos Aires, Argentina.

EL CAPITAL INTELECTUAL DE LA CULTURA VALLENATA

Edwer Arias Moscote
Jorge Luis Valle Rodríguez

RESUMEN

El capital intelectual representa el recurso más valioso con que cuenta una empresa, a partir de él se pueden generar recursos que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de una sociedad. Este ha generado en la cultura una transformación que ha logrado convertirla en un recurso intangible valioso que se ha posicionado hoy en día como un generador de riquezas que contribuye con la transformación de la comunidad. Al investigarse la bibliografía se encontró que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionada, esto se debe a la poca importancia que se le ha dado en el país y en especial en Valledupar a este sector de la economía y que no ha sido objeto de un estudio económico que permita identificar la dimensión económica y social de las industrias culturales.

INTRODUCCIÓN

La cultura es generadora de conocimientos y saberes, los cuales deben ser conservados y preservados para mantener la identidad y valor diferenciador de las demás culturas, como bien intangible de valor. Hoy en día la industria cultural ha tomado gran auge, busca agregarle valor a esas manifestaciones de los antepasados que han logrado sobrevivir y mantenerse intactos en mundo cada vez más cambiante e influenciado por las tecnología de información y las comunicaciones que influye de manera positiva o negativa las comunidades, haciéndolos cambiar su manera de pensar, actuar y de ver las cosas. Esos cambios han despertado el interés por conocer aspectos culturales diferentes, convirtiéndose en un valor agregado para cada nación o región del país que tenga una manifestación cultural que despierte interés en los demás, iniciándose así una industria cultural o industria creativas que según la UNESCO 2009, la define como:

Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

Para Martín Hopenhayn, Las industrias culturales implican muchas dimensiones de la vida social: “las grandes inversiones editoriales, los programas culturales en la televisión abierta, las redes de lectores en Internet, las transmisiones no comerciales en radios comunitarias, la proliferación de revistas especializadas en las más variadas artes y tendencias, y otras tantas combinaciones en un universo de circulación cada vez más versátil.” Esta convergencia entre variados actores culturales, educativos, empresariales y sociales corresponde al modo en que hoy se potencian mutuamente las telecomunicaciones, las tecnologías de información con las de entretenimiento.

Toda esa versatilidad y creatividad que ha demostrado tener el capital intelectual de la región, le ha permitido construir una serie de conocimientos y saberes culturales, facilitándole su incursión en un mundo cada vez más competitivo, donde lo que prima es el conocimiento y el capital intelectual que posee ese conocimiento que ha ayudado a generar riquezas y valor agregado a una región.

EL CAPITAL INTELECTUAL EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES

El capital intelectual es un intangible que cada día va ganando mayor valor representan el activo más importantes que tienen la cultura para lograr alcanzar el éxito y posicionamiento de la región como un destino de industria cultural en un mercado que cada día se vuelve más competitivo. Ese intangible ha generado una serie de cambios sociales, culturales en la región, ha permitido mejorar la calidad de vida, la creación de nuevos productos y servicios que ofrecen agregándoles cada día un mayor valor, acercándolos a otros mercados y volviendo la región más atractiva para el turismo cultural, eficientes y eficaz capaz de solucionar los problemas y satisfacer las necesidades que presentan las personas y visitantes de esta región.

Es por esto que analizar el capital intelectual en las empresas es de gran importancia, esto permite adquirir información valiosa para diseñar estrategias que permitan tomar decisiones acertadas de acuerdo al entorno donde se desenvuelve la empresa. Al revisar la literatura se encontró una variedad de teorías planteadas por diferentes autores, que han sido utilizadas para medir el valor del capital intelectual y la gestión del conocimiento en las organizaciones entre ellas se citan: la “teoría de recursos y capacidades” Esta teoría se inició a mitad de la década de los años ochenta por Wernerfelt (1984), Rumelt (1984) y Barney (1986) y posteriormente desarrollada por éstos y otros académicos (Barney, 1991; Grant, 1991; Amit y Shoemaker, 1993; Black y Boal, 1994; Teece, Pisano y Shuen, 1997).

Esta teoría parte de la heterogeneidad empresarial, de manera que cada empresa podrá construir su estrategia sobre los recursos que disponga, buscando obtener rentas derivadas de su mayor eficiencia. Cada empresa posee diferente dotación de recursos, producto de su historia, suerte y decisiones pasadas, sobre

los que puede sustentar una ventaja competitiva y en la medida en que esta ventaja competitiva sea sostenible, le proporcionará una renta a largo plazo. Hay que tener en cuenta que no todos los recursos que una compañía posee o controla tienen el mismo valor estratégico. Algunos recursos pueden ser más valorados que otros y éste es el caso de los intangibles (Itami y Roehl, 1987; Hall, 1992; Barney, 1991; Grant, 1996).

Expertos de esta teoría argumentan que los activos intangibles son los conductores de ventaja competitiva (Conner y Prahalad, 1996; Quinn, 1992). La justificación para este razonamiento es que empresas rivales encuentran más difícil imitar activos intangibles que los activos físicos o tangibles. De este modo, la teoría de recursos y capacidades explica la importancia de los recursos intangibles. Dichos recursos pueden representar una fuente de ventaja competitiva sostenible. Para ello, estos recursos deben ser valiosos, escasos, difíciles de imitar e insustituibles (Barney, 1991).

Para Cañibano y Coca (2005) los fundamentos conceptuales sobre la gestión del capital intelectual se encuentran principalmente en esta teoría. Dicha perspectiva teórica subraya la importancia de gestionar en las organizaciones tanto los recursos tangibles, como otros de carácter intangible, incluidos en éstos últimos, los referidos al capital intelectual.

Para ello se vale de una serie de datos que facilitan la consecución de la información y la aplicación de los conocimientos que generan durante el proceso, permitiéndoles aportar cada día más al desarrollo y preservación de la cultura, la cual ha venido cambiando en el transcurso de los tiempo, permitiendo generar nuevos conocimientos y cambio de aptitud entre los miembros de las comunidades. Este intangible tan valioso que según Bueno Campos "es un conjunto de competencias básicas distintivas de carácter intangible que permiten crear y sostener la ventaja competitiva", gracias ello las empresas pueden subsistir en un mundo cada día más exigente, donde sobre vive en que tenga las competencias que permitan mantener la competitividad.

Ese capital intelectual está formado por un capital relacional que nos muestras las diferentes relaciones que tiene la empresa con el entorno y las personas que la componen y que hoy en día las personas son las mayores generadoras de valor a las empresas, con su conocimiento, su capacidad de cambio, de innovación, lo hacen fundamental en el logro de los objetivos de las empresas, gracias a su apoyo, dedicación y entrega dan soluciones a los diferentes problemas que se presentan en las organizaciones, por ello es importante conocer su interrelación con el medio que los rodea y como los afecta los diferentes cambios que originan.

Es por eso que un capital estructural que representa las relaciones que mantienen las organizaciones entre ellas, sus empleados y sus clientes; las rutinas que logran que las personas realicen las labores, los procedimientos que indican como realizan esas labores, las bases de datos donde tienen acumulada información que permite dar solución a los diferentes problemas y necesidades que se presente , manuales que indican o dan las pautas, las marcas que posicionan la

empresa en el mercado, en fin es la organización en sí que facilita a las personas elaborar las estrategias y políticas que facilita el logro de los objetivos organizacionales.

Un capital intelectual formado por todo los conocimientos que poseen las personas que trabajan en las organizaciones y que sirve para darle soluciones a las dificultades que presentan, ese bien intangible son activos que ayudan a que las organizaciones se valoricen y ganen valor en el mercado.

Ese conocimiento que adquirieron nuestros antepasados y que han conservado y preservado, convirtiendo la cultura en una industria que cada día aporta más al PIB y que según el planteamiento del modelo SECI de Nonaka Takeuchi, debe pasar por cuatro fases: socialización, externalización, combinación e internalización. Los compositores, cantantes y verseadores, han adquiridos los conocimientos y saberes de manera innata, es propia de cada uno de ellos, el cual ha creado un estilo que le ha permitido producir obras musicales que lo han dado a conocer en el mundo cultural, posicionándolos como unos maestros de la cultura capaces de producir y crea un estilo único y propio que lo diferencian de los demás.

Ese capital intelectual innato propio de las regios ha visto como en los últimos años su cultura ha ido creciendo y convirtiéndose en una industria capaz de generar riqueza y beneficios para sus composiciones, despertado el interés por conocer cada día más y como ellos son apreciados y valorados con un recurso intangible el cual hay que proteger y cuidar para que no desaparezca.

El capital intelectual ha empezado a gestionar recursos que ayuden a preservar y conservar este patrimonio cultural y evitar su desaparición, para esto se ha apoyado en las universidades y entidades gubernamentales en las cuales ha logrado despertar interés por conocer más de esta cultura, la cual se masifico en todo el país y como ha contribuido con el desarrollo económico, social y cultural de una región. Para ello se ha valido de todas las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta que le ha permitido masificar y dar a conocer un producto cultural poco conocido y que solo era escuchado por las clases populares y campesinas de la región.

Esto ha permitido que las personas alcancen niveles de conocimiento que le faciliten adquirir datos e información que le sirva para posicionarse como una empresa sólida en el mercado, para ello el conocimiento debe empezar a construirse desde el hogar, compartiendo enseñanzas, información, datos que permitan generar conocimiento que pueda ser explotado y mejóralos en las instituciones educativas las cuales deben perfeccionar y así lograr las condiciones necesarias para que las personas y las organización logren el éxito en el mercado.

Por todas esa razones se hace necesario un proceso que permita transformar el modelo existente, donde predominaba lo tangible, hoy en día estamos en una sociedad, donde lo que prima es lo intangible, por el conocimiento como factor primordial de producción capaz de dinamizar el actual proceso.

En definitiva, se observa que el conocimiento desde el enfoque de los «recursos y capacidades dinámicas. » (Bueno et al., 2006) cuando se pone en acción en el seno de la organización comienza a crear activos intangibles o de naturaleza intelectual. En otras palabras, se inicia el proceso de creación de capital intelectual como concepto clave en la creación de valor, de rentas, y como exponente de la nueva riqueza de las organizaciones (Stewart, 1997).

A pesar de la poca o escasa educación que tenían los juglares y compositores de la cultura vallenata, lograron transmitir y perpetuar de generación en generación sus costumbres y modo de vida, al igual que crearon escuelas, donde formaban a sus sucesores, le transmitía por medio de la oratoria los conocimientos que tenía guardados en su memoria, siendo esta la única forma de conservarlos y almacenarlos para poder darlos a conocer debido al poco acceso a medios tecnológicos que le permitieran conservar dicha información, con esa forma de almacenar información para su preservación fueron muchas las que se olvidaron o se desaparecieron en el tiempo, pero aun así han sido mucho los conocimientos y saberes que han aportado para el desarrollo de esta industria, de una u otra forma han generado una serie de conocimientos que han permitido el desarrollo de preservación de una identidad cultural y el reconocimiento y aceptación de todo un país.

En la actualidad estos juglares tienen acceso a las tecnologías de la información, que facilita el proceso de preservación de la identidad cultural ya que se apoyan en ella para dar a conocer sus creaciones, intercambiar información con otras culturas pero sobre todo para preservar y mantener una identidad cultural propia que los diferencien de los demás.

CONOCIMIENTO DE LA CULTURA

Para poder enfrentar esta sociedad donde lo que prima es el conocimiento, tanto las personas como las empresas deben aprender a compartir y administrar sus conocimientos, en especial aquellos que le agregan valor a las operaciones. Todas esas actividades deben realizarse con el apoyo de toda la organización, buscando posicionar la organización en el mercado. En los últimos tiempos los habitantes de Valledupar han tomado conciencia sobre la importancia de su cultura y el valor agregado que genera en los negocios de la ciudad, ya que en ella no hay evento que se haga donde no se incluya aspectos de sus cultura.

La creación del conocimiento organizacional es la clave del proceso peculiar a través del cual estas firmas innovan. (...) es un proceso que amplifica organizacionalmente el conocimiento creado por los individuos y lo solidifica como parte de la red de conocimiento de la organización. Este proceso se lleva a cabo en el interior de una creciente comunidad de interacción, la cual atraviesa niveles y fronteras intra e interorganizacionales” (Nonaka y Takeuchi, 1999).

Han sido diversos los enfoques y propuestas y no escasean las diferencias sobre cómo abordar la naturaleza, procesos de creación y explotación tanto del conocimiento como del capital intelectual. Sin embargo, hay cierto consenso sobre la necesidad de capitalizarlos en beneficio de las organizaciones y sus clientes, y de

administrarlos adecuadamente para identificar y evaluar el valor que aportan a las organizaciones. Al respecto Roos 2001 plantea que lo que se puede evaluar, se puede administrar y lo que se quiere administrar se tiene que evaluar.

Como indica Bontis (1998), apoyándose en Stewart (1997) y en Sveiby (1997), "el capital intelectual ha sido analizado por muchos, definido por algunos, comprendido por un selecto número y medido formalmente por prácticamente nadie." En los últimos años las empresas y organizaciones han mostrado gran interés por el capital intelectual, han visto en él una fuerza que genera conocimientos y valor agregado a las empresas convirtiéndose en uno de los activos intangibles que mayor aportes hace al crecimiento y desarrollo de las organizaciones, reflejando la capacidad que tienen las empresas para adaptarse a los cambios que se generan en el mercado.

Es tanto el valor que el capital intelectual genera en las organizaciones que actualmente existen estudios en los cuales se han intentado cuantificar el valor que realmente genera como activo intangible.

Sin embargo, en la actualidad no existe un consenso de cómo llevar a cabo tal medición y gestión, pero se han realizado diversos estudios que proponen alternativas tentadoras, a partir de las cuales se sustenta la metodología que se presenta para su implementación en las universidades

Las empresas deben gestionar el conocimiento por la gran responsabilidad social que tienen con la comunidad donde se radican, son las únicas capaz de generar innovación, está disponible, las TIC como único espacio para crear conocimiento. Otra de las razones por que gestionar conocimiento es que cada vez la tecnología se estandariza y se reduce la brecha digital, el valor diferencial está en cómo gestionamos el intelecto.

Este interés por el capital intelectual ha obligado a las organizaciones a crear estrategias que permitan y faciliten el desarrollo del talento humano de tal forma que incremente su participación en el mercado y agregue valor a la empresa. Gestión del Conocimiento y Capital Intelectual son dos conceptos que han captado enorme interés, tanto en el mundo empresarial, como académico.

A partir de estos esfuerzos, han surgido diferentes métodos de gestión, medición y elaboración de informes de capital intelectual, con gran relevancia a nivel internacional.

Gracias a esto los empresarios han podido abordar y discutir la mejor forma de aprovechar el capital intelectual y cultural de la región, buscando un beneficio económico y social para todos los integrantes de las redes permitiéndole posicionar la ciudad y su cultura como un producto turístico de gran valor.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abello A. y Giaimo CH. Silvana. (1999) Valledupar, ciudad entre ciudades. Relatoría del taller: **¿Cómo es Valledupar al final del siglo XX?** Cuaderno Regional No 6 Observatorio del Caribe. 3 p.

Alcaldía de medellín. **Aspectos Socioeconómicos del Sector Cultural**. Medellín: Secretaria de Cultura Ciudadana; 2006.

Alta consejería para la reintegración. presidencia de la república. (ACR). **Entorno Socio Económico de Valledupar–Cesar** [diapositivas]. Bogotá D.C. 2008. 29 diapositivas, color.

Blanco arboleda, Darío. **La Relación Música e Identidad** “El movimiento regio colombiano, sincretismo en México de la música de la costa Atlántica colombiana”. Tesis de Maestría en Ciencias Antropológicas. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. 2003. 11 p.

Bueno, E. “**El capital Intangible como clave estratégica de la Competencia Actual**”. Boletín de Estudios económicos Vol LIII N° 164-Pág 221 Madrid. Agosto 1998

Daniel sanz, TITO JOSÉ CRISSIEN. 2012 **Gerencia del Capital Intelectual**.

García A. Tejeiro M. **La responsabilidad social en el ámbito de la teoría del capital intelectual**. Revista Atlántica de Economía. Volumen 2. 2011.

MONAGAS-DOCASAL, M. **El capital Intelectual y la gestión del conocimiento**

Ochoa, M. Y OTROS. **Una revisión de las principales teorías aplicables al capital intelectual**. Revista Nacional de Administración. Julio-Dic 2012,

Osorio M. **El capital intelectual en la gestión del conocimiento**. ACIMED 2003 www.oas.org/udse/espanol/documentos/1hub2.doc

CONDICIONES DEL TALENTO GENIAL COMO ELEMENTO POTENCIADOR DE LA CREATIVIDAD EN EL SECTOR HOSPITALARIO

Julettvi Paz Pírela **Ponente**

Correo:japaz2@urbe.edu.ve

Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue, caracterizar las condiciones del talento genial en el sector hospitalario. La investigación se sustentó en los preceptos y postulados teóricos de Ramírez (2011), Arguedas (2012) entre otros autores. Metodológicamente se enmarca como una investigación de tipo explicativa, con un diseño de campo, no experimental, transeccional. La población estuvo conformada por 47 sujetos, entre directivos y empleados de recursos humanos. Para la recolección de la información, se utilizó la técnica de la observación mediante encuesta, siendo elaborado un cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual fue validado mediante el juicio de 10 expertos, realizándose una prueba piloto a 10 sujetos, a cuyos resultados se le aplicó el coeficiente Alpha de Crombach dando como resultado un índice de confiabilidad de 0,94. Para el análisis de los datos, se utilizó la estadística inferencial, la cual busca probar hipótesis y estimar parámetros. Concluyéndose en el sector hospitalario se hace necesario implementar una cultura del talento genial, por lo que los líderes de estas

instituciones de salud deben fomentar la genialidad en el talento humano, garantizando las condiciones para la materialización de las ideas y propuestas que forman parte ese cambio en los paradigmas gerenciales tradicionales hacia una gestión del talento genial promoviendo la vitalidad organizacional, que forma parte del enfoque novedoso y original que genera el estímulo del ingenio en los trabajadores hospitalario desarrollando el estímulo, el talante crítico, el compromiso, la mente abierta como parte de esos factores que implica el ecosistema creativo para operacionalizar el talento genial

PALABRAS CLAVE: Talento Genial- Creatividad- Sector Hospitalario.

INTRODUCCIÓN

La vertiginosidad de los cambios, la incertidumbre, el surgimiento de nuevas tecnologías y el continuo crecimiento de las demandas sociales hacen que las organizaciones se mantengan en la continua búsqueda de alternativas que les permitan adaptarse y responder a los requerimientos, necesidades y expectativas de sus multistakeholders es por ello que buscan nuevas fórmulas para garantizar su éxito y sostenibilidad.

En función de estos planteamientos se presenta como una herramienta estratégica el desarrollo del talento genial como plataforma para la generación de ideas, implementación de innovaciones y para asumir los retos actuales que requieren ir a la vanguardia en el sector hospitalario, se analizarán las condiciones del talento genial entre las que se encuentran el compromiso, el talante crítico, el estímulo y la mente abierta que se constituyen en el valor agregado necesario para impulsar los cambios organizativos que implican la mejora continua así como la calidad en los servicios de salud, destacando los beneficios de fomentar el ingenio en el personal de estas instituciones de salud.

También resulta pertinente destacar la importancia y los beneficios de implementar el talento genial mediante mecanismos, estrategias y herramientas que permitan asumir en el personal de los hospitales actitudes, comportamientos y una visión compartida de la plataforma filosófica organizacional que incluya en su ADN la creatividad como instrumento para la generación de ideas, innovaciones y emprendimiento, de igual manera se contempla la metodología utilizada así como las conclusiones del presente estudio.

CONDICIONES DEL TALENTO GENIAL COMO INSTRUMENTO PARA LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO

El talento genial se observa en un profesional responsable, se encuentra motivado, involucrándose con las acciones emprendidas para el logro de la eficacia a pesar de las adversidades o de las dificultades que puedan derivar de las mismas; manifiesta compromiso, pone en práctica sus habilidades pudiendo generar resultados superiores en sus escenarios de desempeño, tal como lo afirma Ramírez (2011); en igual sentido, ese talento genial organizativo requiere de una mente abierta así como el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo sobre los procesos ejecutados.

Destaca en este sentido Angulo (2007), que para el logro de la creatividad, como instrumento para alcanzar y potenciar el talento genial, se debe atender a un proceso sistémico y dinámico para fomentar el ingenio en el talento humano. Analizando que la creatividad es una facultad que no se improvisa ni es producto del azar, es el resultado de un proceso que supone varias etapas.

Estas fases son complementarias y se encuentran interrelacionadas destacando la motivación inicial. En primer lugar, debe existir una motivación o interés específico, donde la mente inicia la tarea de buscar y recuperar recuerdos, palabras, ideas, sucesos e imágenes que sirven para lograr los objetivos propuestos. Exploración. Una vez establecido el objetivo, la mente se activa y comienza a buscar en la memoria consciente y subconsciente la información que tiene codificada y que se relaciona con el objetivo papel de la mente consciente. La mente consciente tiene una función directiva.

Se encarga de activar el proceso creativo, buscar, descubrir, evaluar, seleccionar, organizar e integrar los contenidos que le ofrece el cerebro. Este proceso es muy complejo, supone una buena capacitación, un lenguaje eficaz que permita comprender, expresar las ideas (creación) con claridad, precisión y fluidez, papel de la emotividad.

La emotividad activa la inteligencia emocional, la cual es gran artífice de la creatividad. Esta es la razón por la cual, las grandes creaciones humanas son fruto de la fe, del amor y de la ilusión; de modo que, si se quiere ser una persona creativa, exitosa, necesitas amar intensamente la meta que persigues, de lo contrario no se activará la mente y todo resultará cuesta arriba, papel de la experiencia La creatividad se alimenta de las experiencias (conscientes e inconscientes). Cuando la solución del problema exige respuestas nuevas, la mente busca en distintas direcciones, combina unas ideas con otras, quita, añade y mezcla elementos hasta encontrar una respuesta satisfactoria.

Con frecuencia no se logra el objetivo en el tiempo deseado, debido a que no están dadas las condiciones; sin embargo, este esfuerzo no es inútil, siempre es provechoso, pues crea nuevas conexiones enriquecedoras que posibilitan futuras creaciones. Las personas sólo pueden ser creativas en aquellas áreas que se relacionan con sus contenidos mentales; por lo cual, si desea crear algo, necesita adquirir información sobre el asunto y mantener estimulada la mente para que busque en el archivo de la memoria, la información que se relaciona con el tema; luego, es necesario cierto tiempo para que el cerebro integre las ideas y las fructifique.

Sobre el particular, indica Arguedas (2012), que la capacidad creativa del individuo garantiza no sólo la utilización, sino también la búsqueda de los elementos necesarios para crear. En este sentido, el buen creativo debe prever algunas condiciones específicas, a sabiendas de lo que necesita para su trabajo, y su búsqueda precede a la elaboración del producto final, el anuncio. Un creativo excelente es garantía de creatividad de calidad; uno mediocre, es difícil que logre resultados brillantes, aunque posea todos los elementos necesarios.

Asimismo, señala que los creativos son significativamente más abiertos a las experiencias propias y ajenas, flexibles, poco convencionales, alegres y con buen sentido del humor, amigos del riesgo, tienen fluidez de expresión, flexibilidad, capacidad de análisis y de síntesis, capacidad para la percepción intuitiva: facilidad para reconocer asociaciones y semejanzas entre objetos y conceptos; habilidad para pensar imaginativamente sin preocuparse por los aspectos prácticos; actitud de apertura y receptividad hacia el cambio.

Se describe también al creativo como aquel que debe tener facilidad para combinar diversos elementos, excelentes poderes de observación, fluidez de ideas, pensamiento original y flexible. Es decir, debe tener aptitudes conceptuales (habilidad para generar ideas); aptitudes prácticas (habilidad para realizar el trabajo encomendado); arte para la creación y la sugestión de quien observa lo creado (habilidad para presentar el propio trabajo); compatibilidad (capacidad para trabajar con otras personas).

Para fomentar y estimular el talento genial se requieren implementar estrategias y acciones que empoderen al talento humano brindándoles el ecosistema creativo necesario para impulsar a su vez las innovaciones y el emprendimiento ejes fundamentales de la genialidad como instrumento para descubrir y desarrollar las habilidades, competencias, saberes y experiencias que permitirán la mejora continua, lograr la calidad y el desempeño efectivo, resaltando que es preciso garantizar las condiciones y brindar la infraestructura para potenciar el ingenio como fuente de ventajas competitivas así como elemento impulsor de la proactividad en el talento humano.

Por otra parte, en el caso de un miembro de una organización, se debe atender más que a comportamientos, o formas de ser o de pensar, a su capacidad innovadora, a los rasgos que tipifican a una persona capaz de generar en su forma más primaria, original algo único y difícilmente descriptible: la idea. No su concreción en soportes, mensajes, u otro tipo de resultado tangible.

Lo que implica, en lugar de mirar destrezas o habilidades necesarias para materializar algo previamente pensado, la atención se centra en las cualidades del individuo capaz de idear; también, en el modo en que esas cualidades se concretan, se desarrollan en la personalidad del individuo, con independencia de cuál sea el ámbito en que se enmarquen, o el soporte, lenguaje o código en que se materialicen.

En el sector hospitalario se deben implementar cambios en la estructura organizativa, a nivel estratégico y con respecto a la gestión de gente que son los trabajadores de estas instituciones de salud que necesitan programas de formación continua para mantenerse actualizados y desarrollar nuevas competencias que les permitan formar equipos de alto desempeño potenciando la genialidad como alternativa para generar valor agregado, propiciar el crecimiento y aprendizaje organizacional.

En esta investigación en cuanto al objetivo, caracterizar las condiciones del talento genial en el sector hospitalario, se destaca que al emplear la técnica estadística Análisis de la Varianza (ANOVA) se precisa la significancia alcanzada por los indicadores de la dimensión “condiciones del talento genial” la cual obtuvo un nivel de significancia de 0,000, siendo este valor menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$; nivel de significancia referencial), se demuestra que existen diferencias altamente significativas entre los indicadores comparados, con ello se señala que no todos tienen el mismo grado de presencia dentro de esta dimensión, a continuación se muestra el comportamiento de los sujetos en el sector investigado.

TABLA 1
NIVEL DE SIGNIFICANCIA
DIMENSIÓN: Condiciones del Talento Genial
ANOVA

PUNTAJE					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	23,685	4	5,921	8,296	,000
Intra-grupos	164,170	230	,714		
Total	187,855	234			

FUENTE: Paz Julettvi (2015).

De igual modo, la comparación de la prueba de múltiples rangos Post Hoc de Tukey revela las diferencias entre los indicadores de la dimensión “Condiciones del Talento Genial” de la variable Talento Genial, al mismo tiempo se destaca la homocedasticidad de las varianzas entre los indicadores. (Ver tabla 2).

TABLA 2
DIMENSIÓN: Condiciones del Talento Genial
SUBCONJUNTOS HOMOGÉNEOS

HSD de Tukey ^a			
FACTOR	N	Subconjunto para alfa = ,05	
		1	2
ESTIMULO	47	2,43	
TALANTE	47	2,81	2,81
MENTE	47	2,83	2,83
COMPROMISO	47		3,06
ACTITUD	47		3,09
Sig.		,277	,658

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 47,000.

FUENTE: Paz Julettvi (2015).

En la tabla 2, se presentan los resultados de la comparación establecida, donde la prueba de múltiples rangos de Tukey ubicó u dos subconjuntos, establecido en la similitud y diferencias de comportamientos entre sus medias, correspondiendo el primero al indicador “Estimulo” con la puntuación más baja destacado = 2,43 pts, “Talante Critico” con un promedio de = 2,81 , el indicador “Mente Abierta” con = 2, 83 pts , “Compromiso” con 3,06 pts y el indicador “Actitud Mental” con el valor más alto de 3,09 pts.

El posicionamiento del indicador "Actitud Mental" en la tabla analizada obedece a la preferencia de los sujetos encuestados al momento de emitir sus respuestas, siendo indicativo que en las condiciones del talento genial en el sector hospitalario, la actitud mental constituye el primer aspecto que amerita considerarse para el talento genial, seguido de "Compromiso", "Mente Abierta", "Talante Crítico" y el indicador "Estimulo" que requieren ser trabajados para lograr su desarrollo en el talento humano.

Estos resultados relativos a la dimensión, condiciones del talento genial, en ambos casos son poco adecuado, ya que reflejan la problemática descrita al inicio de la presente investigación. En tal sentido, se evidencia que existe una notable deficiencia o debilidad en cuanto a generar planes continuos para alcanzar mayores logros; no siempre existe convicción y seguridad para mayores desafíos institucionales hospitalarios. Asimismo, no siempre se observa energía e ímpetu para nuevos planes; ni la flexibilidad ni disponibilidad ante las sugerencias de los equipos de trabajo. Tampoco se evidencia disposición del talento humano con respecto a la lealtad ni compromiso organizacional.

De allí que los resultados contradicen a Ramírez (2011), quien afirma que el compromiso de directivos y empleados al accionar sus habilidades, permite generar resultados superiores en sus escenarios de desempeño, pero ese talento genial organizativo requiere, a la vez, de una mente abierta y la criticidad sobre los procesos ejecutados.

Asimismo, los resultados difieren de los planteamientos de Arguedas (2012), para quien el buen creativo debe prever algunas condiciones específicas, conocidas y evidenciadas por todos, a sabiendas de lo que necesita para su trabajo, así como su búsqueda precede a la elaboración del producto final.

En este caso, las condiciones de creatividad y talento genial que posean, desarrollen y potencien directivos y empleados de los hospitales en la actualidad se constituyen en una forma de garantizar de calidad de los servicios, la cual resulta imprescindible en el tratamiento que se ofrezca a los usuarios debido a la naturaleza de las funciones que el talento humano desempeña en tales instituciones, por lo tanto deben asegurar la eficiencia, de igual manera mantener la productividad y la capacidad de respuesta de su personal.

Por lo que se deben considerar los planteamientos de Arias (2007), quien propone una conceptualización del compromiso organizacional dividido en tres componentes: Afectivo, de Continuidad y Normativo; de esta manera la naturaleza del compromiso es, respectivamente, el deseo, la necesidad o el deber de permanecer en la organización. Destaca los significados de la siguiente manera:

El compromiso afectivo: (deseo) se refiere a los lazos emocionales que las personas forjan con la organización, refleja el apego emocional al percibir la satisfacción de necesidades (especialmente las psicológicas) y expectativas, disfrutan de su permanencia en la organización. Los trabajadores con este tipo de compromiso se sienten orgullosos de pertenecer a la organización.

El compromiso de continuación: (necesidad) señala el reconocimiento de la persona, con respecto a los costos (financieros, físicos, psicológicos) y las pocas oportunidades de encontrar otro empleo, si decidiera renunciar a la organización. Es decir, el trabajador se siente vinculado a la institución porque ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo y dejarla implicaría perderlo todo; así como también percibe que sus oportunidades fuera de la empresa se ven reducidas, se incrementa su apego con la empresa.

El compromiso normativo: (deber) es aquel que encuentra la creencia en la lealtad a la organización, en un sentido moral, de alguna manera como pago, quizá por recibir ciertas prestaciones; por ejemplo cuando la institución cubre la colegiatura de la capacitación; se crea un sentido de reciprocidad con la organización. En este tipo de compromiso se desarrolla un fuerte sentimiento de permanecer en la institución, como efecto de experimentar una sensación de deuda hacia la organización por haberle dado una oportunidad o recompensa que fue valorada por el trabajador. Surge la cuestión de cuál de las tres dimensiones del compromiso organizacional sería más conveniente desarrollar en los empleados de la institución.

Sobre el compromiso organizacional igualmente exponen Betanzos y Paz (2011), que este es un tema que ha cobrado gran importancia para los expertos en Recursos Humanos, pues se considera fundamental que los empleados tengan "bien puesta la camiseta", es decir, que quieran a su empresa y que hagan bien su trabajo, tal como igualmente lo acota Arciniega (2002), citado por los autores mencionados.

Por lo tanto, es importante entender la naturaleza, el desarrollo y las implicaciones del compromiso de los empleados. Se sabe que hay diferentes tipos de compromiso (afectivo, de continuidad y normativo), y que cada uno tiene un efecto diferente en las conductas y actitudes de los empleados. Pero en general, este compromiso se muestra como la responsabilidad y la asunción del trabajador para con las obligaciones propias del cargo desempeñado.

En el sector hospitalario objeto de estudio, los significados del talento genial deberían estar asociados a que en las referidas instituciones se fomente en el personal la creatividad, inspiración y se les brinden las herramientas para potenciar estas competencias para lograr gestionar sus capacidades se requiere que la gestión de los directivos de los hospitales esté orientada a promover el trabajo en equipo para lograr las metas organizacionales creando un clima satisfactorio para que se produzcan los cambios necesarios para aumentar y aprovechar el capital intelectual del talento humano a su cargo.

El talento genial se convierte en una herramienta estratégica para las instituciones de salud, con la finalidad de hacer que su personal pueda emplear las inteligencias múltiples, mantenga la vitalidad organizacional, se encuentre satisfecho y motivado; en consecuencia se identifique con la organización, mediante el sentido de pertenencia así como el cumplimiento de los objetivos organizacionales trabajando en equipo.

Cabe resaltar, que el indicador con la media más alta por la opinión de los sujetos encuestados resultó el “Actitud Mental”, aunque se ubica en una categoría poco adecuada como parte de las condiciones del talento genial en el sector hospitalario implantado por los directivos y empleados para el talento genial. Este hallazgo se distancia del criterio de Klimenko (2011), quien expresa la importancia de que el talento humano mantenga una actitud mental dirigida al trabajo en equipo; para así lograr los objetivos organizacionales con ingenio, todo esto va a estar relacionado a su vez con los procesos cognitivos y conductuales.

Por su parte, afirman Navarro y García (2007), que las actitudes son indicadores razonablemente aceptables de las conductas en los individuos, ofrecen una idea de las intenciones del comportamiento o inclinaciones a actuar de cierta manera (positiva o negativa), con los resultados propios de las mismas.

La perspectiva del Enfoque conductual sostiene que las actitudes se aprenden a través de tres procesos de condicionamiento: el clásico (E-E), operante y el vicario (imitación). El condicionamiento clásico señala que las actitudes son aprendidas a través de un proceso de asociación E-E; traducido en que un estímulo inicial neutro se asocia con otro estímulo capaz de provocar una reacción emocional de agrado o desagrado, el primero llega a provocar, también dicha respuesta, lo que origina una valoración positiva o negativa, fomentando una actitud.

Por su parte, en el condicionamiento operante, las actitudes se adquieren por la asociación entre el comportamiento y sus consecuencias; se aprende, se trata de repetir todo aquello que es adecuado para la obtención de una recompensa; por el contrario se evita todo aquello que cause castigo o sufrimiento. De ahí su importancia del refuerzo social en la adquisición de las actitudes. Y en el condicionamiento vicario, las actitudes se aprenden a través de la observación e imitación de los modelos o por la convivencia social.

En este mismo sentido, refiere Waisburd (2013), que la persona creativa está en un constante proceso de autodescubrimiento, de remodelar su propia identidad y de encontrar significado en el universo en el cual él crea. Para integrar el proceso, encuentra muy valioso aprovechar la meditación, el rezo o las reflexiones. Este es un proceso que tiene que ver muy poco con otras personas. En realidad, equivale a validar la propia individualidad.

En este sentido, los pasos fundamentales en el proceso son los momentos de introspección que permiten establecer nuevas conexiones y hacer descubrimientos. La persona creativa necesita esos momentos de introspección en soledad, para el trabajo de autoconocimiento e integración.

A continuación, se presenta un gráfico de polígono de frecuencias, que para el caso concreto del estudio únicamente expresa las medidas de tendencia central; medias alcanzadas que exponen el comportamiento de las unidades de análisis por cada uno de los indicadores de la dimensión analizada. En éste, se observa los promedios en orden descendentes de acuerdo a la preferencia de los sujetos consultados en las instituciones hospitalarias seleccionadas en la presente investigación. (Ver Gráfico 1).

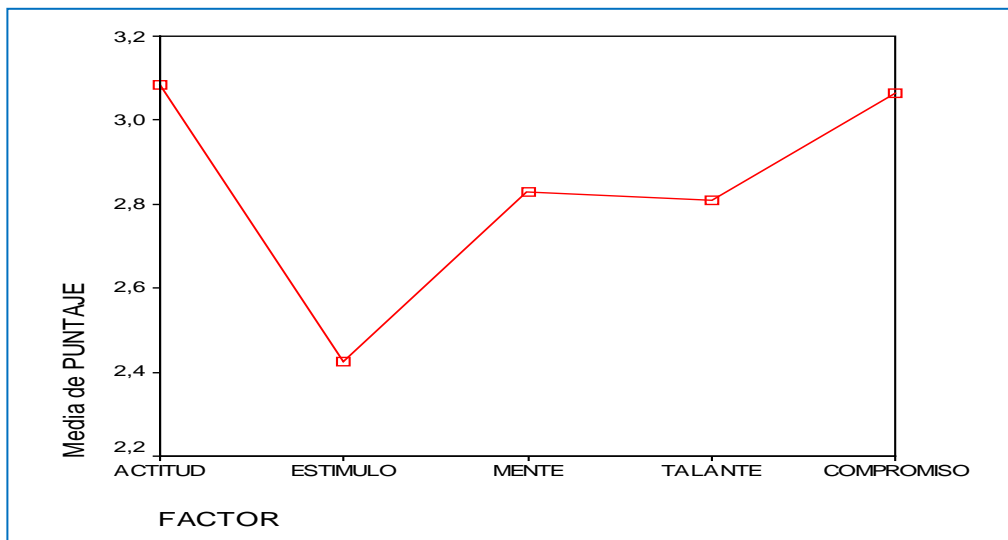


GRÁFICO 1. MEDIAS PARA LA DIMENSIÓN: Condiciones del Talento Genial
FUENTE: Paz Julettvi (2015).

METODOLOGÍA

Metodológicamente se enmarca como una investigación de tipo explicativa, con un diseño de campo, no experimental, transeccional. La población estuvo conformada por 47 sujetos, entre directivos y empleados de recursos humanos. Para la recolección de la información, se utilizó la técnica de la observación mediante encuesta, siendo elaborado un cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual fue validado mediante el juicio de 10 expertos, realizándose una prueba piloto a 10 sujetos, a cuyos resultados se le aplicó el coeficiente Alpha de Crombach dando como resultado un índice de confiabilidad de 0,94. Para el análisis de los datos, se utilizó la estadística inferencial, la cual busca probar hipótesis y estimar parámetros.

Resultó pertinente ilustrar los resultados mediante Gráficos Lineales o Polígono de Frecuencias; denominado así por Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 291), a fin de destacar las medias alcanzadas, permitiendo con ello observar el comportamiento de los sujetos investigados. Sobre la base de lo anterior, y para demostrar la sistematicidad de la investigación, así como la efectividad del estudio en cuanto al logro de cada propósito que orientó esta investigación, los resultados se presentan con relación a cada uno de los objetivos específicos que guiaron este estudio, mediante los cuales se realizaron inferencias como producto de los hallazgos evidenciados.

CONCLUSIONES

El talento genial sirve como instrumento para promover e impulsar el crecimiento, aprendizaje y éxito organizacional, generando ventajas competitivas mediante la creación de valor agregado, que permite apalancarse del capital intelectual para identificar las oportunidades con las cuales se busca que el talento humano desarrolle su ingenio, su capacidad crítica y reflexiva, permitiéndoles ser

productivos, proactivos y colaborar con el cumplimiento de las metas organizacionales.

En el sector hospitalario se hace necesario implementar una cultura del talento genial, por lo que los líderes de estas instituciones de salud deben fomentar la genialidad en el talento humano, garantizando las condiciones para la materialización de las ideas y propuestas que forman parte ese cambio en los paradigmas gerenciales tradicionales hacia una gestión del talento genial promoviendo la vitalidad organizacional que forma parte del enfoque novedoso y original que genera el estímulo del ingenio en los trabajadores hospitalario desarrollando el estímulo, el talante crítico, el compromiso, la mente abierta como parte de esos factores que implica el ecosistema creativo para operacionalizar el talento genial

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Angulo De Haro, David (2012). **Creatividad**. Disponible en <http://www.aprendizajealfa.com.ve/libros/creatividad.pdf>. Consulta 27/02/2015.
- Arcia Cáceres, Israel (2011). **Gestión administrativa**. Disponible en <http://gestion.admtiva.blogspot.com/2011/03/liderazgo-estrategico.html>. Consulta 27/02/2015.
- Arguedas Altamirano, José María (2012). **El sujeto creativo**. Disponible en www.unav.es/creatividad/capitulosiete.rtf. Consulta 27/02/2015.
- Arias, F. (2007). **El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento**. Revista Contaduría y Administración. (2000). Disponible en <http://www.ejournal.unam.mx/rca/200/RCA20001.pdf>. Consulta 27/02/2015
- Betanzos Díaz, N. y Paz, Francisco (2011). **Beneficios del compromiso normativo para las organizaciones**. Disponible en <http://direccionestrategica.itam.mx/?tag=compromiso-organizacional>. Consulta 22/04/2015.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). **Metodología de la Investigación**. México: Mc Graw Hill.
- Klimenko, Olena (2011). **Fomento de la capacidad creativa desde las prácticas de enseñanza**. Disponible en <http://wb.ucc.edu.co/pensandopsicologia/files/2011/09/art009-vol7-n12.pdf>. Consulta 24/02/2015.
- Navarro, Rubén y García, Arturo (2007). **Clima y compromiso organizacional**. Disponible en http://www.eumed.net/libros_gratis/2007/c/340/clima%20y%20compromiso%20organizacional%20bibliografia.htm. Consulta 24/02/2015.
- Waisburd, G. (2013). **Creatividad y transformaciones**. México. Editorial Trillas.

PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL SOBRE INCLUSIÓN LABORAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD. EXPERIENCIAS VENEZOLANAS

Rafael Flores B.
rqflores6@hotmail.com
María M. Betancourt
alenabetancourt@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo es una investigación de tipo documental bajo una técnica de análisis descriptiva que tiene como objeto indagar acerca de la situación y dimensión actual de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sobre la inclusión laboral de las personas con discapacidad en Venezuela. Ello comprende un estudio del marco teórico de la RSE de este mismo modo un examen jurídico de la legislación que ampara a las personas con discapacidad, las proyecciones en materia de empleo de este colectivo así como las experiencias venezolanas de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la inclusión laboral de personas con discapacidad. Se concluye que las prácticas de RSE en la inclusión laboral de las personas con discapacidad en Venezuela se enfocan en un sistema sancionatorio extenso en las multas y desarrollo de procedimientos. Al respecto, es necesario reconceptualizar la RSE, y dentro de eso, la inserción laboral de las personas con discapacidad.

PALABRAS CLAVE: inclusión laboral, prácticas de responsabilidad social empresarial, experiencias venezolanas, personas con discapacidad

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) también denominada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ha experimentado un importante resurgir en la última década del siglo XX y en estos primeros años del siglo XXI. El cambio del sistema de valores en la sociedad actual y la aparición de múltiples grupos de interés, ha generado una enorme presión que influye en las condiciones del entorno competitivo de las empresas. A través de los medios de comunicación, se ha consolidado la difusión de nuevos criterios de inversión en los mercados financieros, así como un mayor análisis y valoración de las actuaciones y comportamientos medioambientales, sociales y éticos de las empresas (Nieto y Fernández, 2004).

Esto ha devenido en la configuración de un nuevo modelo corporativo, el cual de acuerdo con el Código de Buen Gobierno de la Empresa Sostenible (IESE, 2002), se caracteriza por la creación de valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo al aumento de bienestar de las generaciones presentes y futuras tanto en su entorno inmediato como en el planeta general.

Ello catalizó dentro del sector empresarial, la revisión de valores, prácticas, con el propósito de rescatar la confianza social para enfrentar los retos de adaptabilidad a las exigencias de un entorno e igualmente del marco institucional el cual se desarrolla tanto veloz como profundamente.

Estas exigencias, abarcan dentro de sí, el cambio de preferencias materiales e inmateriales de los consumidores asimismo de la organización de redes de presión política a nivel local, global en torno a la transparencia, la eficacia, la promoción y garantía de los derechos humanos, además la corresponsabilidad sobre la pobreza al igual que la exclusión social.

De esta manera, es posible afirmar que estos factores afianzan dos tendencias que en el debate académico sobre RSE ya venían deslumbrándose; por una parte, la superación de la clásica concepción de los accionistas como únicos legitimados para exigir cuentas, a quienes gestionan las corporaciones para vigilar su desempeño, además de la incorporación de nuevos actores entre Estado, Sociedad y Organizaciones no gubernamentales. Por otra parte, la anexión de activos intangibles, que obliga a las empresas a trascender la preocupación por la elección eficiente de los recursos materiales y humanos, para conseguir ventajas competitivas que son demandados por consumidores y potenciales inversionistas al momento de hacer su elección. (Salas, 2002)

En este sentido, el carácter axiológico de la RSE como atribución de valor a la incorporación de estos activos, se refleja en la descripción por la mayor parte de las empresas del listado Fortune 500, el cual es una publicación anual de la revista Fortune donde se señalan las quinientas mayores empresas estadounidenses de capital abierto a cualquier inversor. Asimismo, se ha comprobado que las diez empresas más admiradas del mundo según el ranking de Pricewaterhouse Coopers (PWC, 2002), desarrollan prácticas de RSE y las difunden para aprovechar los efectos positivos que genera la transparencia informativa.

De tal forma, el desmantelamiento de los fraudes empresariales de grandes multinacionales, ha creado del lado de la demanda entre los distintos actores intervinientes ya enunciados a decir: Estado, Sociedad, Organizaciones no gubernamentales e incluso, las mismas corporaciones empresariales, la necesidad de transparencia y un sistema de rendición de cuentas (accountability) a nivel empresarial; y por el lado de la oferta, es decir, de las propias empresas como sujetos de estas regulaciones, la atribución como valor agregado a su capital, de prácticas que aumenten sus niveles de reputación y por tanto, confianza a los inversionistas.

Cuando se trata de los derechos de los trabajadores y de los consumidores frente al poder de la empresa, es necesaria la defensa de ciertos valores fundamentales, como la lucha contra la corrupción, la protección de los derechos humanos y la intervención en la regulación de los mercados con el objeto de evitar prácticas desleales. En este contexto, y dentro del análisis del colectivo de trabajadores, se encuentra especial atención en el estudio de las prácticas de RSE, en torno a la inclusión de personas con discapacidad o en su denominación reciente, personas con diversidad funcional.

En este sentido, el presente estudio se centrará en el desarrollo de las prácticas de la RSE dirigidas al empleo de las personas con discapacidad. No obstante la falta de estímulo por parte de las empresas como por parte de los potenciales trabajadores con discapacidad es prominente y palpable; generada por

una preocupante desinformación y subestimación por todos los sectores: Estado, Empresa y Sociedad, sobre el desempeño eficaz ,efectivo y eficiente de la prestación de servicio de los trabajadores con discapacidad, toda vez que una de las principales barreras en la incorporación y ejercicio del derecho y el deber de trabajar de las personas con discapacidad en edad laboral siguen siendo las prácticas discriminatorias.

Usualmente estas personas tienden a ser vistos como sujetos dependientes y con limitantes con pocas posibilidades de desarrollarse integralmente como persona. Dicha imagen se concibe sobre la base de un conjunto de prejuicios y valores predominantemente influenciados por una aptitud subestimativa que aún se encuentran inmersos en la sociedad. Lo expuesto anteriormente, constituye algunos de los problemas y parte del escenario del colectivo de trabajadores con discapacidad y su inclusión laboral a través de las prácticas de RSE.

Sin duda, el caso venezolano padece de particularidades, que constituyen la variable fundamental en la presente investigación, que por su nivel de desarrollo y situación económica, insertan problemas adicionales como las barreras arquitectónicas e inaccesibilidad a las comunicaciones que acentúan las desigualdades en la vida cotidiana. En este sentido, el presente trabajo pretende realizar un análisis de la situación y dimensión actual de las prácticas de RSE en la inclusión laboral de las personas con discapacidad en Venezuela. Comprende un estudio del marco teórico de la RSE, un examen jurídico de la legislación que ampara a estas personas, las proyecciones de empleo, así como experiencias venezolanas de prácticas.

En cuanto a la conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), puede enunciarse la establecida en el Libro Verde. Así las cosas la Comisión Europea (2001), en este instrumento, se toma la RSE como un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio, definiéndola como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (CE, 2001).

Cabe destacar que dicha Comisión Europea (2011), actualiza la definición ampliando su ámbito de acción, conceptualizándola como la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad, en este sentido para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica, para maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/accionistas y las demás partes interesadas y la sociedad en sentido amplio.

DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Sobre este punto, diferentes sectores de la academia lo abordan bajo variables desde las medioambientales, sociales, y económicas; hasta un estudio en tanto internas o externas. Se procede en las siguientes líneas, al análisis de las más relevantes. Calderón (2005) establece la concreción de las dimensiones medioambientales, en la gestión productiva de los recursos primarios o naturales. En este sentido, propone la eficacia en la utilización de los recursos, haciéndolos más compatibles con el principio de solidaridad con el medio ambiente.

En cuanto a las dimensiones sociales, el autor considera como aquellos espacios de la RSE, cuya atención se encuentra dirigida en las prácticas laborales con respecto a los derechos humanos y cooperación social en el mejoramiento de la calidad de vida en todas las regiones donde opera la empresa. En esta dimensión, se debe rechazar la violación de los derechos humanos; ofreciendo condiciones justas de empleo a sus trabajadores; y cooperando a la promoción profesional de los integrantes de la empresa a través de políticas de formación

El Libro Verde anteriormente citado, tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a un nivel europeo e internacional" (Comisión Europea, 2001); aclara que conceptualmente, la RSE debe distinguir dos marcos de actuación, entre una dimensión interna y otra externa. De acuerdo con Server y Villalonga (2005) manifiestan que dentro de las empresas, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores, y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos; salud; seguridad laboral; y gestión del cambio entre las más destacables; en lo ambiental, las políticas han estado dirigidas a la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción

Desglosando los factores integrantes de la dimensión interna en la RSE, Server y Villalonga (2005) los esquematizan de la siguiente manera: la gestión de Recursos Humanos, se encuentran dirigidas a las prácticas responsables de contratación de personal, en particular las no discriminatorias (minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas).

Por otra parte, Server y Villalonga (2005) indica que centrando el estudio a la dimensión externa de la Responsabilidad Social, ésta se extiende hasta las comunidades locales incluyendo, además de los trabajadores y accionistas, a socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

En tal sentido se podría enunciar en relación a las comunidades locales: la responsabilidad social de las empresas abarca la integración de las empresas en su entorno local, ya sea a nivel europeo o mundial. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, proporcionando puestos de trabajo, salarios, prestaciones e ingresos fiscales.

El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y la consiguiente acumulación de capital sociales importante especialmente para las empresas no locales.

En el caso de los socios comerciales, proveedores y consumidores: los efectos de las medidas de responsabilidad social de la empresa no se limitarán a ésta, sino que afectarán también a sus socios económicos. En el marco de su responsabilidad social, se espera que las empresas intenten ofrecer de manera eficaz, ética, ecológica los productos así como servicios que los consumidores necesitan.

PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD.

Iniciando el análisis con lo relativo a la inclusión laboral de personas con discapacidad a través de prácticas de RSE, la Ley para las Personas con Discapacidad (LPCD) en su artículo 28 establece el deber, por parte tanto de los órganos y entes de la Administración pública en sus tres niveles de gobierno, como de las empresas públicas y privadas, de la incorporación de no menos del 5% de su nómina total de personas con discapacidad permanente.

A tales efectos, si bien la ley no establece de forma obligatoria un sistema equivalente a los balances sociales o informes, si prevé a los fines de control, un Registro de Trabajadores con Discapacidad, que deberá ser actualizado por los empleadores de manera semestral ante el Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad (CONAPDIS) conforme a lo dispuesto en los artículos 71, 72 y siguientes.

Para la promoción de estas prácticas la Ley ha previsto un sistema de incentivos en cuanto a la exoneración e impuestos, tasas y derechos de importación de acuerdo a lo enunciado en el artículo 45. No obstante, su aprovechamiento por parte del sector empresarial, podría quedar limitado en el marco de la RSE al estar destinado a personas jurídicas sin fines de lucro u organizaciones de personas con discapacidad.

EN LA MISMA LÍNEA, EL ARTÍCULO 48, ESTABLECE:

La reserva de nombre y la inscripción de las actas constitutivas, estatutos, actas de la asamblea de las organizaciones y todas las operaciones constituidas para personas con discapacidad, o por sus responsables, están exceptuadas en el pago de los impuestos y tasas previstas en el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Registros y del Notariado.

En este sentido, las rebajas, exenciones, e incentivos fiscales para la promoción de prácticas en materia de responsabilidad social, se limita a un grupo específico de organizaciones, que necesariamente estén vinculadas bien sea en su objeto, actividad, o de cualquier otra forma a prácticas vinculadas a personas con discapacidad. En contrapartida, el sistema sancionatorio dispuesto en la ley por el incumplimiento de las disposiciones mencionadas, es extenso y explícito en las

multas y en el desarrollo de los procedimientos, al enumerar en su capítulo II, sanciones pecuniarias que varían desde cien (100) Unidades Tributarias (UT), hasta mil (1000) Unidades Tributarias (UT).

Académicamente, son diversas las investigaciones destinadas al estudio de las tasas de desempleo e inserción laboral de grupos desfavorecidos en los últimos años, producto del avance legislativo y jurisprudencial en la materia. En este orden, un estudio aplicado a 86 empresas afiliadas a la Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industrias (VENAMCHAM), dedicó una dimensión a la inversión y cumplimiento de normas en materia de responsabilidad social, entre ellas, la Ley para las Personas con Discapacidad.

De acuerdo al precitado autor sobre este punto, 52 empresas respondieron a este ítem, constituyendo un universo de trabajadores de 30.774, lo que representa un 41% de la masa estudiada, de la cual se reportan 242 personas con discapacidades empleadas. El 89% de estos, son incorporados como obreros u operarios, mientras que sólo el 11% como empleados.

De acuerdo, Sánchez, (2010) íntimamente ligada a esta variable, se plantea otra problemática vigente y que da sustancia esta investigación sobre la materia, en relación con el nivel educativo vinculado a la estratificación laboral. Sobre este punto, se destacó que el 88% del personal a nivel directivo o gerencial, cuenta con instrucción universitaria; en el caso de supervisores y rangos afines, un 68% cuenta con título a nivel técnico o universitario y un 8% a nivel de especialización o maestría.

En cuanto al grupo de empleados, 49,5% se encuentra en el nivel de técnico o universitario y el 40% ha cursado media diversificada y profesional completa. En cuanto a obreros y empleados, que es donde se encuentra el mayor porcentaje de personas con discapacidad, es digno de resaltar que el 40% de los trabajadores no supera el nivel de educación básica.

El International Disabilities Rights Monitor (IDRM, 2004) ya había proporcionado datos en este orden. Si bien destacó que el Estado venezolano reconoce el derecho de todos a la educación, incluyendo a las personas con discapacidad, en especial a los niños mediante los Centros de Desarrollo Infantil para la atención temprana; también reseñó, la escasez y falla de estos centros, al no encontrarse disponible en todas las localidades estando presentes sólo en algunas capitales o ciudades grandes.

Sobre este aspecto, existen en la actualidad algunos convenios entre en Ministerio del Poder Popular para la Educación, Cultura y Deporte (MECD) y el Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES), en el que da cuenta de la importante relación que existe entre trabajo y educación en el colectivo de discapacitados.

Corona, (2003) en materia de responsabilidad social, algunos municipios han tomado ciertas iniciativas, para dar respuesta al problema que enfrentan muchas personas con discapacidad por la falta de oportunidades laborales.

A través de nuevas ordenanzas, se han establecido exoneraciones de impuestos para aquellas empresas que contraten a personas con discapacidad, en términos similares a las ventajas y exoneraciones fiscales que también ofrece la ley vigente para este colectivo; así como el ofrecimiento de cursos en áreas como la informática.

No obstante, aun cuando este tipo de estímulos se encuentran en la Ley y es considerado un logro importante, paralelo a la disposición por parte de organismos del Estado a trabajar conjuntamente con las instituciones que promueven los derechos de este grupo, hasta ahora continúan siendo dispersos los esfuerzos y no son del todo coordinados.

En tal sentido, la mora legislativa en el retraso para la propuesta del reglamento, dificulta la puesta en práctica y materialización de las garantías ofrecidas en este instrumento jurídico, y no permite la disposición de señales programáticas concretas a las empresas para el mejor desarrollo por parte de estas de las prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial en este sentido. En el contexto de Responsabilidad Social Empresarial en la inserción de personas con discapacidad, el derecho al trabajo de este colectivo debe ser abordado desde una perspectiva que incluya un estudio en cuanto a acceso, conservación y promoción del mismo.

EXPERIENCIAS VENEZOLANAS DE RSE PARA LA INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En lo relativo a las empresas que han desarrollado experiencias de las prácticas de RSE para la inclusión laboral de las personas con discapacidad, en Venezuela, en el Foro sobre Leyes venezolanas relacionadas con el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial organizado por Venamcham, realizado en Maturín en el año 2008, Arelis Díaz representante por la empresa Movistar, reportó que dicha empresa, considerando las experiencias de la ejecución de estas prácticas en Europa, ha desarrollado el programa de inserción laboral para personas con discapacidad.

De ahí que, este programa se desarrolló contemplando las siguientes etapas: la adecuación de los espacios accesibles y mecanismos para el mejor desempeño de las personas con discapacidad visual, motora y auditiva; la realización de charlas de sensibilización y generación de conciencia para los trabajadores que forman parte de la organización, a los efectos de conocer el trato que se le debe dar a las personas con discapacidad. De igual modo charlas para adiestrar a las personas con discapacidad, a los fines de adaptarse a la organización. Los componentes que se manejan en este programa son trabajo en equipo, manejo de liderazgo y aceptación a la diversidad.

Por otro lado, en el foro antes mencionado, la representante de la empresa Cargill de Venezuela, indicó que la empresa antes mencionada, también ha desarrollado un programa de RSE para la inclusión laboral de las personas con discapacidad, desde antes de la entrada en vigencia de la Ley para Personas con Discapacidad, dicho programa se ha desarrollado en etapas; en principio la creación

de un equipo multidisciplinario conformado por profesionales en el área jurídica, seguridad, capital humano, en conjunto con la fundación Cargill. El mismo tuvo como objetivo el diseño de estrategias para el contenido y el alcance del programa.

A su vez destacó Meza, que se examinaron las experiencias similares realizadas en Brasil, a los efectos de adquirir conocimiento sobre las mismas y en última instancia la búsqueda de ONG especializadas en la materia, con el objeto de hacer una alianza. En este sentido la ONG seleccionada fue Asodeco, el cual realiza atribuciones de captación de personas con discapacidad con el propósito de adiestrarlas e incorporarlas en la organización.

Según Meza, la modalidad de incorporación en el campo laboral adoptada por la empresa es el empleo con apoyo, que se define como “ un empleo integrado en la comunidad dentro de empresas normalizadas, para personas con discapacidad que tradicionalmente no han tenido posibilidad de acceso al mercado laboral, mediante la provisión de los apoyos necesarios dentro y fuera del lugar de trabajo, a lo largo de su vida laboral, y en condiciones de empleo lo más similares posible en trabajo y sueldo a las de otro trabajador sin discapacidad en un puesto equiparable dentro de la misma empresa”.

En este sentido la misma sostuvo que con el fin de adecuarlo a la organización se llevó a cabo el siguiente plan de acción: cursos de inducción a la alta gerencia sobre los conceptos relativos sobre el alcance de la legislación que garantiza la inserción laboral de estas personas, sobre los distintos modelos de empleo para este colectivo de personas, así como programas de transición; realización de unas encuestas para medir la disposición de los trabajadores de la organización para trabajar con estas personas en la empresa; identificación de roles o perfiles para la descripción de los cargos, así como las áreas de accesibilidad y la realización de campañas de sensibilización y concientización a los trabajadores.

Estas experiencias permiten valorar las implicaciones que en las empresas venezolanas ha tenido la consagración legislativa y voluntaria, de diversas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Evidenciándose dos realidades: las organizaciones que desde antes de entrar en vigencia la Ley para Personas con Discapacidad, realizan dichas prácticas en la inclusión laboral de estas personas como iniciativa voluntaria lo que constituye el verdadero espíritu de la RSE. Y las empresas que una vez vigente dicha ley implementan estas prácticas por el mero carácter coercitivo de la misma, es decir para evitar las sanciones, sin considerar para este grupo de personas el enfoque de respeto de los derechos humanos característico de la RSE.

CONCLUSIONES

La definición de responsabilidad social empresarial se centra en un debate doctrinal enfocado esencialmente al reconocimiento del carácter de voluntariedad frente a su posible regulación, en este sentido se concibe como una integración de carácter voluntario no obstante su aplicación busca generar resultados que vayan mucho más allá de lo previsto en el ordenamiento jurídico.

Las prácticas de RSE en la inclusión laboral de las personas con discapacidad en Venezuela se enfocan en un sistema sancionatorio extenso en las multas y desarrollo de procedimientos, en Venezuela, es necesario reconceptualizar la RSE, y dentro de eso, la inserción laboral de las personas con discapacidad, en el contexto de Responsabilidad Social Empresarial en la inserción de personas con discapacidad, el derecho al trabajo de este colectivo debe ser abordado desde una perspectiva que incluya un estudio en cuanto a acceso, conservación y promoción del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. Ley para las Personas con Discapacidad. (2007). Gaceta Oficial No. 38598 de fecha 5 de Enero de 2007. Caracas.

Comisión Europea (2001), **Libro Verde:** Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas

Comisión Europea (2011), Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Definición moderna de la Responsabilidad Social Empresarial COM (2011 681 final Bruselas.

Corona, H. (2003). **Defensoría del Pueblo.** En International Disabilities Rights Monitor IDRM. (2004). Informe Regional de las Américas: Venezuela. Extraído de: http://www.ideanet.org/cir/uploads/File/IDRM%20Americas_Sp_04.pdf.

Fecha de consulta, Diciembre 2011

IESE; Pricewaterhousecoopers PWC; y Fundación Entorno. (2002). Código de Buen Gobierno de la Empresa Sostenible. Barcelona.

Nieto, M; y Fernández, R. (2004). **Responsabilidad Social Corporativa:** la última innovación en management. Universia Business Review–Actualidad económica, primer trimestre, año. 2004. Pp. 28-39.

Presidencia de la República (2014). Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Registros y del Notariado Decreto No. 1.422 publicado en Gaceta Oficial N° 6.156 Extraordinario de fecha 19 de noviembre de 2014.

Salas, V. (2002). **El Gobierno de la Empresa.** Colección de estudios económicos, No. 29. La Caixa. Madrid.

Sánchez, Y. (2010). **Responsabilidad Social.** Centralidad del Trabajo y de los trabajadores. En Guedez, V. (coord.). Responsabilidad Social Empresarial. Visiones Complementarias. Venamcham, Alianza Social. Caracas.

Server, R.; Villalonga, I. (2005). **La Responsabilidad Social Corporativa (RSC)** y su gestión integrada. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No. 53, Nov. 2005, pp. 137-161. Universidad Politécnica de Valencia

GESTIÓN DE LA SEGURIDAD EN UNIDADES DE ATENCIÓN PEDIÁTRICA: UN COMPROMISO DE ADULTOS

Gisela González Ruiz
Yolima Pertuz Meza
gisela.1060@gmail.com

RESUMEN

Objetivo: el presente estudio tuvo como propósito determinar las condiciones de seguridad en dos unidades de cuidado pediátrico de la ciudad de Santa Marta, Colombia, como resultado de los procesos de gestión de la seguridad. **Materiales y métodos:** estudio evaluativo, multicéntrico, con enfoque cuantitativo; cuya recogida de datos se hizo mediante la aplicación de un instrumento de verificación, construido y basado en las normas de seguridad definidos en la legislación Colombiana, (Guía Técnica Colombiana 045, Anexo técnico de verificación de condiciones de calidad emanado de la resolución 1043 de 2006, y Reglamento Técnico de instalaciones eléctricas (RETIE). **Resultados:** se encontró riesgo alto para inundaciones, asaltos a mano armada e incendios en ambas instituciones. Riesgo medio para avalancha, deslizamiento y sismos; riesgo bajo para erupciones volcánicas; riesgo medio de caídas en pisos y pasillo, riesgo bajo en seguridad eléctrica; además de baja capacidad de respuesta ante eventos emergentes. Sin embargo, se observó adecuado cumplimiento de normas de habilitación. **Conclusiones:** la gestión de seguridad del paciente es un proceso que presenta deficiencias por parte de los actores Institucionales, corroborándose riesgo de seguridad en unidades de cuidado pediátrico.

INTRODUCCIÓN

Los riesgos de seguridad son una de las principal fuente de lesiones y muertes en trabajadores y población general de todo el mundo; las Instituciones de salud no escapan a este problema; es así como en 2011 fallecieron aproximadamente 60 personas en un incendio ocurrido en el Hospital de Calcuta en la India, el mundo (2011); el 28 de enero de 2014, en un Hospital de Rusia, fallecieron 37 pacientes psiquiátricos por acción del fuego incontrolable, el tiempo (2014). Mientras, que noticias del mundo (2014), informó sobre un incendio en el Hospital de Toledo, sin víctimas que lamentar; no contaron con la misma suerte 20 ancianos y una enfermera, que perdieron la vida, por asfixia al originarse un incendio en un Hospital surcoreano, emergencia que tuvo como agravante las ataduras a la cual estaban sometidos los pacientes seniles lo que les impidió escapar. Emol.com (2014), informó que en el Hospital neuropsiquiatrico de Bernal Argentina dos pacientes murieron y 16 resultaron con heridas graves, como consecuencia de un incendio provocado por un corto circuito en las instalaciones eléctricas.

En un estudio llevado a cabo por Rosas (2015), el cual valoró la capacidad de respuesta ante emergencias Hospitalarias del distrito de Bogotá, los autores concluyeron que dicha red no está preparada para responder ante hechos emergentes con múltiples víctima. Situación que se convierte en preocupación de analistas de riesgos, por el bajo compromiso que sobre seguridad, muestran algunos responsables de Hospitales públicos y privados, Marucci (1999); ya que los Hospitales son considerados centros de trabajo de alto riesgo, por el National Institute of Occupational Safety and Health (NIOSH) de los Estados Unidos de (Gun et al, 1985). Citado por Borjes A (1989).

La prevención y respuesta ante los riesgos de seguridad cobra importancia más aún si los expuestos son pacientes en estado de indefensión a los que se les dificulta responder a acciones de escape ante riesgo inminente, ya sean de origen internas, externa, naturales o antrópicas.

Por tanto, la seguridad en unidades pediátricas se convierte en un asunto que debe ser gestionado por adultos, si se tiene en cuenta el estado de vulnerabilidad de estos pacientes, por la limitación de movimientos para la autodefensa; la conexión a equipos biomédicos de apoyo vital, la corta edad y la poca conciencia para responder ante el peligro, lo que puede comprometer la integridad física de estos pacientes.

Las emergencias se clasifican en técnicas (incendios, explosiones, fugas de gases, residuos peligrosos y radioactivos, equipos imperfectos); naturales (terremotos, huracanes, sismos, tormentas y caídas de rayos), y antrópicas (atracos a mano armada, amenaza de bomba real o ficticia). Algunas prevenible y otras controlables. Servicio de Andaluz de salud (2011).

En ambos casos se requiere la implementación de programas de gestión de seguridad, específicamente en lo concerniente a atención de emergencias, dirigidos a la prevención del evento (aplicada durante el diseño de la estructura organizacional), durante el evento (capacitación, entrenamiento, y dotación adecuada y oportuna) y después del evento (mediante acciones de corrección de los peligros que ya ocurrieron y atención de la integridad de la vida humana).

Toda organización debe asumir la gestión del riesgo de seguridad para lograr el compromiso de sus integrantes y prepararse para la identificación, prevención, reducción, eliminación, sustitución y mitigación de los factores que puedan desencadenar emergencias (2). Para el Ministerio de la Protección Social de Colombia (2011), la gestión integral del riesgo de emergencia, inicia con el análisis de vulnerabilidad y riesgo (AVR), que según Westen, (s.p), es insumo principal para la planificación interna y externa de las acciones preventivas, correctivas y de rehabilitación.

El AVR, se convierte entonces, en el fundamento del plan de gestión que contiene las actividades y recursos para dar respuesta a los componentes básicos contemplados como: planos de emergencias, rutas de evacuación, salidas de emergencias, comunicación con organismos de socorro, manual de primeros auxilios, conformación de brigadas, programas de capacitación, simulacros, mantenimiento de maquinaria, equipos de primeros auxilios; manuales de procedimientos de actuación ante peligros inminentes, sistemas de alarma, sistemas de evacuación y procedimientos de restablecimiento de condiciones iniciales como lo establecen el Ministerio de trabajo Español (1991) y Castro y Marín (2013).

Orientar la toma de decisiones para fortalecer las condiciones de la infraestructura, mitigar riesgos potenciales del ambiente, asumir los Hospitales el cumplimiento normativo de la gestión en seguridad, y demás normas regulatorias, tales como infraestructura sismo resistente, Ley 400 (1997); adecuación de medidas sanitarias, Ley 9ª (1979); conformación de brigadas de emergencias,

Decreto 3989 (1989); Declaración de políticas de prevención y control de emergencias y desastres, Ley 46 (1948); Decreto 919 de 1989; aplicación de normas de construcción, Ley 1319 (1994). Aspectos que deben ser vigilados por los entes territoriales, directiva presidencial 033 (1989), en cumplimiento de los planes de emergencias Nacionales y declaración Universal de los derechos humanos (1948)

En consecuencia, gestionar adecuadamente la seguridad en las Unidades de cuidado pediátrico de Instituciones y centros de asistenciales, se convierte en una responsabilidad de adultos, con la contribución de organismos estatales, empresarios, organismos de seguridad, Instituciones formadoras, familias y trabajadores. El presente estudio tuvo como propósito evaluar las condiciones de seguridad en unidades de atención pediátrica y neonatal, como parámetro para identificar el avance de la gestión de la seguridad Institucional de dos Instituciones de salud de Santa Marta Colombia.

MATERIALES Y METODOS

Estudio evaluativo, diseño multicéntrico, realizado en dos unidades de cuidado asistencial de menores (pediátricos y neonatales), de Instituciones Hospitalarias de Santa Marta; la recogida de datos se hizo mediante una lista de verificación estructurada, construida por los autores a partir de la Guía Técnica de identificación de peligros 045 de (2010), anexo Técnico del Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad, Resolución 1441 (2014) y Reglamento Técnico de instalaciones eléctricas (RETIE) (2009); el riesgo se valoró mediante registro de observación, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

CUADRO 1: Escala de riesgo:

TIPO DE RIESGO	CUMPLIMIENTO	EXPLICACIÓN
Bajo	80–100%	Cumple con más del 80% de los indicadores de seguridad
Medio	60–79%	Cumple con el 60 a 79% de los indicadores de seguridad
Alto	Menor de 60%	Cumple con menos del 60% de los indicadores de seguridad

RESULTADOS

Los resultados muestran una deficiente aplicación del sistema de gestión de seguridad, específicamente en lo concerniente a indicadores de riesgo de seguridad mecánica (maquinas, implementos), instalaciones locativas (paredes, techos, pasillos, estructuras), seguridad físico química (riesgo de incendio y explosión), y las condiciones de instalaciones eléctricas de acuerdo al Reglamento Técnico de instalaciones eléctricas (RETIE), además de condiciones de dotación e información de seguridad, tales como señalización y equipos de prevención y control de incendios.

CUADRO 1: Análisis de vulnerabilidad y Riesgo Naturales y Antrópicos

EMERGENCIAS NATURALES Y ANTRÓPICAS	RIESGO INSTITUCIÓN UNO	RIESGO INSTITUCIÓN DOS
Inundación	Riesgo medio	Riesgo medio
Deslizamiento	Riesgo bajo	Riesgo bajo
Avalancha	Riesgo bajo	Riesgo bajo
Erupciones volcánicas	Riesgo bajo	Riesgo bajo
Sismos	Riesgo medio	Riesgo medio
Asaltos a mano armada	Riesgo medio	Riesgo medio
Secuestros	Riesgo medio	Riesgo medio
Incendios	Riesgo alto	Riesgo alto
Explosión	Riesgo medio	Riesgo medio

FUENTE: Aplicación de verificación AVR

Los resultados muestran nueve amenazas naturales y antrópicos, valorados como **riesgo alto** para inundaciones, asaltos a mano armada e incendios. **Riesgo medio** de avalancha, deslizamiento y sismos; **riesgo bajo** para erupciones volcánicas. No se evidenció diseño de planes de contingentes de ayuda mutua.

CUADRO 2: Seguridad de la infraestructura locativa

Riesgos de seguridad locativa	Riesgo Institución uno	Riesgo Institución dos
Pisos	Riesgo medio	Riesgo medio
Las paredes	Riesgo bajo	Riesgo bajo
Techos	Riesgo bajo	Riesgo bajo
Estructuras	Riesgo bajo	Riesgo bajo
Pasillos	Riesgo bajo	Riesgo medio
Orden y aseo	Riesgo bajo	Riesgo bajo

FUENTE: Aplicación Guía Técnica 045 2010.

La seguridad locativa analizó 6 indicadores (pisos, paredes, techos, estructuras, pasillos, orden y aseo), se encontró un cumplimiento adecuado en ambas instituciones, a excepción de caídas en pisos y pasillo valorada con **riesgo medio** en una de las Instituciones, por no presentar los indicadores de seguridad para tránsito seguro.

CUADRO 3: Presencia de sustancias inflamables

FACTORES FÍSICO-QUÍMICO	RIESGO INSTITUCIÓN UNO	RIESGO INSTITUCIÓN DOS
Presencia de sustancias inflamables (Oxígeno, aire comprimido).	Riesgo Medio	Riesgo Medio
Normas de seguridad de uso de sustancias inflamables.	Riesgo Medio	Riesgo Medio
Acceso de sustancias de control de incendios.	Riesgo Bajo	Riesgo Bajo
Identificación de las sustancias de control de incendios.	Riesgo Bajo	Riesgo Bajo
Espacios libres para el uso de sustancias de control de incendios.	Riesgo Bajo	Riesgo Medio
Conocimiento sobre prevención y control de sustancias inflamables	Riesgo Medio	Riesgo Medio

Fuente: Guía Técnica 045 de 2010

Ambas instituciones manejan sustancias inflamables (oxígeno y aire comprimido), y poseen dotación ante probables eventos de explosión e incendio. Sin embargo, el personal posee bajo conocimiento acerca de los mecanismos de respuesta inmediata ante eventos emergentes; con un nivel de **riesgo bajo y medio**.

Cuadro 4: Seguridad eléctrica

FACTOR DE RIESGO DE SEGURIDAD ELECTRICA	Riesgo Institución uno	Riesgo Institución dos
Reglamento interno de seguridad eléctrica.	Bajo	Bajo
Señalización de la seguridad eléctrica en los pasillos y equipos que transmiten mensajes de prevención, prohibición, o información en forma clara, precisa y fácil entendimiento para todos.	Alto	Alto
Cuenta con un tomacorriente conectado para cada equipo	Bajo	Bajo
Los equipos eléctricos del servicio que están conectados a tomas eléctricos cuentan con un sistema polo a tierra.	Bajo	Bajo
Cuentan con sistema de toma a tierra	Bajo	Bajo
Se dispone de sistema ininterrumpido de potencia y de plata de emergencia con transferencia automática.	Bajo	Bajo

FUENTE: aplicación escala de verificación basada en RETIE

Se encontró ausencia de señalización de *seguridad eléctrica* en los equipos, aunque la transmisión de mensajes de prevención, prohibición o información en forma clara, precisa y fácil no previene el riesgo, si permite transmitir la información acerca del peligro reales y potenciales a personal propio y visitante. En *dotación de*

señalización y elementos informativos, una entidad presentó riesgo alto en el indicador de salvamento y socorro.

Se observó una adecuada disposición en cantidad, ubicación y tipo de *extintores contraincendios*, de acuerdo a los tipo y origen del fuego (A,B,C,D). Las dimensiones y disposición de las vías de escapes, se ajustan a las normas técnicas, existen salidas de emergencias, no se observó la ubicación de planos de evacuación que oriente la salida de pacientes, familias y empleados ante probables situaciones emergentes.

De acuerdo a la lista de chequeo aplicada y concordante con el anexo técnico de la resolución 1441 (2014, las dos Instituciones cumplen La dotación de equipos en un 80 %, además poseen servicios públicos, implementos y equipos de las salas y cubículos de atención, mantenimiento y hoja de vida de equipos, además de certificaciones específicas de las condiciones de recurso humano. La seguridad de equipos y maquinarias, cuenta con planes de mantenimiento preventivo y correctivo para equipos biomédicos, requeridos para la disminución de los riesgos de daño por cambios de voltaje eléctrico, hojas de vida y calibración, con un cumplimiento del 83% y valorado como **riesgo bajo**.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Verificadas las condiciones de seguridad se evidencia que cumplen con los indicadores de dotación, equipos e infraestructura señalados en las normas de Sistema de Garantía de la Calidad Colombiana; con vulnerabilidad y riesgo alto para emergencias naturales como inundaciones y de riesgo antrópico de asalto a mano armada e incendios. Lo que puede explicarse por el riesgo del Departamento del Magdalena, susceptible a la presentación de eventos naturales, como vendavales, inundaciones por lluvias torrenciales de riesgo alto, erosión costera y fluvial de riesgo medio; incrementado, según Arias (2013), por la presencia de 35 cuencas hidrográficas que nacen en el Sierra nevada y susceptibles a presentación de sismos tectónicos y locales, afectados por el movimiento de las placas Caribe, de Panamá y Nazca, según datos del PNUD (s.p); situación que coloca a y las edificaciones de Santa Marta en estado de vulnerabilidad y riesgo, lo que requiere revisión periódica de la resistencia de las infraestructuras hospitalarias, dando cumplimiento estricto a las normas establecidas en sismo resistencia.

La infraestructura locativa presenta Riesgo medio en los pisos, con probables consecuencias de caídas a nivel, lo que requiere acción correctiva para la prevención de lesiones traumáticas o accidentes laborales en trabajadores y/o visitantes, en cumplimiento del sistema de gestión en seguridad y salud del trabajador de acuerdo a lo establecido en la ley 1562 (2012).

El uso de sustancias inflamables en muchas de las actividades desarrolladas, predispone a las Instituciones estudiadas a incendios y explosiones. Aunque cuentan con extintores contraincendios, es necesario preparar a los trabajadores de la salud que serán los que atenderán las situaciones emergentes, durante turnos nocturnos y festivos; los incendios con base líquida, son más difícil de combatir que el de materiales sólidos, dado que es necesario extinguir toda la

superficie incendiada para evitar la propagación acelerada, de acuerdo a protocolos de Mafre (s,p)

Los equipos no están señalizados bajo advertencias de riesgo eléctrico o peligroso lo que los hace vulnerables a maniobras por desconocimiento, con probables consecuencias a la integridad humana y locativa. No se evidencia señalización preventiva y de seguridad de acuerdo a requerimientos de las instalaciones. No se cumple con la dotación de seguridad de alarmas y detectores de humo, de fuego y de gases, que tratándose de atención de pacientes y familiares debe ser infaltable en toda Institución Hospitalaria.

El tipo de población atendida amerita la intervención efectiva de gobierno, empresarios y organismos de control de emergencias y seguridad, que haga efectiva la instalación de todo el sistema de gestión para la prevención y control de los riesgos que pueden vulnerar la integridad de pacientes, especialmente aquellos sin capacidad de auto salvamento, familias, trabajadores, Institución y entorno; entre ellos, rociadores a base de agua para controlar incendios. Solo a través de medidas de salvamento se puede asegurar a las menores seguridades, en cumplimiento de la gestión de la seguridad, que además puede devastar la economía Hospitalaria.

Los resultados de esta investigación pueden explicarse por la baja capacidad de autocuidado y respuesta al riesgo que se ha hecho cultura en algunas regiones del país. Se recomienda que se lleven a cabo nuevas investigaciones que amplíen el número de entidades de salud y unidades de atención pediátrica y su nivel de respuesta al riesgo, incluyendo más indicadores de observación., además de coadyuvar los diseños de planes de emergencias de ayuda mutua para las instituciones de salud, con especial énfasis en Unidades pediátricas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias A. (2013). **Santa marta convive con la falla de Oca**. Santa marta. Colombia
- Borjes A. (1989). **Personal de Enfermería: Condición de trabajo de alto riesgo**. Rev. Salud de los trabajadores. Argentina.
- Colombia. Ministerio de la protección Social. (2011). **Guía municipal para la gestión del riesgo**. Bogotá. Colombia.
- Colombia. Ministerio del trabajo. (2012). **Ley 1562 de 2012, por medio de la cual se modifica la ley de riesgos laborales**. Bogotá. Colombia
- Congreso de la república de Colombia. (1997). Ley 400 de 1997. **Por el cual se adoptan normas sobre construcciones sismo resistente**. Bogotá. Colombia
- Colombia. Ministerio de salud. (1979). **Ley 9ª de 1979. Por la cual se dictan medidas sanitarias**. Diario Oficial No. 35308. Bogotá Colombia.
- Colombia. Ministerio de salud. (1989). **Decreto 3989 de 1989. Por medio del cual se conforman los comités de emergencia en el ámbito nacional**. Bogotá. Colombia
- Colombia. Congreso de la República. (1988). **Ley 46 de 1988. Por medio de la cual se crea y organiza el Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres**. Bogotá. Colombia

Colombia. Ministerio del interior. (1994). **Decreto 1319 de 1994. Por medio del cual se reglamenta la expedición de licencias de construcción, urbanización y parcelación.** Colombia. Bogotá. Colombia.

Colombia. (1989). **Directiva presidencial 033 de 1989. Por medio de la cual se establecen las responsabilidades de los organismos y entidades descentralizadas del orden nacional del sector público, en el desarrollo y operación del Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres.** Bogotá. Colombia.

[Colombia. Ministerio de Minas y energía. \(2009\). Reglamento Técnico de instalaciones eléctricas \(RETIE\). Bogotá. Colombia](#)

El tiempo. (2013). **Al menos 37 muertos deja incendio en Hospital psiquiátrico de Rusia.** Bogotá. Colombia.)

El país. (2010). **Muere un paciente en el Hospital del Mar de Barcelona tras originar un incendio al encender un cigarrillo.** España.

Emol.com. (2014). **Incendio en hospital neuropsiquiátrico de Argentina deja dos muertos y 16 heridos.** Argentina.

[Icontec. \(2010\). Norma Técnica Colombiana 045 de 2010. Bogotá Colombia. \(2013\). Ley 1441 de 2013. Por la cual se definen los procedimientos y condiciones que deben cumplir los Prestadores de Servicios de Salud para habilitar los servicios.](#) Bogotá. Colombia

Marín J, Castro M. (2013). **Plan de emergencias Universidad del Quindío. Colombia: ARL Colmena.** Colombia

Marucci O. Muñiz K. (1999). **Seguridad contra incendio en Hospitales.** Vol. 17. N° 74. Buenos Aires.

Ministerio de trabajo y asuntos sociales de España. (1991). **NTP: 361. Planes de emergencia en lugares de pública concurrencia.** España

Leonoticias.com. (2008). **Evacuan un Hospital Londinense por un incendio.** Londres

La nación. (2014). **21 muertos en Surcorea por incendio en un Hospital.** Colombia.

Mafre. (s.p). **Guías de seguridad.** Colombia.

Noticias del mundo. (2014). **Hospital de Toledo recupera normalidad tras incendio. Noticias del mundo.** Colombia

Noticias el Mundo salud. (2007). **Un incendio ya controlado obliga a evacuar parte del hospital Miguel Servet de Zaragoza.** España

Organización de los Derechos Humanos. (1948). **Declaración Universal de los derechos humanos.** Ginebra.

PNUD. (s.p). **Plan Dptal de Gestión del Riesgo del Magdalena.** Santa Marta.

República de Colombia. Ministerio de salud. (1889). **Decreto 919 de 1989. Por medio de la cual se crea la dirección nacional para la prevención y atención de desastres.** Bogotá. Colombia

[Rosas F. \(2015\). Capacidad de Respuesta Hospitalaria Distrital en Bogotá ante un evento con múltiples víctimas. Universidad del Rosario. Bogotá.](#)

Servicio andaluz de salud. (2011). **Plan de actuación ante emergencias. Unidad de protección de riesgos laborales Versión 1.** Andaluz. España

Westen C. (s.p). **Análisis de peligro vulnerabilidad y Riesgo.** International Institute for Geo information Science and Earth Observation. Estados Unidos

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO COMPROMISO ASUMIDO POR EL SECTOR PÚBLICO EN VENEZUELA

Morillo, Leonardo
Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, URBE

RESUMEN

El objetivo del trabajo estuvo centrado en analizar la Responsabilidad Social como compromiso asumido por el sector público en Venezuela. El estudio fue de tipo documental con diseño bibliográfico, considerando como técnica de recolección de datos la técnica de la observación directa a fuentes documentales y artículos científicos sobre el objeto de estudio, tales como Aguilar, Sánchez, Saavedra, Guerra, normas legales, entre otros. Concluyéndose que la responsabilidad social es una herramienta amparada ante una obligación legal, pretendiendo contribuir en la solución de muchos problemas presentes en las comunidades, sin que para ello sea necesaria la intervención directa del estado, sin embargo, es importante que por medio de las contralorías sociales y el aporte de las unidades de control interno fungir como garantes del cumplimiento del fin para el cual fue instaurado el compromiso de responsabilidad social a ser asumido por los órganos y entes centralizados y descentralizados pertenecientes al sector público.

PALABRAS CLAVE: ética, comunidades, compromiso, instituciones públicas.

INTRODUCCIÓN

El interés por la responsabilidad social ha surgido no solo por numerosos organismos, gubernamentales y no gubernamentales sino por las empresas del sector privado; siendo concebida por todos como una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental hacia la sociedad; bien sea en sus trabajadores o a determinada comunidad.

En ese sentido, para la sociedad; la responsabilidad social es un compromiso voluntario que sólo incumbe a las personas jurídicas, incluyendo en ellas a organizaciones, entidades o instituciones tanto de orden privado tal y como como público (Aguilar 2011).

En los últimos años, la perspectiva de ayudar socialmente a la comunidad ha apuntado hacia a la preocupación por crear conciencia hacia la ética, para vivir en un entorno acorde a las necesidades de las personas; en Venezuela el sector público ha incorporado el enfoque de la responsabilidad social, dejando ver en sus misiones, la vinculación de prestar una ayuda a la sociedad.

A tales consideraciones, el objetivo del presente artículo es hacer un estudio de la importancia que tiene la responsabilidad social para las instituciones del sector público en Venezuela. Ante esta situación se hace necesario, desarrollar un análisis crítico y hermenéutico con el propósito de examinar los elementos inherentes de la gestión pública para el bienestar de la comunidad y su entorno; interpretando las consideraciones que abarca dicha estrategia gerencial, así como los efectos que

pueden resultar de su institucionalización y posible aplicación generalizada, en la construcción de un nuevo modelo de desarrollo basado en principios éticos.

UN APORTE SOBRE EL SIGNIFICADO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para dar inicio es importante citar lo que se entiende por responsabilidad social, en líneas generales se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones, públicas o privadas y las organizaciones sociales en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local o global (Fernández, 2009).

Cuando una empresa quiera ser competitiva en el futuro, no sólo puede pensar en conseguir beneficios, sino que además tendrá que hacer compatible su labor productiva con una política que actúe en beneficio del entorno en el que desarrolla su actividad, basándose en principios como el respeto a los derechos humanos, la mejora de las relaciones con la sociedad que le rodea y el respeto al medio ambiente (Saavedra, 2011).

A tales consideraciones, se infiere que éste enfoque social tiene como premisa el compromiso que se tiene hacia la sociedad o aun grupo específico de la población de brindar un ambiente en las condiciones humanamente aceptables, considerando para ello la articulación de diversos entes tanto del sector público como del privado para la consecución de políticas de acción que busquen el logro de beneficiar a las personas.

Convirtiéndose la responsabilidad social en un modelo de gestión tanto pública como privada que toma en consideración las implicaciones sociales y medioambientales de sus actuaciones, el interés por tal modelo ha sido puesto de manifiesto tanto por los numerosos estudios internacionales publicados hasta el momento, como por la pluralidad de normas, principios o recomendaciones que han sido elaboradas por organismos, gubernamentales y no gubernamentales, al objeto de poder delimitar los principios que rigen en ella y que delimitan a las empresas socialmente responsables (Mozas y Puentes, 2010).

Esta referencia permite, en el marco que las empresas tienen un comportamiento socialmente responsable, reflexionar acerca de la importancia de diseñar estrategias y establecer procedimientos internos de gestión considerando no sólo la dimensión económica de sus acciones, sino también la social y medioambiental. Es decir, la responsabilidad social reúne todas las decisiones empresariales aceptables y no vayan más allá de los intereses económicos, financieros y técnicos de las empresas.

Tales aseveraciones permiten analizar que la responsabilidad social es concebida por las empresas como un compromiso adquirido con el propósito de mejorar las condiciones sociales y económicas de la sociedad; acompañado de un medio ambiente adecuado a sus necesidades. Así mismo, las prácticas socialmente responsables llevan a las organizaciones a cumplir con estándares, políticas, normas y acciones. Ya no corresponden con un modelo de negocio que pretende validar a una empresa como un medio para la

generación de riqueza exclusivamente, puesto que estas prácticas socialmente responsables son compromisos voluntarios que asume la compañía. Estos son adecuados a los requerimientos de los distintos agentes económicos involucrados con la entidad, lo cual a su vez conduce a la generación de capital social (Medina, 2014).

Ahora bien, en las organizaciones, la responsabilidad social se concibe de diferentes maneras; las dos perspectivas más comunes son: puede partir de una actitud consciente y responsable que asumen las organizaciones hacia el bienestar común. Por otra parte, la responsabilidad social parte de un acto premeditado, es decir, las organizaciones persiguen beneficios económicos y adaptando la toma de decisiones en aras de satisfacer las metas personales de los propietarios o de los directivos empresariales, hasta el punto de aceptar que el crecimiento empresarial es producto de un conocimiento exhaustivo del entorno en el que opera la empresa y de las oportunidades de negocio que éste ofrece en cuanto al manejo y conservación del medio ambiente y el adecuado uso de los recursos naturales no renovables (Aguilera y Puerto, 2012).

En ese orden de ideas, se analiza que para la responsabilidad social las áreas de acción más comunes son: la protección del medio ambiente, educación, deporte y cultura, estas decisiones de acción social deben mirar como primeros beneficiarios a los trabajadores de la empresa, ya que estos como principales partes interesadas o públicos de la organización se destacan por su relevancia en la estrategia empresarial; seguidos de accionistas, clientes, comunidades, entre otros grupos de interés que la empresa defina, basada en su relación e impacto mutuo.

Toda organización es socialmente responsable cuando logra reunir los criterios necesarios para establecer un programa que permita beneficiar el ambiente de la comunidad donde se desarrolla, desarrollando ventajas competitivas evidentes, por acción y comunicación, para las personas generando con ello beneficios tangibles y útiles para el desarrollo social, económico, cultural de los grupos (Chirinos y col., 2012).

Al referirse al caso venezolano, la gestión gubernamental defiende una visión política de lo social, que se traduce a su vez en políticas de promoción de varias modalidades de organización productiva que incorporan el eje social en su razón de ser y objetivos (Guerra 2011).

Dentro de ese marco de ideas, en los últimos tiempos, se han generado políticas públicas con dimensión de responsabilidad social en países desarrollados para dar promoción a esta filosofía, entendiendo que puede favorecer las ventajas competitivas de las empresas en determinados mercados, encauzar sus actividades en mercados emergentes o en vías de desarrollo (Chumaceiro y col., 2013).

Es por ello que la responsabilidad social en el sector público es una herramienta de gestión cuyo objetivo es proporcionar el modo de desempeñar un papel relevante en el quehacer diario de los individuos; no sólo como generadora de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas.

El gobierno está al tanto de ello y aprovecha las expectativas que genera la responsabilidad social para obtener ventajas competitivas, tanto internamente como en el entorno donde se manejan.

De acuerdo a otro autor la responsabilidad social “es una visión de la gestión estratégica y de la ética corporativa, donde el cambio tecnológico, económico y cultural, han terminado por redefinir la relación que éstas tienen con sus públicos y con el entorno”. (Mellado, 2009).

Tal definición representa para toda institución el no limitar para administrar recursos económicos, técnicos y humanos, como ocurría hasta hace algunos años. Hoy, la creación y el desarrollo permanente de nuevos recursos se imponen como exigencias para la supervivencia económica. Al mismo tiempo, el sector público crea políticas orientadas en lo social que ayudan a la comunidad, con una capacidad de adaptación rápida, capaces de asimilar en poco tiempo nuevas ideas y transformarlas en beneficio de todos. En ese sentido, la responsabilidad social para con la comunidad es concebida a través de acciones caritativas genéricas relacionadas con causas o instituciones, en muchos casos, ajenas a la comunidad circunvecina (Sánchez, 2012).

LA ÉTICA COMO ELEMENTO DETERMINANTE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las organizaciones ya sean públicas o privadas deben actuar en base a principios éticos y armonizar sus intereses con esos principios para poder obtener reputación, confianza y posicionamiento, que hagan más humanos a las personas y generen el capital social necesario para hacer sustentable el desarrollo (Guédez, 2006).

Al mismo tiempo, dichas organizaciones deben poseer una responsabilidad ética, la cual delimitará la responsabilidad ética del modo más preciso posible y para llevar a cabo tal tarea se entrará en diálogo con la amplia literatura, que ha visto la luz al respecto del debate, de la responsabilidad empresarial tanto desde perspectivas éticas como empresariales y sociológicas en la disciplina de la ética empresarial (Sánchez, 2012).

A tales consideraciones, la ética bajo el punto de vista de la responsabilidad social podría ser percibida por las instituciones públicas como la interpretación de códigos moralmente aceptados por la sociedad para el beneficio del entorno en el cual se habita. Sin embargo, la ética va a depender más de las circunstancias y el escenario donde se presentan, para poder actuar de manera pertinente sin perjudicar a alguien.

Por ello se puede obtener que cualquier empresa sea pública o privada para decir que es socialmente responsable la misma cumple con un grupo de principios y normas relativas a la realidad que se vive a nivel social, ambiental, económico la cual se cimenta en valores y principios éticos que la ayuden a ser más productiva, a su vez, debe contar con políticas, normas y estrategias que ayudan positivamente donde el ciudadano se desarrolle plenamente de esta forma cumplirá de una forma

ética el practicar la responsabilidad social para con su entorno de forma voluntaria y con agrado, aun cuando existan normas relativas al tema.

Entre tanto, la ética también puede ser vista como el comportamiento ideal pre-establecido para el bien común de las personas, de no ser así podría ocasionar interpretaciones y ser considerada como no ética. Por lo tanto, no debe ser definida, solo debe ser percibida y asimilada de acuerdo a los valores que se construyan, ya sea de manera personal o colectiva. En ese orden de ideas, podría definirse la ética como la conciencia motivada entre los actores que gerencian la responsabilidad social con relación a las normas que deben cumplirse previamente a acuerdo y responsabilidades con el propósito de obtener logros que beneficien a toda una colectividad (Casilla, 2012).

Los valores éticos de los empresarios y los profesionales de un país, junto con otros actores sociales claves, son parte de sus recursos productivos. Si son a favor de la inversión, la honestidad, el progreso tecnológico y la inclusión social, serán verdaderos activos; si, en cambio, predomina la ganancia fácil y rápida, la corrupción y la falta de escrúpulos, bloquearán el desarrollo (Saavedra, 2011).

Es por ello que es importante fomentar la ética en los ciudadanos construyéndola como una forma de vida, y rechazando cualquier comportamiento o acto contrario, ya que generalmente la forma de comportarse se encuentra vinculada a la formación y la manera de desenvolverse dentro de la sociedad, las emociones y experiencias conjuntamente con las creencias del individuo, siendo esta cultura ética la que debe propiciar y cimentar en sus trabajadores cualquier empresa, según afirma (J. España, 2000).

Bajo esta perspectiva, la actuación ética debe reflejarse en todas las acciones de las instituciones públicas, en su quehacer diario, al igual que en todos los que la integran; llámense trabajadores o proveedores. De esta manera, se esperaría que la ética forme parte integral de toda organización y que su ejecución sea regulada a través de principios y políticas que incluya los valores de cada institución; que favorezca el respeto a las personas y a los derechos humanos, la protección al medio ambiente; el apoyo directo a la comunidad y la lucha en contra de la corrupción.

En ese sentido, para las instituciones públicas es de su competencia bajo el enfoque de la ética generar nuevas oportunidades de empleo a través de su expansión e inversión; provisión de bienes y servicios valiosos para la sociedad; utilidades económicas que el estado puede gravar y con el producto de esos impuestos mantener a los empleados públicos trabajando, desarrollar la infraestructura, el capital humano, proveer servicios de salud, seguridad social y otros necesarios para mejorar el desarrollo nacional (Saavedra, 2011).

DE QUÉ MANERA EL SECTOR PÚBLICO EN VENEZUELA HA FOMENTADO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

El estado, por su parte, y en cumplimiento de sus deberes constitucionales, tiene en lo social un compromiso importante, especialmente por la visión o los rasgos del proyecto político de quien ejerce el gobierno en Venezuela. Ese proyecto, y su visión o concepción de lo social, se traslada por igual a las nuevas organizaciones empresariales creadas en el ámbito de la administración pública (Guerra, 2011).

Por lo tanto, la responsabilidad social para el sector público venezolano es igual que en el sector privado la ha concebido como una herramienta de gestión empleada por el estado dado la importancia que tiene en el día a día de las personas, no sólo como generadora de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades donde se encuentra inserta.

En este orden de ideas, y en virtud que la responsabilidad social de alguna manera brinda ventajas para una gestión transparente del estado, propiciando inclusive dentro de los cambios culturales, tecnológicos y sociales el favorecer una nueva definición sobre la relación existente entre población y entorno lo cual llevado al sector público y de acuerdo a la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela vigente desde el año 1999 quien plantea al momento de estarse realizando la distribución de los recursos por parte del estado este a su vez debe atender las necesidades de sus habitantes.

Gracias a la sociedad civil es que el estado tiene su poder y una de las maneras de fomentar el cumplimiento de la responsabilidad social es que el pueblo cumpla con su rol de reforzar y apoyar al estado en el cumplimiento de generar políticas que protejan a las comunidades así como su control social. Es por ello que dentro de las políticas públicas de promoción de responsabilidad social, se señala la formalización de políticas y adopción de sistemas de gestión, por parte de las empresas en tres áreas de importancia; como lo son: lo económico, social y medioambiental, siendo promovidas por organizaciones internacionales e iniciativas nacionales (Chumaceiro y col., 2013).

En ese sentido, se han generado bienes y servicios que satisfagan las necesidades básicas de las comunidades y su entorno orientadas a la alimentación, vestimenta, vivienda, educación y salud con el propósito de proveer de insumos a los eslabones subsecuentes de la cadena productiva de los diferentes sub sectores de la agroindustria y abastecer las redes públicas de distribución de alimentos a través de Mercal y Pdval (Guerra, 2011).

Por otra parte, uno de los modelos de organización popular promovidos por el gobierno de Hugo Chávez, es el de los Consejos Comunales, en el continuo proceso de ensayo de fórmulas para estimular la participación de las comunidades en la resolución de sus problemas, y en la identificación de necesidades específicas en áreas de servicios públicos en esos espacios que pudieran denominarse como micro-locales, aprobados según la "Ley Orgánica de los Consejos Comunales", en la Gaceta Oficial N° 39.335, del 28-12- 2009.

Continuando, en la Ley de Contrataciones Públicas, Gaceta Oficial Extraordinaria No. 6.154 de fecha 19 de Noviembre de 2.014, se enmarca el compromiso de responsabilidad Social de las empresas que presten servicios al estado (art. 6, numeral 24) en concordancia con el aún vigente Reglamento de la Ley de Contrataciones Públicas, Gaceta Oficial No. 39.181 del 19 de Mayo de 2009. donde todos aquellos acuerdos que los oferentes establecen en su oferta, para la atención de por lo menos una de las demandas sociales relacionadas con: La ejecución de proyectos de desarrollo socio comunitario, la creación de nuevos empleos permanentes, formación socio productiva de integrantes de la comunidad, venta de bienes a precios solidarios o al costo, aportes en dinero o especies a programas sociales determinados por el estado o a instituciones sin fines de lucro; y cualquier otro que satisfaga las necesidades prioritarias del entorno social del órgano o ente contratante.

A su vez, el estado más allá de asignar recursos para los programas sociales, debe fomentar en el venezolano mediante la participación ciudadana y el sistema nacional de control fiscal trabajen mancomunadamente a través de la creación de las oficinas de atención al ciudadano donde se plantea establecer una formación educativa en cuanto a la creación de principios y valores éticos fundamentales acerca de lo que es la vigilancia y control social. A su vez el estado venezolano exige a los organismos públicos incluir dentro de su Plan Operativo Anual (POA) acciones dirigidas a las comunidades donde se deben dictar charlas, realizar talleres, entre otros, con la participación de los consejos comunales. Como ejemplo se cita el cuerpo de bomberos de la ciudad de Maracaibo, donde en su POA se encuentra el realizar actividades educativas de protección del medio ambiente, y las mismas son ejecutadas.

Conclusiones

Para concluir se ha observado que a nivel político el estado ha realizado acciones para fomentar en la ciudadanía en general el compromiso de actuar socialmente responsable, es por ello que se encuentra inmersa la responsabilidad social en la carta magna como una obligación legal y ética creada dentro del marco del modelo productivo socialista, que determina el compromiso de responsabilidad social de quienes contraten con el estado para con las comunidades. Debido a que el mismo debe retribuirse a las comunidades, bien en dinero, especie, bienes, obras, alimentos a precios solidarios, fuentes de empleo a los fines de disminuir la pobreza, elevar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades.

Se puede decir que la responsabilidad social al ser considerada como una herramienta amparada ante una obligación legal estipulada por el estado y con la que pretende contribuir en la solución de muchos problemas presentes en las comunidades, sin que para ello sea necesaria la intervención directa del estado, a su vez ha dado las herramientas para que los ciudadanos tengan un portavoz a través de las oficinas de atención al ciudadano de sus inquietudes, igualmente, mediante la creación o reformulación de instrumentos legales donde se indica que todas las personas son garantes del cumplimiento del compromiso de responsabilidad social.

Es por ello que en el sector público venezolano la responsabilidad social juega un papel fundamental en cuanto al bienestar de las comunidades sin importar sexo, raza, condición social e ideología política o religiosa. Y gracias a su práctica socialmente responsable servirán de provecho para cubrir las necesidades sociales, considerándolo como un reto que persigue sea instaurado en las comunidades de manera que su práctica sea algo natural por parte de sus actuantes, donde resalte los valores sociales. Por su puesto, fomentando estrategias donde se motive al ciudadano a cuidar todo lo que los rodea, entre ellos: el ambiente, la salud, los recursos, la seguridad ciudadana, proyectos y demás beneficios para el bien común de los ciudadanos. Así mismo, es de resaltar el cumplimiento de la responsabilidad social de las empresas hacia las comunidades para las cuales presta servicios o se encuentran inmersas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar I. (2011), **Algunas consideraciones sobre la responsabilidad social empresarial**. Revista electrónica Civilizar de Empresa y Economía, Bogotá–Colombia Pág. (133-137).
- Aguilera A, Puerto D. (2012), **Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social**. Pensamiento & Gestión, Barranquilla- Colombia Pág. (1-26).
- Casilla D, Camacho H. (2012), **Evaluación de la responsabilidad social universitaria**. Opción, Maracaibo–Zulia Pág. (452-465).
- Chirinos M, Fernández L, Sánchez G. (2012), **Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables**, Razón y Palabra, México Pág. (118).
- Chumaceiro A, Hernández J, Yori L, Ziritt G. (2013), **Responsabilidad social empresarial y políticas públicas**. Revista de Ciencias Sociales LUZ, Maracaibo–Venezuela Pág. (309-321).
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1.999), Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de fecha 24 de marzo del 2000. Caracas-Venezuela
- Fernández, R. (2009), **Responsabilidad social corporativa**. Editorial Club Universitario, Caracas–Venezuela.
- Guédez, V. (2006), **Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial**. El Aporte de la Empresa al Capital Social. Primera Edición. Editorial Planeta Venezolana. Caracas- Venezuela
- Guerra A. (2011), **Lo social en la gestión empresarial pública y privada en Venezuela: una aproximación conceptual**. Compendium, Venezuela Pág. (43-59).
- España J. (2007). **La Ética, La Productividad y La Competitividad**, De Gerencia.com: http://www.degerencia.com/articulo/la_etica_la_productividad_y_la_competitividad.
- Ley Orgánica de los Consejos Comunales, (2009), Gaceta Oficial N° 39.335, del 28 12-2009. Caracas Venezuela
- Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y del Sistema Nacional de Control Fiscal (2010), Gaceta Oficial N° 6.013 Extraordinario del 23-12-10. Caracas - Venezuela.
- Ley de Contrataciones Públicas, (2014), Gaceta Oficial Extraordinaria No. 6.154 de fecha 19 de Noviembre de 2.014, Caracas- Venezuela
- Medina G., Severino P. (2014), **Responsabilidad Empresarial: Generación de capital social de las empresas**. Contabilidad y Negocios, edición Universidad BioBio. Concepción-Chile Pág. (63-72).

Mellado C. (2009), **Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas**. Revista de Ciencias Sociales de LUZ, Maracaibo- Venezuela. Pág. (24-33).

Mozas A, Puentes R. (2010), **La Responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas**. Revista de Estudios Cooperativos, Pág. (75-100).

Reglamento de la Ley de Contrataciones Públicas, (2009), Gaceta Oficial No. 39.181 del 19 de Mayo de 2009. Caracas-Venezuela

Saavedra, M. (2011), **La responsabilidad social empresarial y las finanzas**. Cuadernos de Administración, Ediciones Universidad de Cali-Colombia Pág. (39-54).

Sánchez I, Hernández G, Hernández V, Oliva, G. (2012), **Gestión ética y la responsabilidad social en las comunidades**. Ediciones LUZ Multiciencias, Maracaibo Venezuela, Pág. (186-190).

DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO EN LA EVOLUCIÓN DE LOS PROCESOS EN LAS EMPRESAS DE PRODUCCIÓN SOCIAL

Wilfrido Godoy

Universidad Popular del Cesar (UPC)

Ronald Prieto

ronaldprieto1@hotmail.com

Universidad Simón Bolívar

RESUMEN

El trabajo estuvo orientado en Identificar las dimensiones del emprendimiento en la evolución de los procesos en las empresas de producción social. Con el aporte teórico de Bastidas (2013), Fagiolo (2009), Hernández (2012), Jiménez (2010) Urbano y Toledano (2011), Blázquez (2009), Valverde, (2012), Pelekais (2014), Pucheu, (2004) entre otros. Bajo un enfoque positivista, un paradigma cuantitativo, de tipo analítica y un diseño no experimental, transeccional descriptivo y de campo. La población estuvo conformada por diez accionistas de empresas de producción social que prestan servicios a la industria petrolera. Fue utilizado un cuestionario autoadministrado de 90 reactivos con una escala de alternativas de respuesta tipo Likert. La media general quedó establecida en 4,06 que de acuerdo al baremo está dentro de la categoría de alto nivel. Lo que indica que en las organizaciones objeto de estudio, "Casi Siempre", identifican las dimensiones del emprendimiento que influyen en la evolución de los procesos. En conclusión, al Identificar las dimensiones del emprendimiento en la evolución de los procesos en las empresas de producción social, pudo comprobarse que efectivamente los encuestados en las organizaciones objeto de estudio, efectivamente identifican las dimensiones del emprendimiento que influyen en la evolución de sus procesos.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Efectividad, Gerencia de Procesos

ABORDAJE DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Para alcanzar la meta propuesta, es necesario fundamentarse en la efectividad en los procesos organizativos partiendo del emprendimiento, para Pucheu, (2004, p. 123), es el "grado en el que una organización logra los resultados que se esperan de ella", considerando este aporte, debe entonces relacionarse directamente con el capital humano, que es precisamente, quien lidera y gestiona ese quehacer en la organización y dimensionar este accionar permite abordar de una manera práctica este aspecto tan relevante en cualquier empresa, independientemente que sea pública o privada, utilizando para ello, las herramientas que hacen posible la identificación de estos procesos, como son el monitoreo, adaptación de nuevas prácticas, divulgación, entre otros.

Dentro del contexto planteado, los sistemas locales de empresas de producción social, juegan un papel relevante en los procesos de crecimiento y cambios estructurales en los territorios, dado que, impulsan la formación de externalidades y, por lo tanto, rendimientos crecientes y desarrollo económico. Además, las iniciativas locales se han convertido en una de las formas preferentes de las políticas de desarrollo actuales, fortaleciendo los factores de hechos técnicos, de organización social de los procesos económicos y estructurales del territorio al convertirse en organizaciones innovadoras para poder mantenerse en un entorno competitivo.

En razón de lo antes explicado, es importante decir que, las Empresas de Producción Social, en lo sucesivo (EPS), según Álvarez y Rodríguez (2008, p. 210) son " la célula fundamental de un nuevo tejido productivo que opera guiado por los principios de solidaridad, cooperación, complementación, reciprocidad y sustentabilidad." Estas, están orientadas a producir obras, bienes y servicios en las cuales el trabajo tiene significado propio y auténtico, por lo que, no debe existir discriminación en el trabajo, ni privilegios según la jerarquía, debe existir igualdad entre sus integrantes, basadas en una proyección recíproca y protagónica y de régimen de propiedad estatal o colectiva.

En correspondencia con lo planteado, señala Porter (2006, p. 56) que: "existe la convicción de que el sistema de producción no se puede considerar separadamente de las características locales y de los factores humanos que contribuyen a su realización." Esto refuerza el reconocimiento de que el sistema productivo y el mercado de trabajo son locales con tendencia a ubicarse en la misma zona geográfica.

Se presume con este concepto, poner énfasis en el elemento territorial del desarrollo industrial, dado que en áreas concretas se localizan fenómenos de relaciones interindustriales altamente densificadas, las cuales presentan oportunidades para un mayor desempeño en las empresas involucradas, como por ejemplo, las empresas de producción social. Estos planteamientos son reforzados por lo que expone Mas Herrera (2007), cuando señala, las empresas de producción social son: Entidades completas, cuya misión se fundamenta en la formulación e implementación de nuevas formas de producción social eficientes y eficaces, acompañadas de procesos de distribución de beneficios con justicia, equidad y

reciprocidad entre toda la comunidad que participe; a través de la utilización de técnicas propias y tecnología de vanguardia, en el contexto del socialismo bolivariano de Venezuela (p.18).

De allí que, las empresas de producción social, son entidades económicas dedicadas a la producción de bienes o servicios en las cuales el trabajo tiene significado propio, no alienado y auténtico, no existe discriminación social en el trabajo y de ningún tipo de trabajo, no existen privilegios en el trabajo asociados a la posición jerárquica, con igualdad sustantiva entre sus integrantes, basadas en una planificación participativa y protagónica y bajo régimen de propiedad estatal, propiedad colectiva o la combinación de ambas. Ahora bien, las estructuras de autoridad jerárquica, en general se usan para regular con normas el funcionamiento de las empresas y de las organizaciones, permitiendo a estas empresas operar con cierto nivel de efectividad en un ambiente de negocios relativamente estable, predecible.

Bajo este enfoque, la agilidad organizacional es un imperativo estratégico, ya que, a mayor autonomía, mayor agilidad, a mayor agilidad, mayor efectividad. Sin embargo, la agilidad en la toma de decisiones y en las acciones debe estar organizada de alguna manera. La idea es que se pueda organizar a través de un propósito compartido por las personas que integran la organización, con valores centrales compartidos, para que este propósito y estos valores estructuren y sean conducentes al logro empresarial.

BASAMENTO TEÓRICO

DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO

Según Cardona et al (2008) algunos autores han definido las características del emprendimiento (Formichella (2006), Kantis, (2002), Varela (2001), Shapero y Sokol (1982), entre otros. En el presente trabajo se retomarán los elementos que hacen referencia al emprendimiento trabajados por Bolaños (2006), y por Gartner (1989). Estos dos autores han coincidido en enunciar la importancia de características que se encuentran por fuera del individuo y que hacen referencia a factores externos en Bolaños y a la dimensión del entorno en Gartner. También resaltan la importancia de relacionar las características intrínsecas del individuo (factores internos o dimensión individuo) con las externas a él a partir del proceso que se lleva a cabo para emprender.

De acuerdo con Bolaños (2006, p.7), la decisión de emprender es un proceso interno que el emprendedor realiza en su mente. Este proceso se ve influenciado tanto por factores internos como por factores externos. Los factores externos están agrupados en los tres niveles económicos: macro, meso y micro. Dentro de la macroeconomía factor es como las regulaciones, impuestos, oportunidades y tratados de libre comercio podrían influir. En el nivel meso el tejido empresarial y el asociacionismo de la región juegan un papel fundamental. En el nivel micro, la facilidad de organizar la empresa y la facilidad de encontrar mano de obra y empleados competentes es vital.

Para efectos del presente estudio, las dimensiones de emprendimiento que según el autor influye en la evolución de los procesos organizativos son: la innovación, el entorno competitivo de la organización, la estrategia, la organización (estructura organizativa), alineación, compromiso con los resultados y eficacia; los mismos serán desarrollados desde diferentes perspectivas a continuación.

INNOVACIÓN

Si bien existen numerosas definiciones del término innovación, hay que tomar como referencia la propuesta por, Varela y Varela (2001, p.30), el cual la definieron como “la introducción en el mercado de un nuevo producto o proceso, que aportan elementos diferenciadores con los existentes hasta ese momento”.

Esta concepción global de la innovación se ha ido enriqueciendo con el tiempo y se le han añadido otros componentes específicos como son la capacidad creativa que permite encontrar soluciones originales a problemas concretos y la capacidad de anticiparse por parte de la organización para captar oportunidades de mercado antes que sus competidores.

No obstante, es de gran interés resaltar, lo dicho por González (2011, p.85), el hecho de que cuando se refiere a la innovación se está haciendo referencia expresa “a que estas capacidades se han orientado hacia la necesidad práctica de incorporar nuevos productos, procesos o servicios útiles en el mercado y no, por el contrario, a elaborar bienes y servicios con escasa o nula utilidad”.

Las innovaciones organizativas se refieren a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización. Éstos pueden ser, según Gaitan (1993, p.76) “cambios en las prácticas de la empresa, en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones exteriores de la empresa”. Las innovaciones implican la puesta en práctica de nuevos métodos de comercialización. Éstos pueden incluir cambios en el diseño y el envasado de los productos, en la promoción de los mismos, etc.

A la vista de esta última definición de innovación, una empresa puede hacer numerosos cambios, no sólo en sus tipos de productos o en el uso de los factores de la producción, sino también y en sus métodos de trabajo para mejorar su productividad y/o su rendimiento comercial. Llegado a este punto, conviene definir innovación como una mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa, es realizar grandes cambios organizacionales, productivos o tecnológicos en la propuesta que hace un negocio al mercado con el único fin de ser más eficientes.

Es preciso señalar según Prada (2002, p.87), que existe dos fines principales que tienen la innovación empresarial “el primero es la eficacia competitiva y el segundo se centra en aumentar el valor que persiguen los clientes”; con respecto a la eficacia la empresa debe generar cambios sustanciales en los procesos internos para que la organización sea mucho más competitiva; con respecto al valor que perciben los clientes la empresa debe trabajar en una reconversión del modelo de negocio donde la investigación y el desarrollo sean los pilares fundamentales para encontrar las mejores oportunidades.

ENTORNO COMPETITIVO EN LA ORGANIZACIÓN

Empresa y mercado son conceptos que van íntimamente relacionados. Conocer las estructuras competitivas del mercado es necesario, para comprender la actuación de la empresa, sus estrategias, tanto en cuanto a las transacciones con factores productivos contratados como con productos y servicios ofertados y vendidos.

Para que la empresa pueda desarrollar un entorno competitivo, según De Salas y otros (2010, p. 32) “es preciso analizar y evaluar el ambiente en todas y cada una de sus dimensiones (socio-cultural, económica, tecnológica y legal) a partir de la concreción de determinadas expectativas a corto, medio y largo plazo, única forma de que la empresa pueda plantear con un cierto rigor su competitividad o grado de competencia con otras empresas en el mercado en el que actúa”.

Es así como se presentan, factores del entorno que en general han venido en las últimas décadas siendo unos signos evidentes de un gran cambio en cada una de las dimensiones de los factores observados. Las características de los cambios, en los factores económicos tecnológicos, sociales y legales han ido definiendo esta época como, la era del cambio.

Dentro de las ideas de Barreiros (2007, p.201), el entorno se ha caracterizado por tres atributos fundamentales: la dinamicidad, que expresa la importancia de la velocidad de los cambios. (Comunicación); la biscontinuidad que es la forma en que los factores del entorno se vienen comportando estos últimos años, es decir, hay una falta de tendencias, por lo que es difícil definir una misma estabilidad o tendencia en un tiempo razonable; y la ambigüedad o formas equívocas en que se concretan las posibles soluciones o manifestaciones de los factores del entorno, añade nuevas fuentes de incertidumbre para los agentes económicos.

Estas características han impregnado a la mayoría de los factores del entorno, produciendo unos efectos en la empresa que vienen siendo conocidas por amenazas y oportunidades. Las amenazas (A), miden los impactos negativos sobre la empresa, es decir, representan las fuerzas que amenazan la seguridad y los objetivos de la empresa. Las oportunidades (O), son los efectos positivos, que de ser aprovechados, pueden generar oportunidades para crecer o para mejorar los resultados de la empresa.

El entorno competitivo de la organización, permitirá al emprendedor desarrollar otras dimensiones de acuerdo a su capacidad de manejar los diferentes factores que se involucran en los procesos organizativos, considerando las mejores estrategias para llevar a cabo el plan de acción, donde se contempla un entorno continuamente en evolución, dinámico, cambiante y globalizado.

ESTRATEGIAS

La estrategia empresarial es de gran importancia para cualquier empresa, ya sea pequeña, mediana o grande; cada una tendrá sus niveles gerenciales que ocupan sitúales estratégicos; pero además cada una tendrá que pensar la manera más idónea de aplicar estrategias de mercado que le permitan posicionarse y mantener un desarrollo sustentable y sostenible.

A efecto de García y Pumpim (2003, p.189), la estrategia corporativa “es la búsqueda deliberada por un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de un negocio y la multiplique”, en este sentido la estrategia dentro de un plan de acción implica determinar dónde está la empresa, adonde quiere llegar y cómo hará para llegar hasta allí.

La estrategia juega un papel vital en el campo de acción de una empresa, su complejidad he incertidumbre es fruto de la síntesis que realiza los elementos internos de la empresa y su entorno, los cuales despiertan un gran interés considerando que estos deciden el destino de la organización y que resultan sus mayores aciertos o fracasos.

A consideración de Tarziján (2014, p.165), la estrategia “es un proceso de reflexión y de decisión sobre los objetivos y acciones de la organización”, por ellos se considera, que no es más que una decisión sobre las metas, propósitos y plan de acción para prosperar en el entorno, luego de considerar un diagnóstico de la organización, los mercados y sus competidores.

Resulta evidente que la estrategia debe ajustar los medios a los objetivos, las acciones que se preparan no solamente son tareas necesarias, sino que además forman parte de programa mediante los cuales se crean capacidades de mejoramiento, esto requiere seleccionar unos mercados atractivos y conseguir una posición competitiva favorable a los mismos.

En tal sentido, Arroyo (2005, p.112), refiere que la estrategia “conlleva la decisión sobre tres aspectos; la selección de los clientes a los que se le va a servir, selección de la proposición de valor que se les proporcionara y selección de las capacidades que permitirán crear valor tanto a los clientes como a los inversionistas”. La estrategia implica entonces, elegir tomar decisiones y descartar otras asumiendo el compromiso de las capacidades necesarias para desarrollarlas.

En fin, la estrategia se concibe pensando durante un periodo de tiempo determinado, se desarrolla mediante un proceso formal cuyo resultado se plasma en un plan estratégico el cual sirve para comunicar dicha estrategias a otros niveles; la estrategia se convierte en una decisión transcendental porque crea capacidades y optimiza los procesos.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para, De la Salas y otros (2010, p.134) se entiende por estructuras organizacionales “como los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado”. Para seleccionar una estructura adecuada es necesario comprender que cada empresa es diferente, y puede adoptar la estructura organizacional que más se acomode a sus prioridades y necesidades.

Es importante considerar, que la organización ha incluido en muchas de las formas de la actividad humana, porque la mutua obediencia de los individuos, han fomentado una intensa actividad organizativa en la humanidad a través del tiempo. Sin embargo, el acto de organizar da como resultado una estructura, que puede considerarse como el marco de trabajo que retiene unidas las diversas funciones de acuerdo con un esquema, que sugiere orden y relaciones armoniosas, en otras palabras, una parte de importancia de la tarea de organizar es armonizar a un grupo de personalidades distintas.

Considera, Herrscher (2009, p.176), que la estructuras organizacionales “son las constituidas por una estatuto oficial para lograr objetivos determinados”, en ocasiones se le cita como una jerarquía de puestos; existen cuatro componentes básicos para las estructuras organizacionales: el trabajo, el cual es dividido; las personas que son asignadas y ejecutan el trabajo; el ambiente en el cual se ejecuta el trabajo y las relaciones entre las personas o las unidades.

Lo anterior se puede entenderlo mejor considerando, que el trabajo es demasiado para que lo ejecute una sola persona y debe dividirse para que sea ejecutado por varias, la distribución del trabajo requiere que éste sea dividido, y el deseo de lograr las ventajas de la especialización, sin dejar de mantener un sano equilibrio en la división para no crear un ambiente de insatisfacción en el trabajo.

Al mismo tiempo, Barreiros (2007), menciona que considera importante para la elaboración de estructuras organizacionales, “el análisis detallado de las relaciones organizacionales, pues estas son en sí, las que a través de manuales, se norman y se regulan para la consecución de los objetivos de la estructura”. El conocimiento de las relaciones puede dar al analista un panorama claro sobre el cual debe elaborar los manuales administrativos.

La tarea de entender a una organización es compleja por cuanto ella se desenvuelve en un mundo en el cual nada está quieto y hay incertidumbre. De otro lado, el líder organizacional es el piloto, requiere de instrumentos que en poco tiempo le informen sobre su organización y las condiciones del entorno; a efectos de llegar a su objetivo (alcanzar la visión, cumplir la misión y los objetivos; etc.).

Todo esto es posible, si se incorporan modelos sencillos que manejen fácilmente esa complejidad. Estos modelos ya existen, están probados, funcionan y sobre todo han sido diseñados para los tiempos actuales en los cuales las organizaciones están viviendo día a día transformaciones rodeada de incertidumbre. Está en manos de los emprendedores, la implantación y el mantenimiento de estos

modelos, y el análisis, interpretación y evaluación de los resultados que se desprendan de ellos.

ALINEACIÓN

Es necesario alinear la empresa o negocio con la estrategia para conseguir mayores beneficios. De acuerdo a red emprendedor (2014), la alineación facilita la movilización de los recursos y el sostenimiento de los procesos para la ejecución eficaz y eficiente de las estrategias, incrementa la flexibilidad y oportunidad para reaccionar ante cambios del entorno, fomenta el autocontrol, le permite funcionar con una estructura más plana y de menor costo, mejora el ambiente de trabajo, disminuye el riesgo de operar, consigue un servicio al cliente más uniforme y proyecta una imagen de confiabilidad en el mercado. Y todos estos elementos conllevan al éxito organizacional.

Por el contrario, una alineación deficiente suele producir interferencias en la formulación y ejecución de las estrategias, hace necesaria una estructura de supervisión, administrativa y de control más costosa y burocrática, ocasiona errores y desviaciones que generan reprocesos, mermas y mayores riesgos de operar, aumenta la rotación de personal y limita la posibilidad de ofrecer un servicio uniforme, limitación que proyecta al mercado

Compromiso con resultados

Es preciso considerar, en pocas palabras es hasta qué punto los empleados, pueden para contribuir a la organización a la que pertenecen, haciendo un mejor trabajo del que esta les exige. Según la óptica de Tarzijan (2014, p.202), el éxito de una organización “radica en el nivel de compromiso que tiene su capital humano para alcanzar los objetivos y cumplir sus tareas, trabajar en equipo, utilizar su creatividad y esfuerzo extra, así como en la internalización de los valores de la empresa en el quehacer diario”. Para generar un sentido de de compromiso en los empleados en función de mejores resultados, es necesario que se reconozca su valor como personas y el valor de su trabajo.

Ésta situación, es de mayor importancia en empleados con alguna dificultad sociales o personal, así como para aquellos que realizan tareas en apariencia "no tan importantes" para alcanzar los objetivos de la organización. Es por eso, Gómez y Garrido (2003, p.65), consideran que el compromiso con los resultados está en saber “que los empleados son base fundamental en esta dimensión organizacional, puesto que presentan altos niveles de dinamismo, participación y actitud en el cumplimiento de los objetivos”.

Por lo anterior, se considera que para que una organización genere ganancias y cumpla con sus objetivos, requiere de la colaboración y compromiso de la totalidad de las personas que laboran en ella, la vía para lograrlo, es tomando en cuenta sus necesidades, ya sean laborales o personales, valorar su trabajo y fomentar un ambiente y clima laboral positivo, sobre todo de aquellos que no se les reconoce frecuentemente.

El compromiso con los resultados, desde la perspectiva de García y Pumpin (2003, p.128), parte de que “los empleados son fundamentales para el buen desarrollo de cualquier negocio, para comprometerse con una empresa, necesitan compartir la mayoría de los valores que la organización propugna”. Esto tiene que ser así, de lo contrario se estaría en permanente conflicto con nuestro entorno empresarial y con nosotros mismos.

Por otro lado, si se quiere incrementar el compromiso de los empleados para con los resultados, las empresas tienen que ofrecer entornos coherentes entre lo que dicen y lo que hacen, donde sus posibilidades de realización personal y profesional sean mayores. Por ende, si se quiere incrementar el compromiso de los empleados, el camino no es muy diferente.

Por todo lo antes expuesto, Barreiros (2007, p.93), aporta que para que las empresas logren un compromiso con sus resultados “tienen que ser capaces de ofrecer a los empleados entornos coherentes, proyectos ilusionantes, medios para facilitar su implicación en las decisiones del negocio, formas de diferenciar la contribución de cada colaborador a los resultados de la empresa, diferentes vías de desarrollo profesional”. En definitiva, propiciar entornos de sana competitividad, ayudarles a que se conozcan mejor y sean conscientes de sus capacidades, para que puedan estar en el lugar de la empresa dónde más puedan aportar al negocio y donde, además, sus posibilidades de realización personal y profesional sean mayores.

Ahora bien, para que este compromiso sea mutuo, los empleados deberán ser conscientes de que además de todos los derechos anteriores, también tienen la obligación de aprovechar las oportunidades, de contribuir con resultados concretos a la mejora del negocio, de ser flexibles, innovadores, de ser buenos jugadores de equipo y de estar en disposición de entrar en una dinámica de aprendizaje continuo.

Pues exactamente igual se puede medir el compromiso en las empresas, a través del grado en que cada persona cumple con los objetivos que tiene asignados. Así lo sugiere, De las Salas y otros (2010), que ya no es suficiente con ir a trabajar y pasar horas en un puesto de trabajo, ahora se quiere que se valoren de manera individual, que se aprecie lo que los diferencia unos de otros y que se desarrolle y se retribuya por lo que cada uno contribuye, en definitiva, por nuestro mayor o menor grado de compromiso.

EFICACIA

En consideración de Sabés y Berón (2008, p.165), la eficacia es “la virtud o la capacidad de realizar algo de forma óptima”, es decir, todo intento o propósito que se lleva a cabo y logra hacerse efectivo. No debe confundirse con el término eficiencia, que refiere al uso de los medios (recursos y tiempo) de un modo racional para alcanzar dicho objetivo.

El término eficacia es utilizado en el campo empresarial para referirse al grado de consecución de ciertos objetivos propuestos gracias a una interpretación lo más correcta posible de una situación comercial.

Se entiende según Merlin (1997, p. 56) la eficacia empresarial “como la capacidad que posee una empresa para lograr con mucha rapidez, importantes resultados operativos que la coloquen en posición de alcanzar el éxito, tanto a corto, mediano y largo plazo”. Se puede establecer entonces que la eficacia, es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o desea la organización tras la realización de un plan de acción.

En consecuencia una empresa, puede ser calificada como excelente si es mejor que sus competidores en todos y cada uno de los procesos que involucran la eficacia empresarial, que según menciona Rojas (2012, p.54) el primero de estos, pueden ser definidos como “capacidad para elegir los objetivos correctos”, el segundo factor que va a determinar la eficacia consiste en “la planificación de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos”, el tercer factor que determina la eficacia empresarial consiste en la gestión de las acciones de mejoras planificadas es decir, “la capacidad de convertir los objetivos en resultados”, y por último un factor crucial que es “ la capacidad para convertir las mejoras logradas en resultados consolidados e irreversibles”.

En resumen, la eficacia empresarial consiste en una mayor capacidad en comparación con los competidores para gestionar sus procesos, desarrollando la habilidad para elegir los objetivos correctos, elaborar planes eficaces y coherentes, convertir los objetivos planificados en resultados y consolidar los resultados alcanzados de manera que sean inalterables.

RESULTADOS

La media general de esta dimensión quedó establecida en 4,06 que de acuerdo al baremo establecido en esta investigación como referencia, está dentro de la categoría de alto nivel. Lo que indica que en las organizaciones objeto de estudio, “Casi Siempre”, identifican las dimensiones del emprendimiento que influyen en la evolución de los procesos.

Estos resultados coinciden con Cardona et al (2008) y Bolaños (2006), cuando hacen referencia al entorno competitivo de la organización.

CONCLUSIONES

Al Identificar las dimensiones del emprendimiento en la evolución de los procesos en las empresas de producción social, pudo comprobarse que efectivamente los encuestados en las organizaciones objeto de estudio, efectivamente identifican las dimensiones del emprendimiento que influyen en la evolución de sus procesos casi siempre.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, A (2011) **Perspectiva y circunstancia en la toma de decisiones: El modelo de las 4 D en el mundo de las empresas.** Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial. P.p 93-105. Disponible en: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:LoPxsZ2kY0AJ:sibib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v14_n2/pdf/a12v14n2.pdf&cd=4&hl=es-419&ct=clnk&gl=ve&client=firefox-a. Consultado Enero 2015.
- Armstrong, W. (2003). **Perspectives on climate change: Science, Economics, Politics, Ethics.** Volume 5. Walter Sinnott Armstrong- Richard B. Howarth Editors.
- Azuaje, E. (2005). **Pensamiento Gerencial su desarrollo.** Universo Gerencial. Venezuela.
- Bracho, K. (2013) **“Emprendedurismo: Herramienta para la Innovación y la Competitividad”.** Memorias VII Jornadas nacionales y IV internacionales de investigación de la URBE. Maracaibo. Venezuela Disponible en: <http://www.urbe.edu/portal-biblioteca/basesdedatos-urbe/ponencia/>. Consulta realizada el 2/6/14, a las 10:52am
- Bolaños, R (2006). **Detonantes de emprendimiento. VIII Reunión de Economía Mundial.** Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. www.pyme.com.mx
- Cardona, M; Vera, L; Tabares, J (2008) **Las dimensiones del emprendimiento empresarial.** Cuadernos de investigación. Disponibles en: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernosinvestigacion/article/view/1274/1153>. Consultado Diciembre 2014.
- Challis, D., Samson, D. and Lawson, B. (2005) **Impact of technological, organizational and human resource investments on employee and manufacturing performance: Australian and New Zealand evidence Int.** J. Prod. Res., vol. 43, 1, 81-107.
- Chiavenato, I. (2000) **Introducción a la Teoría General de la Administración.** 5ta edición. Editorial McGraw Hill. Colombia.
- Chiavenato, I. (2005) **El Talento Humano.** Editorial McGraw Hill. Colombia.
- Chirinos, Y. (2013). **Emprendimiento Sostenible como Política de Estado.** Memorias VII Jornadas nacionales y IV internacionales de investigación de la URBE. Maracaibo. Venezuela Disponible en: <http://www.urbe.edu/portal-biblioteca/basesdedatos-urbe/ponencia/>. Consulta realizada el 2/6/14., a las 10:52am
- Dávila, D (2001). **Contabilidad de Costos. Un Enfoque Gerencial.** Editorial El Cronista
- FAO (2006) **Como estimar costos.** Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/008/a0323s/a0323s06.htm>, Consultado enero 2015.
- Frixone, J (2012) **Factores clave de éxito desde la óptica de los emprendedores de negocios.** I Foro del emprendedor. Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador. Disponible en: http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/FACTORES%20CLAVE%20NEOCIOS_1.pdf. Consultado el 2/06/14
- Fundación EPM. (2014). **Semilleros de emprendimiento.** Disponible en: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/Comunidadesvirtuales/Semilleros_Emprendimiento/Paginas/Article1.aspx. Consultado: 01/06/14
- Hisrich, R; Peters, M; Shepherd, D. (2005). **Entrepreneurship. Emprendedores.** 6ta edición. Editorial Mc Graw Hill. España.

Labarca, C. (2012). **Emprendimiento**: factor de desarrollo social del comercio justo en Venezuela. Memorias 2do. Congreso virtual internacional de ciencias gerenciales. Disponible en [http://www.urbe.edu/portal_biblioteca/basesdedatos-urbe/ponencia/Consulta realizada el 2/6/14., a las 10:52am](http://www.urbe.edu/portal_biblioteca/basesdedatos-urbe/ponencia/Consulta%20realizada%20el%202/6/14.%20a%20las%2010:52am).

Martínez Mígueles, Miguel (2008), **Conferencia sobre Pensamiento Sistémico del I Congreso de Psiconeurolingüística**. LUZ/IVEPSI. Maracaibo, Venezuela.2008.

Münch, L y García, J. (2006). **Fundamentos de Administración**. Editorial Trillas, S.A de C.V. México.

Münch, L y García, J. (2008). **Fundamentos de Administración**. Editorial Trillas, S.A de C.V. España.

Pelekais, C (2014). **Una mirada a las potencialidades humanas desde el emprendimiento organizacional**. Material mi meografiado. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo. Venezuela

Pelleicer, C; Álvarez, B y Torrejón, J (2013). **Aprender a emprender**. Cómo educar el talento emprendedor. Disponible en: <http://www.cise.es/wpcontent/uploads/Aprender-a-emprender-C%C3%B3mo-educar-el-talento-emprendedor.pdf>. Consultado enero 2015.

Reis, D; Leandro, A; Straub, A; Higashi, G; Tagliaferro, M. (2013). **Acciones y prácticas de gestión de empresas intraempendedoras**. Revista Espacios. Vol. 34. Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a13v34n12/13341218.html>. Consultado Diciembre 2014.

Robbins, S. (2005). **Administración**. 8va edición. Editorial Prentice Hall. México

Román, W, Pelekais, C y Pelekais, E. (2009). **Innovación en el proceso organizacional. Clave del éxito gerencial**. Revista COETUM, Vol 1, N°1. Maracaibo. Venezuela. Disponible en: <http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/242/605>

Ruiz Navarro, J; García Montesinos, C (2013) **El Fenómeno Emprendedor y La Convergencia Norte-Sur en Europa: evidencias del Observatorio GEM**. Revista de Economía Mundial, núm. 35, pp. 53-65 Sociedad de Economía Mundial Huelva, España

Schmerhorn, J. (2002). **Management**. 6ed. John Wiley & Sons Inc. USA.

Urbano, D y Toledano, N. (2008). **Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas**. Editorial UOC. Barcelona. España

Vargas, L (2005) **La identificación de potencialidades**. Conclusiones e instrumentos. Cuaderno No. 7. PNUD. Perú. Disponible en: <http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0172/Laidentificaciondepotencialidad.es.pdf>. Consultado abril 2015.

Vicens, L y Grullon, S (2011). **Innovación y emprendimiento**. Un modelo basado en el desarrollo emprendedor. Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36609920> Consultado Enero 2015