ISSN 2619 - 4554
Edición Mensual #67 - Agosto 2022

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos
Rectoría Santanderes

INTELLIGENTSIA

Revista Boletín Digital - Rectoría Santanderes, Rectoría Cundinamarca & Rectoría Sur



01

Una apuesta corporal. Experiencias de danza para el aprendizaje en la comunicación y el cuerpo

05

Factores que contribuyen a la innovación de productos y servicios en los hoteles mipymes de Bucaramanga

Harold de Jesús Castilla Devoz
Rector General UNIMINUTO

Stephanie Lavaux
Vicerrectora General Académica

Jairo Enrique Cortes Barrera
Rector Cundinamarca

Jorge Darío Higuera Berrio
Rector Santanderes

P. JAIME JOSÉ SALCEDO DÍAZ, cjm
Rector Sur

Tomás Durán Becerra
Dirección General de Investigaciones

Rocío del Pilar Montoya
Subdirectora Centro Editorial PCI

Juan Fernando Pacheco Duarte
Rector PCIS

Equipo Editorial

- Oscar Javier Zambrano Valdivieso
  Editor Rectoría Santanderes
- Ludy Yaneth Mendoza Sandoval
  Coeditora Rectoría Santanderes
- Aleidy Johanna Amorocho Gaona
  Coeditora Rectoría Sur
- Juan Gabriel Castañeda Polanco
  Coeditor Rectoría Cundinamarca
- José Daza Acosta
  Coeditor Rectoría Cundinamarca
- Diana Carolina Díaz Barbosa
  Coeditora Rectoría Cundinamarca
- Julián David Castañeda Muñoz
  Coeditor Rectoría Sur
- Sebastián Saenz Rodríguez
  Coeditor Rectoría Eje Cafetero

Comité Científico

- Frasim García González (México)
- Patricia Gutiérrez Ojeda (Colombia)
- Antonio Macías Rodríguez (España)
- Fernando Gómez Etchebarne (Uruguay)
- Carlos Arturo Tamayo Sánchez (Canadá)
- Carlos Tulio Medeiros (Brasil)
- Ma. Guadalupe Serrano Torre (México)
- Elizabeth Rangel Daza (Colombia)
- Dra. Lucy Thamara Useche Cogollo/Venezuela
- Dr. Pablo Lleral Lara Calderón - Venezuela
- Dra. Jane de lourdes Toro Toro - Ecuador
- Dr. Felipe Ángel Álvarez Salgado - México
- Dr. Osbaldo Saucedo Arguello - Paraguay
- Dra. Doris Hernández Dukova - Bulgaria
- Mario Ali Rodríguez Sandoval - Costa Rica

David Mauricio Mejía Chávarro
Diseño y Diagramación

ISSN 2619 - 4554

01 Una apuesta corporal.
Experiencias de danza para el aprendizaje en la comunicación y el cuerpo

05 Factores que contribuyen a la innovación de productos y servicios en los hoteles mipymes de Bucaramanga

17 Dinámicas empresariales y estructura productiva de mipymes en el desarrollo territorial de Chinchiná - Caldas 2017-2021

22 Factores socioeconómicos y dificultades de aprendizaje en integrantes del proyecto plan padrino

27 Clima organizacional en tiempos de pandemia: Reflexión en torno al teletrabajo

34 Reflexiones acerca de la responsabilidad social empresarial y los aspectos a tener en cuenta para su implementación

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos
Rectoría Santanderes

INTELLIGENTSIA

UNA APUESTA CORPORAL. EXPERIENCIAS DE DANZA PARA EL APRENDIZAJE EN LA COMUNICACIÓN Y EL CUERPO



RESUMEN

¿Es posible provocar un aprendizaje significativo a través de la expresión corporal en los escenarios académicos tradicionales? La utilización del lenguaje no verbal, específicamente de la expresión corporal puede constituirse en una forma de aprendizaje lúdico que contribuye al análisis y al abordaje de temas tales como el papel del deporte en una sociedad determinada, en un momento histórico particular, su relación con la democracia y las diversas dinámicas comunicativas que se suscitan en torno a éste.

El presente trabajo presenta una experiencia lúdico pedagógica que puede contribuir a la implementación de este tipo de prácticas reflexivas vinculadas a temas de relevancia teórica práctica.

PALABRAS CLAVE

Cuerpo, lenguaje, expresión, danza, pedagogía.

>>

<<

ABSTRACT

Is it possible to provoke meaningful learning through corporal expression in traditional academic spaces? The use of non-verbal language, specifically body language, can become a form of playful learning that contributes to the analysis and approach of issues such as the role of sport in a specific society, in a particular historical moment, its regarding with democracy and the various communicative dynamics that arise around it.

The present work presents a playful pedagogical experience that can contribute to the implementation of this type of reflection practices linked to topics of practical theoretical relevance.

KEYWORDS

Body, language, expression, dance, pedagogy.

INTRODUCCIÓN

En los procesos comunicativos, el mensaje está integrado en un 93% por la comunicación no verbal y la expresión verbal un 7% (Capacitarte. S. F.), lo cual constata el papel preponderante de la expresión corporal en las dinámicas de intercambio de sentido, especialmente entre seres humanos, sin omitir los procesos comunicativos tan complejos que se suscitan entre el humano y otras especies.

De esta manera, analizar la expresión corporal implica abordarla desde el visor de los parámetros sociales que hemos elaborado para poner en escena las múltiples opciones de expresión que brinda el lenguaje, tales como el contacto visual, la postura, el contacto físico, la sonrisa, el tono de voz, etc., aspectos que requieren estudiarse teniendo en cuenta el contexto cultural en el cual se suscitan, pues existen culturas donde los códigos sociales generan interpretaciones diversas e incluso opuestas de una misma expresión, por ejemplo en el caso del contacto visual; para la cultura occidental mirar a los ojos mientras se está hablando es interpretado positivamente, como parte de prestar atención al emisor y a su vez, al interlocutor, sin embargo, en el caso de algunas culturas isleñas de Colombia, mirar a los ojos durante una conversación puede ser intimidante y molesto, pues estas personas están acostumbradas a mantener una mirada de 360 grados debido a su fuente de sustento: la pesca en el mar, de tal forma que esta práctica los obliga a permanecer alertas a todo aquello que sucede en su entorno.

DESARROLLO

Analizar la expresión corporal como una práctica de intervención que permite encontrar un lenguaje propio mediante el estudio y la profundización del empleo del cuerpo conlleva diversos aspectos. Esto entendiendo la expresión corporal EC, como la define la investigadora argentina Patricia Stokoe, quien afirma que la EC supone tomar conciencia del propio esquema corporal, lograr su progresiva sensibilización y aprender a utilizar el cuerpo plenamente para lograr la exteriorización de ideas y sentimientos (Stokoe, 1994; Stokoe & Schächter, 1994). Así, para Stokoe la EC es una danza personal, su propia danza, única, subjetiva, cargada de emociones, de formas de estar, sentir, ser desde el propio cuerpo y en relación con los demás. (Kalmar, 2006).

De esta forma, el sujeto además de hacer uso de la comunicación corporal en su cotidianidad, la puede aprender a utilizar mejor trabajando habilidades que le posibilitan enriquecer su expresividad, creatividad y sensibilidad estética. La academia se constituye en un espacio idóneo para dicho fortalecimiento de competencias comunicativas, pues además del roce social que se da en espacios compartidos, la existencia de asignaturas relacionadas con el lenguaje, de espacios académico culturales, y en general, el desarrollo de actividades que implican la dimensión lúdica como aprendizaje significativo se constituyen en escenarios que permiten poner en función la expresión corporal con sus diversas particularidades. Estas dinámicas tienen en sí mismas significado y aplicación, pero pueden ser además un escalón básico para acceder a otras manifestaciones corpóreo -expresivas más tecnificadas.

Como se menciona en el artículo: Expresión corporal. Una práctica de intervención que permite encontrar un lenguaje propio mediante el estudio y la profundización del empleo del cuerpo, “Utilizar la EC como una herramienta formativa permite al educador desarrollar en el practicante una serie de competencias, tales como: (1) comunicarse de una forma no verbal expresando ideas, sentimientos y emociones a través del lenguaje corporal; (2) socializarse y establecer relaciones positivas con los miembros de un grupo; (3) trabajar en equipo; (4) desarrollar la capacidad creativa; (5) reconocer elementos históricos, culturales, sociales y artísticos asociados a la EC; (6) disfrutar del movimiento mismo como una forma de evasión y de liberación de tensiones”. (García, I., 2013)

De tal manera que la práctica corporal no solo implica poner a actuar el cuerpo, sino que conlleva el involucramiento de la persona de forma integral, además de que necesariamente se generan interacciones que posibilitan la comunicación entre los sujetos y se promueve una metodología lúdica y vivencial con resultados significativos en los participantes.

>>

En este sentido, parte de las actividades realizadas durante la Semana de la comunicación de UNIMINUTO Zipaquirá 2022, la constituyó el baile, a través de una puesta en escena llamada FlashMobe, cuya palabra viene de los términos flash (destello) y mob (multitud). Se trata de un encuentro grupal y fugaz que realiza una puesta en público para irrumpir en un momento determinado, sorprendiendo a una audiencia pasiva y/o inadvertida. Durante el suceso mencionado, estas coreografías, especialmente de tipo folklórico, se hicieron también con movimientos y planimetrías de rock and roll, rock-pop y música urbana, lo cual contribuyó a consolidar este evento como un espacio de intercambio académico, cultural, artístico y demás.

El tema central del evento fue: "fútbol, democracia y comunicación", por lo cual varias de las piezas musicales y de los escenarios de los bailes estuvieron relacionados con estos aspectos, especialmente para enfatizar en el reconocimiento del folclor colombiano, en la pasión por el deporte y lo que el fútbol representa para el país, todo esto en un contexto coyuntural de elecciones presidenciales en Colombia.

Es de resaltar que el fenómeno FlashMobe, comenzó con la publicación del libro "The Next Social Revolution", de Howard Rheingold, en el año 2002 en Estados Unidos, donde el autor plasmó que la gente usaría las tecnologías de comunicación como redes sociales y sitios web para hacer las convocatorias y hacer las coreografías de modo que pudieran sorprender a sus públicos (Así se baila. S.F.). Ha sido tan fuerte e impactante el auge de estos performances, que ha servido como estrategia comunicativa, de marketing y publicidad y como estrategia de campañas políticas en el mundo.

Por otra parte, de acuerdo con los investigadores Alejandro Villanueva y Andrés Briceño, la devoción por el fútbol en Colombia "tiene que ver más con la débil tradición identitaria del país y la construcción del proyecto nación colombiano melancólico y decepcionante que con su verdadera pasión con el deporte". (Sarmiento D., 2018). Así mismo, este deporte tiene una cercanía muy profunda con lo popular, es decir, la acogida por parte de las masas, lo cual "desde sus inicios, y a lo largo de la historia ha hecho que este deporte sirva como un catalizador de tensiones políticas y de identidad en Colombia y, por supuesto, en varios lugares del mundo". (Sarmiento D., 2018).

De tal forma, que incluso el uso de camisetas de los equipos de fútbol, en especial la de la selección Colombia durante los días del evento se convirtió en un símbolo de representación de lo constitutivo del colombiano pasando por sus dinámicas sociales, culturales, políticas y demás.

Por consiguiente, estas presentaciones artísticas fomentaron la integración entre estudiantes de diversos programas y semestres, la utilización del juego como manifestación de ideas desde una perspectiva crítica, la generación de confianza y trabajo en equipo, la producción de piezas artísticas llenas de simbología y emotividad, las cuales se seguirán presentando en otros espacios. Así mismo, se percibió la desinhibición de algunos estudiantes muy tímidos, quienes descubrieron sus propios dotes para el baile, el canto y las muchas posibilidades de aportar desde su creatividad y corporeidad.

DISEÑO METODOLÓGICO

Para la realización de los performances se realizaron convocatorias de participación para invitar a los estudiantes, así se formaron tres grupos de acuerdo a la disponibilidad horaria.

Posteriormente, se realizaron ensayos, en donde se abordaron los temas del evento, y a partir del debate, y la puesta en común, se definieron las presentaciones incluyendo, bailes, música, vestuario, elementos del escenario, etc.

Estas planeaciones se realizaron teniendo en cuenta elementos tales como la esencia de los performances, la planimetría en la danza y la inteligencia de los movimientos, especialmente orientada hacia la implementación de movimientos repetitivos que se van memorizando y se repiten de forma más natural.

DISCUSIÓN

Esta experiencia propició la integración de estudiantes de diversos programas académicos y semestres, lo cual generó una puesta en común de ideas y conceptos sobre política y otros temas, específicamente a partir de la exteriorización de sentires, se manifestaron inconformidades, tristezas, dolencias, esperanzas, deseos, etc., en relación con las acciones de tipo político en el país, la situación medioambiental del mundo, etc.

De tal forma, que la utilización de la Expresión corporal como herramienta metodológica propicia los ejercicios multidisciplinares en cuanto a saberes de tipo académico, pero también de lo cotidiano, de lo popular. Es evidente que la generación de estos espacios genera discusión al interior de los grupos participantes al mismo tiempo que interpela a las diversas audiencias que se ven involucradas en las intervenciones artísticas.

CONCLUSIONES

La Expresión Corporal, EC, hace parte de los contenidos abordados por las escuelas, sin embargo, la implementación de esta disciplina en la educación formal sigue siendo precaria pues el desconocimiento de los alcances y aportes a la formación de los profesionales hace que se le relegue y se desaproveche las diversas posibilidades de la expresión no verbal como herramienta formativa del desarrollo integral del sujeto.

Esto, reconociendo que, "utilizar el cuerpo, no es solo hacerlo desde su capacidad de movimiento (desde una perspectiva motriz) sino también desde su capacidad expresiva, creativa y estética". (García, I., Raquel O. y África L. 2013).

La intención es que no solo los profesionales de la actividad física y el deporte, sino que los formadores de las diversas disciplinas aprendan a enseñar por medio de la EC con la claridad de que además de fomentar el estudio del propio cuerpo se explora en la capacidad inventiva, estética e interpersonal de los sujetos. ". El abanico de posibilidades es infinito. Lo más importante es descubrir el potencial de la EC para el desarrollo integral de la persona y afrontar el trabajo para que sea lo más significativo y enriquecedor posible. (García, I., Raquel O. y África L. 2013).

La finalidad de esta reflexión es que cada educador pueda implementar las posibles actividades expresivas a las necesidades educativas, formativas y recreativas de sus clases y espacios de formación.

Referencias bibliográficas

Capacitarte. (S. F.). Comunicación, Publicidad y Periodismo El cuerpo: una herramienta de la comunicación. Recuperado de: https://www.capacitarte.org/blog/nota/blog-el-cuerpo-una-herramienta-de-la-comunicacion
García, I., Raquel O. y África L. (2013). Expresión corporal. Una práctica de intervención que permite encontrar un lenguaje propio mediante el estudio y la profundización del empleo del cuerpo Body expression. A practice of intervention that allows to find individual language with study of the body. RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación. ISSN: 1579-1726. Redalyc. Murcia, España
Sarmiento D. (2018). ¿Por qué el fútbol tiene más seguidores en Colombia que los demás deportes? Señal Colombia. Recuperado de: https://www.senalcolombia.tv/documental/por-que-el-futbol-tiene-mas-seguidores-en-colombia-que-los-demas-deportes
Así se baila. (S.F.) Blog. Recuperado de: https://asisebaila.com/flashmob-que-es-y-como-se-hace/

FICHA TÉCNICA
NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio y análisis de las representaciones sociales de la elaboración de la identidad social y cultural por medio de memes compartidos en medios digitales de jóvenes universitarios de UNIMINUTO Zipaquirá
PALABRAS CLAVE: Lenguaje, corporeidad, expresión, danza, multidisciplinario
PROGRAMA ACADEMICO: Comunicación social – Tecnología en comunicación gráfica
GRUPO DE INVESTIGACIÓN: Conocimiento en contexto, CONENCO
SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN: Mariposa multicolor: mujer, nuevas masculinidades y narrativas transmedia
LINEA DE INVESTIGACIÓN: Comunicación en contexto y Transformación social y/o política en contexto
SUBLINEA DE INVESTIGACIÓN: Comunicación participativa
LIDER DEL PROYECTO: Andrea Constanza Tíjaro Diaz
TIPO DE ARTICULO: Informativo, divulgativo
CORREO ELECTRONICO: andrea.tijaro@uniminuto.edu
INVESTIGADORES: Andrea Constanza Tíjaro Diaz y Dioda Aydee Gamboa Villate
CORREO ELECTRONICO: dioda.gamboa@uniminuto.edu

ISSN 2619 - 4554



FACTORES QUE CONTRIBUYEN A LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LOS HOTELES MIPYMES DE BUCARAMANGA

Félix Gámez-Toloza
Carolina Monsalve-Castro

RESUMEN

Esta investigación tiene como propósito determinar los factores que contribuyen a la innovación de productos y servicios en los hoteles Mipymes de Bucaramanga. Para realizar este estudio se diseña una metodología mixta, compuesta en una primera etapa por la revisión de literatura, así como la realización de una entrevista semiestructurada a expertos del sector hotelero de la ciudad de Bucaramanga, y en un segundo momento, con la aplicación de un cuestionario a los propietarios, gerentes y/o administradores de los hoteles Mipymes de la misma ciudad. Los hallazgos de la primera etapa se codifican a través del software Atlas Ti que contribuyen a la redacción de un instrumento tipo cuestionario compuesto por 17 ítems con escala de respuesta tipo Likert que permitió medir los factores de innovación. La muestra de hoteles participantes fue de 38 establecimientos que cuentan entre 20 y 70 habitaciones. La información recolectada se analiza en el software SPSS bajo la técnica de correlación de Spearman (Rho) con una significancia estadística de 0.05. Los resultados muestran que los principales factores que contribuyen a la innovación de productos y servicios en los hoteles de la ciudad de Bucaramanga son: capacidad de inversión, capacitación del talento humano, servicio al cliente y mercado.

PALABRAS CLAVE

Innovación, hoteles, productos, servicios, cliente, mercado.

INTRODUCCIÓN

Durante años las organizaciones han promovido diferentes procesos y actividades que les permita seguir manteniendo posiciones privilegiadas en el mercado. Es así como, la constante innovación de sus productos y servicios se ha convertido en ventaja competitiva sostenible que potencia las capacidades empresariales, además de ser un punto esencial para satisfacer las necesidades reales del mercado.

Los diferentes sectores económicos preocupados por la fuerte presión que ejerce un contexto globalizado han incluido dentro de sus organizaciones diversos mecanismos que promueven la innovación, a partir de los cuales se puedan obtener rendimientos esperados por la empresa, además de cumplir con las exigencias de un cliente que cada vez tiene más opciones para escoger.

<< En este sentido, el sector hotelero considerado uno de los más importantes (Padrón-Díaz, Palafox-Muñoz, y Vargas-Martínez, 2019), requiere de estudios que orienten el quehacer administrativo relacionado con los procesos de innovación que promuevan la creación de nuevos productos o servicios que generen impacto en la región donde operan.

Por ejemplo, en Europa se han llevado a cabo investigaciones al respecto como la presentada por Župerkienė, Župerka, y Austienė (2016), quienes determinaron los factores internos y externos que conducen a la innovación de los hoteles en Lituania. Así mismo, Ottenbacher y Gnoth (2005), identificaron los factores de éxito para la innovación de la hotelería en ciudades de Alemania. Por su parte, Orfila-Sintes y Mattsson (2009), desarrollaron y probaron un modelo del comportamiento de la innovación en la industria hotelera de las Islas Baleares – España.

En América Latina, algunos estudios se han realizado como el presentado por Padrón-Díaz et al. (2019), quienes hace una revisión de la literatura asociada con la relación entre la cultura organizacional y la innovación en el sector hotelero. Mientras en Colombia, se identificó la investigación llevada a cabo por Ferreira, Hernández y Alvarino (2016), en donde utilizaron el sistema de gestión de la innovación en el sector hotelero como una herramienta de mejoramiento continuo en este tipo de empresas.

Tomando en consideración, los argumentos expuestos anteriormente, se establece la importancia de seguir contribuyendo a la generación de conocimiento en este sector. Por tal motivo, se plantea como objetivo determinar los factores de innovación que inciden en el desarrollo de productos y/o servicios en los hoteles Mipymes de Bucaramanga. Esto como parte de lo señalado por López, Serrano, & Gómez (2011), quienes sostienen que se debe aportar a la investigación que relaciona la innovación con la hotelería debido a que su estudio ha sido escaso.

De esta manera, la metodología que se plantea es de corte mixto, ya que se ha considerado necesario contextualizar la innovación en el sector hotelero Mipyme de Bucaramanga a través de entrevistas semiestructuradas, y posterior al análisis de esos primeros resultados, se ha planteado el diseño de un cuestionario que ha permitido determinar los factores que influyen en el desarrollo de productos y servicios por medio de la técnica de correlación de Spearman.

En este sentido, los hallazgos de este proyecto buscan fortalecer la gestión empresarial de los hoteles, con el fin de contribuir en la creación de una oferta de productos y servicios atractivos para los visitantes, además de posicionar a la ciudad como un referente turístico nacional e internacional.

MARCO TEÓRICO

Innovación

El término innovación proviene del latín «innovatio» que significa «Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado», según la Real Academia Española (2021). El famoso economista Schumpeter se le reconoce como el creador de la teoría de la innovación (Padrón-Díaz et al. 2019) y fue pionero en relacionar la innovación con los ciclos económicos (citado por Cilleruelo, 2007).

No obstante, el concepto de innovación ha sido ofrecido por diversos autores de acuerdo con sus interpretaciones y/o uso empresarial. Por ejemplo, Freeman y Soete (1997) definieron la innovación como un aspecto clave para el progreso económico y la competitividad de empresas y naciones.

Otro autor que ha aportado conceptualmente a la innovación es Cilleruelo quien argumenta lo siguiente:

> «El resultado original exitoso aplicable a cualquier ámbito de la sociedad, que supone un salto cuántico no incremental, y es fruto de la ejecución de un proceso no determinista que comienza con una idea y evoluciona por diferentes estadios; generación de conocimiento, invención, industrialización y comercialización, y que está apoyado en un paradigma organizacional favorable, en el que la tecnología supone un papel preponderante, y el contexto social en el que se valora la inversión en creación de conocimiento una condición necesaria.» (Cilleruelo, 2007, p.94)

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE define la innovación como la «introducción de algo nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores» (OCDE, 2005, p.56), lo cual abarca de manera explícita la inclusión de este proceso en cualquier tipo de investigación.

Tipos de Innovación

Según el Manual de Oslo (OCDE, 2005) son cuatro los tipos de innovación que pueden darse dentro de las organizaciones. Estas son:

>>

<<

1. Innovación de producto

Se refiere al tipo de innovación que genera un nuevo bien o servicio, o lo mejora significativamente en cuanto a sus funcionalidades o caracteristicas. Para Miranda y Bañegil (citados por Hernández, Domínguez y Caballero, 2005), los nuevos productos constituyen la fórmula del éxito que debe complementarse con un conocimiento del mercado, el momento idóneo para el lanzamiento y la capacidad de ser aceptado por los clientes (Jiménez y Torrent, 2009).

2. Innovación de proceso

Constituyen cambios significativos en producción y distribución. Según Damian y Suárez–Barraza (2015) un proceso puede definirse como un conjunto de actividades conectadas que son capaces de transformar un elemento tangible e intangible. Para Hjalager (2002) la innovación en proceso contribuye a aumentar el rendimiento de las compañías cuando se combinan con tecnologías o se da un proceso de rediseño en el área de producción.

Innovación de organizacional: se refiere al diseño de nuevas propuestas de organización tanto en la gestión como en la organización de lugar de operación o en el relacionamiento externo de la compañía. Algunos estudios mencionan que factores como el entorno inciden en este tipo de innovación. Por ejemplo, Yamakawa y Ostos (2013) realizaron un estudio en una empresa de servicios en Perú donde pudieron identificar que el entorno incierto promueve la innovación técnica, mientras que un entorno denominado complejo incentiva a su vez la innovación relacionada con las actividades administrativas.

3. Innovación en mercadotecnia

Constituyen nuevos métodos para comercializar los bienes o servicio a partir de las características del producto u otros aspectos como promoción, distribución o precio. Para Jiménez & Azuela (2014), el éxito comercial que pueda tener un producto obedece a que a través de las técnicas de marketing se puedan superar las expectativas y necesidades que tiene el mercado.

Factores determinantes de la innovación en el sector hotelero

El estudio de revisión realizado por Padrón-Díaz et al. (2019) presenta claramente que la investigación en este contexto empresarial de la hotelería está direccionado hacia dos tipos de innovación: la innovación tecnologica y la innovación organizativa. En la primera, se aprecia como diferentes estudios se han orientado a estudiar las tecnologías de información (Castro & Zavarce, 2009) con el fin de contribuir en la exploración de nuevas propuestas de gestión como la inclusión de procesos automatizados que eviten el desgaste del colaborador en actividades consideradas como rutinarias (Garrigos, Palacios, & Narangajavana, 2008). Bajo esta misma línea, autores como Guevara, Aguayo, Caro & Gálvez (2000) sostienen que la incorporación de herramientas tecnológicas dentro del sector hotelero contribuye a mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes. A esto se le suma, lo analizado por Mellinas, Martínez & Bernal (2016) con respecto a las redes sociales, quienes concluyen que, aunque la mayoría de los hoteles no usan adecuadamente estos canales de comunicación, si que se puede evidenciar que el uso eficiente conlleva a que el establecimiento obtenga una mejor valoración del servicio por el usuario.

La segunda hace referencia a la innovación organizativa. Para Padrón-Díaz et al. (2019), este tipo de investigación ha sido muy escasa debido a la importancia que el sector le ha atribuido en mayor medida a los aportes relacionados con la tecnología. No obstante, autores como Martínez & Vargas (2013) se han dado a la tarea de contribuir en el análisis que existe entre el proceso de dirección estratégica, la innovación y los resultados de las organizaciones hoteleras en España. Así mismo, otros estudios como el de Pardal & Cardoso (2011) indagan en la relación que puede darse entre el rol de los gerentes y la innovación en los hoteles de alta calidad. Por otro lado, autores como López et al. (2011) analizaron factores internos y externos que impulsan la innovación y encontraron que algunos de ellos como empresa grande, membrecía, voluntad de cambio y marco burocrático presentan una relación significativa.

Por otro lado, Župerkienė, Župerka, & Austienė, (2016) sostienen que existen una serie de factores internos y externos que determinan la actividad innovadora en los hoteles. En la Tabla 1 se observan factores externos en los que se destaca el factor de marketing relacionado con la necesidad de reconocer el mercado para generar satisfacción con los productos y servicios.

También, se presenta el factor político legal en el que se vincula al gobierno en la promoción de normatividad que promueva y apoye la actividad innovadora en las organizaciones y el factor ecológico, el cual destaca los temas de sostenibilidad y preservación del medio ambiente como parte de los procesos de innovación que deben llevar a cabo las compañías y que, por tanto, impactan su operación.

>>

Tabla 1. Factores externos e internos que conducen a la innovación

Externos	
Político - legal	El papel del estado; varias leyes; coordinación y autogobierno; la actitud del estado hacia actividades innovadoras; situación política; sistema de impuestos
Económico	El valor agregado recursos humanos; la situación económica de la empresa; interno e internacional estado de cosas; costos de innovación; crecimiento de la competitividad; recursos naturales; capital recursos.
Social	Preferencias personales; valores de vida; tradiciones; situación demográfica.
Tecnológico	Conocimiento e información; capital intelectual; sistema de apoyo comercial; investigación y desarrollo; infraestructura de desarrollo.
Marketing	Posición competitiva; reconocimiento de mercado; la satisfacción del cliente.
Ecológico	Política de medio ambiente.
Internos	
Personal	Emprendimiento individual; motivación; calificaciones de los empleados; trabajo en equipo cooperación; movilidad de los trabajadores; obligaciones de los empleados.
Información	Divulgación de información.
Recursos	Fuentes de ideas; financiero; Conocimiento.
Cultura organizacional	Creatividad comportamiento de los empleados; los valores de la organización.

Fuente. Adaptada de Župerkienė, Župerka, & Austienė, (2016).

Con respecto a los factores internos como personal, hace referencia a la importancia que recae en la contratación de personas con un nivel de formación que generen ideas y contribuyan a generar una cultura innovadora a partir de su conocimiento y aprendizaje. También, se resalta el factor de recursos considerando la imperante necesidad de invertir financieramente para el desarrollo innovador de los hoteles, además de la adecuada asignación del talento humano a partir del conocimiento que se requiere en cada área.

Bajo esta misma corriente de los factores determinantes de la innovación en los hoteles, Ottenbacher y Gnoth (2005), llevaron a cabo un estudio en 184 hoteles donde lograron identificar nueve factores que incidían exitosamente en las innovaciones generadas (Tabla 2).

Tabla 2. Factores de éxito para la innovación de la hotelería

Ítem	Factor
1	Selección del mercado
2	Gestión estratégica de recursos humanos
3	Formación de empleados
4	Capacidad de respuesta del mercado
5	Empoderamiento
6	Evaluación basada en el comportamiento
7	Sinergia de marketing
8	Compromiso del empleado
9	Calidad tangible

Fuente. Adaptado de Ottenbacher y Gnoth (2005)

De acuerdo con lo expresado por Ottenbacher y Gnoth (2005), el factor de selección de mercados constituye un elemento crucial en el desarrollo de nuevos bienes y servicios y por supuesto, para la estrategia de innovación diseñada por la organización. Otro aspecto es el relacionado con la gestión estratégica del recurso humano, el cual hace mención de aspectos como estrategia de recursos humanos, formación, compromiso y empoderamiento, considerados relevantes en la generación de ventaja competitiva, creación de valor y aporte en el proceso innovador dentro de la organización.

Otro aporte identificado sobre los factores determinantes en la innovación de los hoteles fue el presentado por Orfila-Sintes y Mattsson (2009) quienes desarrollaron un estudio en la industria hotelera de las Islas Baleares – España, logrando concluir que el servicio de competencias del proveedor, las competencias del servicio al cliente y los impulsores del mercado inciden en los procesos de innovación de los hoteles de esta región. No obstante, los autores exponen cada factor con ciertos elementos que se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3. Factores determinantes de la innovación en hoteles

Factores determinantes	Variables
Competencias del proveedor de servicios	Tamaño. Uso de los activos. Servicios adicionales.
Competencias de los clientes	Motivo de viaje. Forma de reserva. Tablero.
Impulsores del mercado	Estrategia competitiva.

Fuente. Adaptada de Orfila-Sintes y Mattsson (2009)

Como se puede observar, la innovación en el sector de la hotelería constituye un aporte significativo a la gestión administrativa. Son diversos autores que se han dado a la tarea de registrar los factores que contribuyen a innovar en productos y servicios con el fin de fortalecer las capacidades de las organizaciones y, por consiguiente, de satisfacer a usuarios con diferentes expectativas en el servicio de hotelería.

METODOLOGÍA

1. Tipo de estudio

Esta investigación se desarrolló bajo una metodología mixta, apoyándose en el argumento de Hernández, Fernández y Baptista, (2010) quienes mencionan que la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio contribuyen a obtener una fotografía más completa de lo que se desea analizar. El alcance es de tipo descriptivo, con el fin de identificar los factores que promueven la innovación de productos y servicios de los hoteles, es decir, se mide los aspectos que caracterizan a un sector que para este caso es el de los hoteles Mipymes en Bucaramanga (Hernandez-Sampieri y Mendoza, 2018). El tipo de diseño es no experimental transversal, pues no se manipularon las variables de estudio y la información fue recogida en un solo momento del tiempo.

2. Participantes

Para el desarrollo de esta investigación se consideró la colaboración de dos tipos de participantes: (1) 3 expertos del sector hotelero conformado por empresarios y/o académicos que contribuya a reforzar lo hallado hasta el momento en la literatura y (2) propietarios, gerentes y/o administradores de los hoteles Mipymes de Bucaramanga. Para realizar la fase cualitativa se invitó a un gerente de hotel externo a la muestra de estudio, además del ejecutivo de proyectos de la Cámara de Comercio encargado del Clúster de turismo y a la vicepresidente de Cotelco con el objetivo de determinar los principales factores que se aplican al sector hotelero en Bucaramanga según lo encontrado en la literatura. Para llevar a cabo la fase cuantitativa, se tomó como unidad de medida a los gerentes de los hoteles Mipymes de Bucaramanga.

Para la selección de los hoteles, se adquirió en la Cámara de Comercio de Bucaramanga las bases de datos de los hoteles registrados al 2018. La selección de los establecimientos se ejecutó bajo el criterio del número de habitaciones, las cuales debían tener entre 20 y 70 habitaciones para participar en el estudio, tal como lo sugieren Orfila-Sintes, Crespí-Cladera, y Martínez-Ros (2005), quienes argumentan que el tamaño del hotel indica el nivel y la complejidad de los servicios que presta, lo cual representa en algunos casos la inclusión de factores que promuevan la innovación teniendo en cuenta los requerimientos y exigencias del mercado. En este sentido, la población del estudio quedó constituida por 75 hoteles, a los cuales se les invitó participar del estudio cong respuesta positiva de 38 hoteles, es decir, se obtuvo una participación del 51% de la población total de hoteles Mipymes de Bucaramanga.

>>

<<

3. Materiales e instrumentos

En la etapa cualitativa se diseñó una guía de 15 preguntas (anexo I Preguntas de la entrevista) para orientar la entrevista semiestructurada tomando como referencia algunos aspectos clave de la literatura revisada sobre innovación. Esta técnica de investigación cualitativa como lo sostiene Hernandez-Sampieri y Mendoza (2018) busca el intercambio de información en un ambiente natural con el fin de extraer conceptos y percepciones de los participantes en el contexto empresarial estudiado. Posteriormente, en la etapa cuantitativa se diseñó un instrumento tipo cuestionario con los 17 factores de innovación (Tabla 4), provenientes del análisis cualitativo de las entrevistas llevadas a cabo con los expertos. Estos factores fueron diferenciación, cliente objetivo, normativas o políticas del gobierno, tamaño del hotel, capacidad de inversión, perfil del administrador, perfil del cargo, capacitación, tiempo, cultura organizacional, servicio al cliente, infraestructura, tecnología, mercadeo, medio ambiente, responsabilidad social empresarial y rentabilidad.

Tabla 4. Factores de innovación

No.	Ítem
1	**Diferenciación:** Aspectos que lo hace diferente a la competencia (producto o servicios)
2	**Cliente objetivo:** Nicho de mercado al cual se dirige la estrategia de la empresa
3	**Normativas o políticas del Gobierno**: Incentivos o restricciones para la actividad innovadora en el país.
4	**Tamaño del Hotel:** Número de habitaciones ofrecidas por el establecimiento.
5	**Capacidad de inversión:** Flujo de dinero destinado a una actividad de la cual se espera un beneficio futuro.
6	**Perfil del Administrador o Gerente:** Conocimientos administrativos y operativos, experiencia en hotelería, nivel profesional.
7	**Perfil de cargo:** Establecimiento de cargos y funciones. Organigrama
8	**Capacitación:** Preparación del talento humano
9	**Tiempo:** Espacio de tiempo en la jornada laboral para realizar actividades que incentiven la innovación
10	**Cultura organizacional:** Creencias, hábitos, valores, actitudes, tradiciones al interior de la organización.
11	**Servicio al cliente:** Forma en que se relaciona la empresa con su cliente.
12	**Infraestructura:** Estado físico del establecimiento hotelero.
13	**Tecnología:** Uso de herramientas tecnológicas.
14	**Mercadeo:** Estrategia para identificar las necesidades del mercado; estrategia para vender un producto o servicio hotelero a su cliente objetivo.
15	**Medio ambiente:** Minimizar el impacto ambiental mediante la actividad innovadora
16	**Responsabilidad social empresarial:** Innovaciones dirigidas a contribuir con el desarrollo sostenible de sus empleados, familias, comunidad local o comunidad en general.
17	**Rentabilidad.** Hace referencia a los beneficios que se han obtenido por la prestación del servicio hotelero.

Fuente. Elaboración propia

La escala utilizada en el cuestionario fue tipo Likert donde 1 no es importante y 5 muy importante. El instrumento fue validado a través de un grupo de 3 académicos quienes a través de su criterio realizaron ajustes de forma en la redacción y ofrecieron su concepto aprobatorio para proceder a la respectiva aplicación en la muestra de estudio.

>>

4. Procedimiento

Debido a que la investigación es de tipo mixta se cuenta con dos fases: una fase cualitativa y una fase cuantitativa. Para la primera fase, se llevó a cabo un ejercicio de cienciometría en bases de datos como Academic Search Complete, Business Source Complete, Environment Complete, Fuente Académica, Newspaper Source, MasterFILE premier, Regional Business News, Scopus y ScienceDirect en las que, a través de criterios de búsqueda relacionados con el tema de estudio, se identificaron los elementos de innovación bajo el amplio panorama de la investigación que hasta la fecha se había realizado. Posteriormente, se utilizó la técnica de la entrevista aplicada a los tres expertos mencionados anteriormente, quienes otorgaron información valiosa a partir de una serie de preguntas diseñadas previamente, con base en lo identificado en la revisión de literatura. Esta información se analizó a través del software Atlas Ti. Brindando los elementos para continuar con el desarrollo del estudio.

Para la segunda fase, se aplicó el instrumento diseñado a partir de los resultados de la etapa cualitativa. Para ello, se invitó a través de una carta a 38 gerentes de hoteles, quienes vía on-line procedieron al diligenciamiento del cuestionario. Una vez recogida la información, esta fue organizada en una hoja de cálculo Excel. La información suministrada fue analizada en el software SPSS a través de la técnica de correlación de Spearman (Rho), con lo cual se pudo determinar cuáles son los factores de innovación que inciden en el desarrollo de productos y servicios de los hoteles objeto de estudio. La inclusión de intervalos de confianza (para estimaciones de parámetros, para funciones de parámetros tales como diferencia de medias o para tamaños de efecto) puede ser una manera muy efectiva de presentar información.

RESULTADOS

La primera parte del estudio obtuvo resultados de corte cualitativo provenientes de la entrevista a profundidad. Algunos de los aportes de este proceso se pueden evidenciar en la Tabla 5 donde los participantes resaltan ciertos aspectos sobre el sector hotelero en Bucaramanga.

Tabla 5. Comentarios obtenidos en las entrevista a expertos

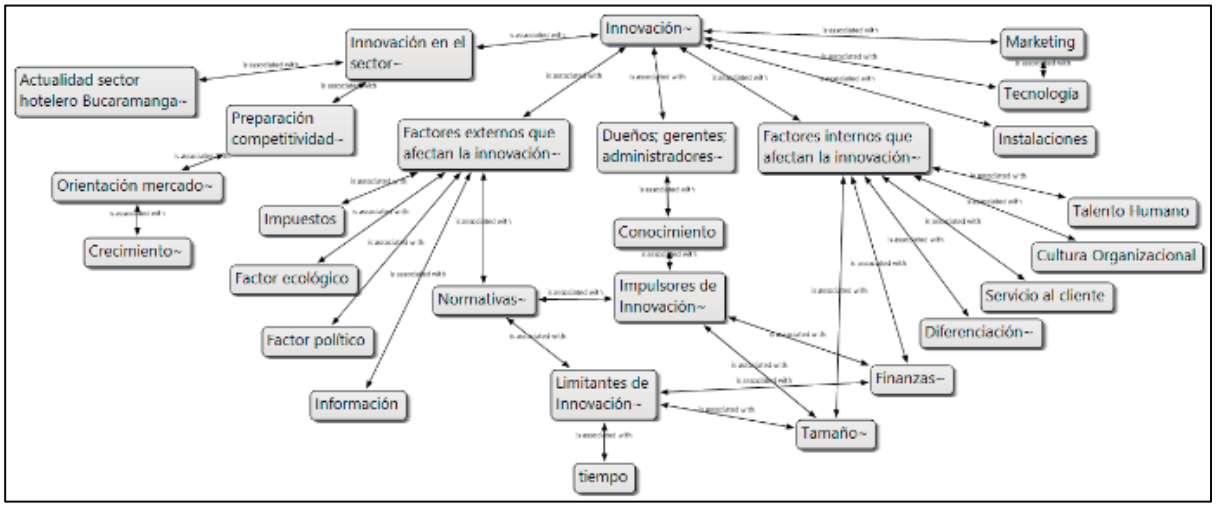
Experto	Actualidad del sector hotelero
Cámara de comercio de Bucaramanga	«Es claro que el sector hotelero en Bucaramanga ha crecido, se han hecho grandes inversiones, la llegada de nuevas cadenas hoteleras internacionales han mejorado los estándares de calidad, en servicios, en el uso y la apropiación de la tecnología. Todavía seguimos con algún pendiente y es en el trabajo de agremiaciones y alianzas dentro del mismo sector"
Gerente de Hotel	«Bueno en realidad en las ciudades que he podido estar hospedada en algún hotel, pienso que en general es muy homogéneo el servicio como tal, porque los hoteles en su mayoría son hoteles medianos, hoteles pequeños"
Cotelco	«Creo que hay una debilidad en lo que ya mencionaba de la agremiación. Si lográramos agremiarnos el sector hotelero aquí en Bucaramanga para poder trabajar en unidad, creo que eso ayudaría a que el sector se fortaleciera porque ahorita estamos muy débiles porque se trabaja individualmente, somos muy individualistas aquí en Santander o en Bucaramanga.»
Competitividad	
Cámara de comercio de Bucaramanga	«Pienso que todavía se hace muy necesario que se vuelvan a pensar como negocio, porque no es solamente las camas, las habitaciones, o el servicio de alojamiento. Hoy en día las personas que están en turismo buscan mucho más que eso.»
Gerente de Hotel	«El servicio al cliente es muy importante, porque precisamente se ofrece como un servicio, lo que te hace a ti diferente de lo demás puede ser que el hotel tuyo preste un servicio donde la gente quiere volver, y que siempre que piense en Bucaramanga piensan en ese hotel.»
Cotelco	«Nos falta pasar de ser un sector a convertirnos en una industria.»
Diferenciación	
Cámara de comercio de Bucaramanga	«Aunque algunas empresas hoteleras han hecho algunas variaciones en cuanto es la misma adecuación de sus habitaciones, implementar temas culturales dentro de la ambientación de sus espacios, el involucrar la mano de obra local, se quedan cortos por lo mismo, vuelvo a decir, yo siento que hay una necesidad muy marcada en exploración de nuevos mercados y en el comprender de la nueva demanda.»
Innovación Hotelera	
Cotelco	«Yo siento que no se ha desarrollado toda su potencialidad porque hay un desconocimiento técnico del tema, digamos que en términos de innovación casi siempre se habla de productos, eso también lo vemos en las diferentes convocatorias que incluso a nivel país se realizan, están muy enfocadas a la innovación de productos, pero no hemos logrado hacer el click con la innovación de servicios, por lo que es un tema mucho más intangible y obviamente más exigente en el tema de diseño.»
Cámara de comercio de Bucaramanga	«Falta conocimiento, y el conocimiento va sumado a un tema de práctica, es decir, tenemos que pasar de la teoría a la práctica, porque se hacen charlas, se hacen capacitaciones, pero en el momento de llevarlo a la práctica es donde encontramos la gran dificultad.»
Gerente de Hotel	«A veces suena muy técnico y pues lo técnico si no se baja a un lenguaje mucho más claro, sobre todo si se parte del hecho que mucho de los empresarios que están en el sector del turismo lo hacen porque lo ven como una oportunidad de negocio mas no cuentan con la formación necesaria.»

Fuente. Elaboración propia

ISSN 2619 - 4554

<< Posteriormente, la información transcrita se codifica a parir de los criterios de la investigación y se elabora una red semántica donde se establecen coincidencias y co-relaciones entre los respectivos códigos, como se observa en la Figura 1.

Figura 1. Red Semántica de la codificación proveniente de las entrevistas a profundidad.



Fuente. Elaboración propia.

En la Figura 1 se observa que existe una división entre los factores de innovación internos y externos. Para el primer caso, se resaltan aquellos tales como talento humano, cultura organizacional, servicio al cliente, diferenciación, finanzas y tamaño del hotel. Para el segundo caso se identifican factores relacionados con normativa y/o políticas del gobierno, impuestos, factor ecológico y acceso a la información. Finalmente, también se incluyen otros factores como conocimiento y experiencia de los administradores y/o dueños de los hoteles.

Con respecto a la fase cuantitativa del estudio se presenta de manera inicial, los resultados descriptivos y posteriormente, los resultados provenientes de la técnica de correlación. Tomando en consideración estos aspectos en la Tabla 6 se presenta la descripción de la muestra en donde se puede apreciar que los hoteles en su mayoría (39%) dieron apertura entre el 2001 y 2010. Así mismo, los empleos generados por este grupo de empresas no superan las 5 personas (74%), la mayor cantidad de hoteles cuenta con un número de habitaciones entre 20 y 30 (66%) y se encuentran ubicados principalmente en los estratos 3 y 4 (58% y 29% respectivamente).

Tabla 6. Descripción de la Muestra

Año de apertura hotel	**N**	**%**	**Número de habitaciones**	**N**	**%**
Menores a 1980	2	5	Entre 20 y 30	25	66%
Entre 1980 y 1990	5	13	Entre 31 y 40	7	18%
Entre 1991 y 2000	7	18	Entre 41 y 50	3	8%
Entre 2001 y 2010	15	39	Entre 51 y 60	3	8%
Entre 2011 y 2019	9	24			
Número de empleados	**N**	**%**	**Estrato de ubicación**	**N**	**%**
Menor a 3 empleados	9	24	1	0	0%
Entre 3 y 5 empleados	19	50	2	3	8%
Entre 6 y 10 empleados	7	18	3	22	58%
Entre 11 y 15 empleados	1	3	4	11	29%
Entre 16 y 20 empleados	1	3	5	0	0%
Mayor a 20 empleados	1	3	6	2	5%

N: cantidad de hoteles.

Fuente. Elaboración propia.

>>

<< De igual manera, se presentan los resultados obtenidos individualmente por lo hoteles en relación con el grado de importación que los gerentes/administradores le otorgaron a los 17 factores establecidos como impulsores de la actividad innovadora como se observa en la Tabla 7 y 8. De acuerdo con la tabla 7 y 8 se puede observar que los factores de mayor importancia son los siguientes: Cliente objetivo (F2), Capacidad de Inversión (F5), Perfil de cargo (F7), Servicio al cliente (F11), Tecnología (F13), Mercadeo (F14), y Medio ambiente (F15).

Tabla 7. Valores de los hoteles según la escala

Hotel	F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16	F17
1	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
2	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5
3	5	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	1
5	3	3	3	4	3	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	4
6	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
7	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5
8	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
9	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
12	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1
13	1	1	1	1	1	3	3	1	2	2	3	3	3	3	4	3	3
14	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
15	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
16	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
17	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1
18	1	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	1	5
19	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5
20	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
24	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4
25	4	5	5	3	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	3
26	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4
27	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3
28	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
29	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
30	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	5	4	4	5	4	2	5	5	3	5	5	4	4
32	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4
33	4	4	5	4	4	3	5	3	4	3	5	2	4	4	4	4	5
34	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
35	3	5	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
36	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
37	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
38	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	5	2	5	4	5	4	4
Valor por factor	**152**	**161**	**147**	**139**	**161**	**159**	**160**	**157**	**154**	**148**	**171**	**153**	**166**	**160**	**166**	**145**	**146**
Posición según quintil	**Q4**	**Q5**	**Q4**	**Q4**	**Q5**	**Q4**	**Q5**	**Q4**	**Q4**	**Q4**	**Q5**	**Q4**	**Q5**	**Q5**	**Q5**	**Q4**	**Q4**

Fuente. Elaboración propia

<< **Tabla 8.** Rango de quintiles

Rango	Quintil	Nivel de importancia
68.4	Q1	No es importante
98.8	Q2	Poco importante
129.2	Q3	Neutral
159.6	Q4	Importante
190.0	Q5	Muy importante

Fuente. Elaboración propia

Posteriormente se procedió a realizar la correlación de Spearman (Rho) con la finalidad de medir la relación entre los factores extraídos en la encuesta y la variable de la Innovación. Para tal propósito se tomó un nivel de significancia estadística del 0.05 (p-valor) y los resultados se analizaron mediante el software SPSS. Como premisa se estableció un coeficiente de correlación mayor a 0.7, para establecer una asociación fuerte y positiva entre las variables estudiadas, identificando así los cuatro principales factores que contribuyen en la actividad innovadora de los hoteles estudiados (Tabla 6).

Tabla 6. Correlación de los factores de innovación

Factores de innovación	F01	F02	F03	F04	**F05**	F06	F07	**F08**	F09	F10	**F11**	F12	F13	**F14**	F15	F16	F17
Valor por factor	152	161	147	139	**161**	159	160	**157**	154	148	**171**	153	166	**160**	166	145	146
Quintiles	Q4	Q5	Q4	Q4	**Q5**	Q4	Q5	**Q4**	Q4	Q4	**Q5**	Q4	Q5	**Q5**	Q5	Q4	Q4
Correlación	0,59	0,64	0,44	0,46	0,75	0,50	0,68	0,74	0,47	0,62	0,71	0,66	0,63	0,74	0,62	0,56	0,15
P-valor	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	0,4
Media de los altos	4,8	4,9	4,6	4,3	**4,9**	4,7	4,8	**5,0**	4,6	4,7	**5,0**	4,8	5,0	**4,9**	4,9	4,3	4,1
Media de los bajos	3	3,3	2,8	2,9	**3**	3,5	3,5	**3,1**	3,5	3	**3,5**	3,1	3,5	**3,4**	3,5	3	3,8
Diferencia de medias	1,8	1,6	1,8	1,4	**1,9**	1,2	1,3	**1,9**	1,1	1,7	**1,5**	1,7	1,5	**1,5**	1,4	1,3	0,3

* valor p menor a 0.05

Fuente. Elaboración propia resultados software SPSS.

De acuerdo con lo anterior, los factores que presentaron una asociación fuerte fueron:

- **Factor 5 Capacidad de Inversión:** corresponde al flujo de dinero predestinado a una actividad que se espera sea rentable en el futuro. Presenta una correlación fuerte de 0.754 con significancia estadística.
- **Factor 8 Capacitación: Preparación del talento humano.** Este factor presenta una correlación fuerte de 0.736 con significancia estadística.
- **Factor 11 Servicio al cliente:** Forma de cómo se relaciona la empresa con el cliente. Presenta una correlación fuerte de 0.707 con significancia estadística.
- **Factor 14 Mercadeo:** Estrategias para identificar las necesidades del mercado. Estrategias de venta de productos y servicios hoteleros a clientes objetivo. Presenta una correlación fuerte de 0.735 con significancia estadística.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de la correlación son coherentes con lo identificado en la distribución de los quintiles, pues los factores 5 (capacidad de Inversión), 8 (capacitación: preparación del talento humano), 11 (servicio al cliente) y 14 (mercadeo) se encuentran ubicados en el quinto quintil y presentaron una correlación fuerte mayor a 0.7 con significancia estadística. Igualmente, la diferencia de las medias de los factores seleccionados presentaron un valor más alto, lo que confirma la correspondencia de la fuerte correlación de los factores seleccionados.

>>

<<

Los factores encontrados en el presente estudio que se asocian a la ciudad de Bucaramanga han sido valorados y catalogados en otras investigaciones dada su importancia en el sector hotelero, como lo mencionan los autores Orfila-Sintes y Mattsson (2009) quienes identificaron un factor asociado al cliente objetivo y afecta la actividad innovadora de los hoteles, centrándose en el comportamiento de estos, ya que depende de diversas circunstancias como los motivos de viaje, tipo de alojamiento, preferencias en la alimentación y el tipo de reserva. Argumento que también fue validado por Ottenbacher y Gnoth (2005) quienes sostienen que las innovaciones que llegan a ser exitosas se generan a partir del contacto cercano con el cliente.

Con respecto a la capacidad de inversión, Župerkienė, Župerka, y Austienė, (2016) consideran que los recursos financieros o el capital que disponga la empresa para su desarrollo influye en su capacidad innovadora. Por su parte, la capacitación del talento humano es vista por Ottenbacher y Gnoth (2005) como un factor crucial en el desarrollo de ventaja competitivas relacionadas con la innovación a partir de la actualización de conocimiento y el desarrollo de nuevas habilidades por parte de los colaboradores.

Otro de los factores fue el servicio al cliente, para Gil-Lafuente & Luis-Bassa (2011), este aspecto constituye una nueva apuesta para desarrollar productos y servicios innovadores, debido a que las empresas que saben escuchar y entender lo que el cliente quiere puede adaptar su oferta para cubrir estos requerimientos.

Finalmente, el factor de mercado está ligado intrínsecamente a la identificación de las necesidades de cliente. Lo anterior se respalda también con los resultados de la investigación realizada a hoteles de Taiwán por los autores Chia-Hui & Wan-Yu (2013). De igual forma, en el estudio de Ottenbacher y Gnoth (2005) se identificó que el mercadeo es el factor más determinante en el exitoso desarrollo de nuevos servicios en hoteles de Alemania.

Así mismo, es importante indicar que los factores de innovación identificados en este estudio no pueden ser consistentes con otros hallazgos, pues es entendible que las condiciones culturales, geográficas, socioeconómicas, políticas son únicas y varían según el país en el que se realiza el estudio.

CONCLUSIÓN

Al contextualizar los factores encontrados en la literatura a través de paneles de expertos y herramientas de medición (encuesta tipo likert), el presente estudio logró identificar los siguientes 17 factores que contribuyen a las actividades innovadoras de hoteles Mipymes en Bucaramanga: (1) diferenciación, (2) cliente objetivo, (3) normativas o políticas del gobierno, (4) tamaño del Hotel, (5) capacidad de inversión, (6) perfil del administrador o gerente, (7) perfil de cargo, (8) capacitación, (9) tiempo, (10) cultura organizacional, (11) servicio al cliente, (12) infraestructura, (13) tecnología, (14) mercadeo, (15) medio ambiente, (16) responsabilidad social empresarial y (17) rentabilidad.

Con la información obtenida de la encuesta y de la correlación de Spearman, se logró identificar 4 factores principales de innovación que impulsan el desarrollo de productos y/o servicios en los hoteles Mipymes de Bucaramanga, los cuales son (1) capacidad de inversión, (2) capacitación del talento humano, (3) servicio al cliente y (4) mercadeo.

El estudio presenta varias limitaciones como la no participación de la totalidad de hoteles clasificados como Mipymes en la ciudad de Bucaramanga, razón por la que los hallazgos obtenidos no podrán ser generalizados. Así mismo, el diseño no experimental transversal no contempla la obtención de datos en diferentes períodos, por tanto, se recomienda realizar estudios de corte longitudinal que contribuyan a ofrecer información valiosa para determinar los factores que contribuyen a la innovación de los producto o servicios en los hoteles.

Para futuros se estudios se recomienda realizar investigaciones relacionadas con las nuevas tendencias o demandas de los consumidores de servicios y productos hoteleros, así mismo evaluar el turismo empresarial y de ocio.

Referencias

Castro , A., & Zavarce, C. (2009). iagnóstico para la aplicación de net readines score card en los hoteles de la isla de margarita saber. Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente, 21(1), 92-99.
Chia-Hui, H., & Wan-Yu, C. (2013). Key success factor in service innovation of hotel enterprises in Taiwan. Pakistan Journal of Statistics, 725-732.
Cilleruelo, E. (2007). Compendio de Definiciones del Concepto «Innovación» Realizadas por Autores Relevantes: Diseño Híbrido Actualizado del Concepto. Revista de ingeniería de Organización: Dirección y Organización, 34-98.
Ferreira Simmonds, J., Hernández Palma, H., & Alvarino Cruz, C. (2016). Sistema de Gestión de la innovación en el subsector hotelero: una herramienta para el mejoramiento continuo. Una aproximación al tema. Journal of Engineering & Technology , 62-70.
Freeman, C., & Soete, L. (1997). The Economics of Industrial Innovation. En C. Freeman, & L. Soete, The Economics of Industrial Innovation (págs. 1-37). London and New York: Routledge.
Garrigos, F., Palacios, D., & Narangajavana, Y. (2008). Incidencia de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones en los hoteles españoles. EncontrosBibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação(2), 1-22.
Gil-Lafuente, A., & Luis-Bassa, C. (2011). La innovación centrada en el cliente utilizando el modelo de inferencias en una estrategia CRM. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 17(2), 015-032.
Guevara, A., Aguayo, A., Caro, J., & Galvez, S. (2000). Innovaciones tecnológicas en los sistemas informáticos de gestión hotelera. Estudios Turísticos(146), 3-10.

>>

Castro , A., & Zavarce, C. (2009). iagnóstico para la aplicación de net readines score card en los hoteles de la isla de margarita saber. Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente, 21(1), 92-99.
Chia-Hui, H., & Wan-Yu, C. (2013). Key success factor in service innovation of hotel enterprises in Taiwan. Pakistan Journal of Statistics, 725-732.
Cilleruelo, E. (2007). Compendio de Definiciones del Concepto «Innovación» Realizadas por Autores Relevantes: Diseño Híbrido Actualizado del Concepto. Revista de ingeniería de Organización: Dirección y Organización, 34-98.
Ferreira Simmonds, J., Hernández Palma, H., & Alvarino Cruz, C. (2016). Sistema de Gestión de la innovación en el subsector hotelero: una herramienta para el mejoramiento continuo. Una aproximación al tema. Journal of Engineering & Technology , 62-70.
Freeman, C., & Soete, L. (1997). The Economics of Industrial Innovation. En C. Freeman, & L. Soete, The Economics of Industrial Innovation (págs. 1-37). London and New York: Routledge.
Garrigos, F., Palacios, D., & Narangajavana, Y. (2008). Incidencia de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones en los hoteles españoles. EncontrosBibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação(2), 1-22.
Gil-Lafuente, A., & Luis-Bassa, C. (2011). La innovación centrada en el cliente utilizando el modelo de inferencias en una estrategia CRM. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 17(2), 015-032.
Guevara, A., Aguayo, A., Caro, J., & Galvez, S. (2000). Innovaciones tecnológicas en los sistemas informáticos de gestión hotelera. Estudios Turísticos(146), 3-10.
Hernández Girón, J. d., Domínguez Hernández, M. L., & Caballero Caballero, M. (30 de 06 de 2005). Innovación de producto y aprendizaje dirigido en alfarería en Oaxaca. Recuperado el 07 de 12 de 2018, de SCIELO: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-95182005000200002&script=sci_arttext&tlng=en
Jiménez Zarco, A. I., & Torrent Sellens, J. (2009). Orientación proactiva hacia el cliente, cooperación y uso de las TIC: un análisis empírico sobre sus interrelaciones y efectos como potenciadores de la innovación en producto. INNOVAR, 55-76.
Lopez, M., Serrano, A., & Gomez, R. (2011). Factors Encouraging Innovation in Spanish Hospitality Firms. Cornell Hospitality Quarterly, 52(2), 144-152.
Martínez, A., & Vargas, A. (2013). Factores con un especial impacto en el nivel de innovación del sector hotelero español. Tourism & Management Studies, 9(2), 7-12.
Mellinas, J., Martínez, S., & Bernal, J. (2016). El uso de redes sociales por los hoteles como indicativo de gestión eficiente. Tourism & Management Studies, 12(2), 78-83.
OECD (2005): Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation, 3rd. Edition. Paris, OECD Publications
Orfila-Sintes, F., Crespí-Cladera, R., & Martínez-Ros, E. (2005). Innovation activity in the hotel industry: Evidence from Balearic Island. Tourism Management, 851-865.
Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. The international Journal of Management Science, 380-394.
Ottenbancher, M., & Gnoth, J. (2005). How to develop successful hospitality innovation. Cornell Hotel and Restaurant Administration, 205-222.
Padrón-Díaz, E., Palafox-Muñoz, A., & Vargas-Martínez, E. (2019). Cultura organizacional e innovación en el sector hotelero: estado del conocimient. Revista Venezolana de Gerencia, 24(85), 1-17.
Pardal, I., & Cardoso, F. (2011). Understanding innovation in hospitality through the words of innovative managers. International Conference on Tourims & Management Studies, (págs. 169-179). Algarve.
Revista Semana. (10 de Enero de 2018). Revista semana. Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/colombia-el-segundo-destino-turistico-mas-atractivo-para-the-new-york-times/553192.
Župerkienė, E., Župerka, A., & Austienė, A. (2016). Factors of innovation inculcation in the hotel business in Lithuania. Regional Formation and Development Studies.

>>



DINÁMICAS EMPRESARIALES Y ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE MIPYMES EN EL DESARROLLO TERRITORIAL DE CHINCHINÁ-CALDAS 2017-2021

RESUMEN

El objetivo de esta investigación consiste en analizar las dinámicas empresariales y las estructuras productivas en el desarrollo territorial del municipio de Chinchiná-Caldas entre los años 2017-2021. Este proyecto está articulado con la Agenda Regional de Investigación "Chinchiná Construyendo Realidades" que se viene realizando con la administración local a partir de la línea estratégica de trabajo Innovaciones Sociales y Productivas con el interés de consolidar la información que se origine en la investigación. Se trabajará a partir de un enfoque mixto, diseño concurrente y secuencial, donde se aplican ambos métodos de manera simultánea (datos cuantitativos y cualitativos). Dentro de los resultados se pudo identificar la importancia que tiene para las empresas y emprendedores la organización y toma de decisiones a la hora de promover procesos de innovación y donde se puedan articular las empresas, el estado y la academia como una triada enfocada al desarrollo del territorio. A modo de conclusión, se pudo identificar la relevancia que tiene para el municipio de Chinchiná el brindar espacios de dialogo y reflexión en torno a los diversos sectores productivos de la región para posicionar a Chinchiná como un epicentro del emprendimiento.

PALABRAS CLAVE

Cambio organizacional, capacidad, empresa.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the business dynamics and productive structures in the territorial development of the municipality of Chinchiná-Caldas between the years 2017-2021. This project is articulated with the Regional Research Agenda Chinchiná Construyendo Realidades that has been carried out with the local administration starting from the strategic line of work Social and Productive Innovations with the interest of consolidating the information that originates in the research. We will work from a mixed approach, concurrent and sequential design, where both methods are applied simultaneously (quantitative and qualitative data). Among the results, it was possible to identify the importance for companies and entrepreneurs the organization and decision-making when promoting innovation processes and where companies can be articulated, the state and the academy as a triad focused on the development of the territory. In conclusion, it was possible to identify the relevance for the municipality of Chinchiná to provide spaces for dialogue and reflection around the various productive sectors of the region to position Chinchiná as an epicenter of entrepreneurship.

KEYWORDS

Organizational change, capacity, enterprise, Mipymes, entrepreneurship.

>>

<< INTRODUCCIÓN

La mayoría de las instituciones de educación en el mundo contemplan entre sus planes de desarrollo social la interacción permanente entre empresas, Estado y/o comunidad, con el objetivo de fortalecer los canales de comunicación, que permitan tener un acercamiento a la problemática real. El conocimiento e interacción de los actores, posibilita una mejor planeación de los recursos, garantizando impactos positivos en la región, crecimiento económico direccionado con base en estadísticas, gobernanza utilizando bases de datos estructuradas que permita la toma de decisiones acertada en pro de un conjunto interdisciplinario. De ahí, que este proyecto se desarrollará, a nivel local, en el municipio de Chinchiná Caldas, dado que desde el contexto económico, es considerado el segundo productor de café en el departamento, después de Palestina, además de ser el epicentro nacional de la industria del café por contar con la Fábrica de Café Liofilizado – Buencafé, exportadora de productos elaborados de café que se ubica como la primera de su tipo en Suramérica y segunda a nivel mundial, tal como lo evidencia la misma Alcaldía Municipal en su página http://www.chinchina-caldas.gov.co/municipio/economia.

Por lo anterior, el municipio ha sido catalogado como un escenario propicio para la generación de nuevas empresas por su ubicación al sur de Caldas y separada de la capital por tan solo 22 kilómetros; esta calurosa ciudad se destaca en Colombia por haber sido la primera región del país en utilizar el recurso hídrico para la generación de la energía eléctrica. Además, la colonización no solo trajo café, sino también, la pujanza y el espíritu progresista de sus habitantes, siendo una cuna de diversas industrias exportadoras de la región que la posicionan como eje económico del departamento gracias a su ubicación central entre los departamentos de Caldas y Risaralda. Aunque, es importante reconocer que, si bien, el municipio ha sido generador de nuevas empresas muchas de ellas no se encuentran formalmente establecidas por lo cual se hace necesario realizar una caracterización de ellas, especialmente, del sector de las MiPymes, lo que lleva a realizar la propuesta de investigación “Dinámicas Empresariales y Estructura Productiva de Mipymes en el Desarrollo Territorial de Chinchiná-Caldas 2017-2021”.

DESARROLLO

Chinchiná se posiciona como el segundo mayor productor de café, después de Palestina, de la zona denominada Eje Cafetero o Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCC) y se localiza estratégicamente como epicentro del Triángulo del Oro, cuyos vértices son definidos por las tres ciudades más extensas y pobladas del país, como lo son Bogotá, Medellín y Cali (Findeter, 2017); asimismo, el municipio posee un tejido empresarial representado en su mayoría por Mipymes que dinamizan la economía y satisfacen las necesidades de los habitantes, favoreciendo el crecimiento y desarrollo de las comunidades en relación al territorio. Generalmente, la configuración de las regiones es heterogénea, ya que presentan una mezcla en el uso del territorio que va entre aplicaciones para la vivienda, zonas empresariales, las infraestructuras de movilidad y servicios, el espacio público, los campos educativos, los centros de gobernanza, las zonas de reservas y protección entre otros.

En este momento, el municipio de Chinchiná carece de estudios de caracterización que ilustren de manera apropiada las dinámicas empresariales y el comportamiento de sus estructuras productivas; entre tanto, esta información es necesaria para que el gobierno local diseñe sus políticas públicas enfocada hacia el desarrollo territorial y la consecución de las estrategias orientadas al fortalecimiento del tejido empresarial. En consecuencia, se requiere un mejoramiento continuo de la situación competitiva de las Mipymes, para que puedan hacer frente a los retos que les imponen los procesos de integración económica y tratados de libre comercio.

En ese orden de ideas, la presente investigación espera analizar las dinámicas empresariales y las estructuras productivas que predominan en el desarrollo territorial del municipio de Chinchiná, Caldas en los últimos cinco años, de la cual surgirá una caracterización del sector de Mipymes a partir de la participación de los empresarios. La identificación y análisis de estos aspectos se hace aún más relevante en este proyecto de investigación, en la medida que esta región decida apuntarle a proyectos de I+D+i (Investigación, desarrollo e innovación) que les permita competir en segmentos de mercado que generen acumulación de riqueza y crecimiento económico, sin desconocer la importancia de alcanzar un balance social medido por la calidad de vida de sus habitantes, sin exclusiones, sin pobreza ni miseria.

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) “el número de empresas que se localizan y crean en una región es un indicador de su fortaleza económica y un factor determinante para ampliar la capacidad de crecer, generar empleo e ingresos” (CCB, 2021, párr. 1), en tanto, se hace relevante caracterizar las empresas de un municipio como Chinchiná en torno a la localización, tamaño, sector económico, organización jurídica e informalidad empresarial, que permita enrutar las líneas de acción tanto de entidades gubernamentales como de la academia y el sector privado, para generar estrategias y planes de acción enfocados en las necesidades actuales de la población y los proyectos planteados en pro de su bienestar.

Consecuentemente, Amartya Sen resalta que la relación entre libertad individual y el logro del desarrollo social va mucho más allá de la conexión constitutiva, puesto que las metas del ciudadano de a pie están influidos por factores sociales, políticos, económicos y condiciones que respalden la prestación y acceso a servicios salud y educación y el fomento y desarrollo de iniciativas; lo que a su vez genera que las medidas institucionales relacionadas con estas oportunidades estén permeadas por el ejercicio de las libertades de la gente a través de su participación libre y consciente en elección social y en la toma de decisiones públicas que impulsan el progreso de estas oportunidades (Sen, 2020).

>>

<< De aquí que con la realización de este proyecto investigativo se espera obtener información de las Mipymes otorgada directamente por los líderes organizacionales, que además de conocer su trayectoria empresarial, reconocen las situaciones que como sectores económicos han atravesado a lo largo de su historia en el municipio, incidiendo en el crecimiento y desarrollo de la región, en consecuencia se evidenciará que las diversas dinámicas empresariales y estructuras productivas que caracterizan a las Mipymes surgen de la gestión que realizan de los recursos y capacidades que poseen a nivel interno y con los cuales van dando respuestas a los constantes cambios propuestos por el mercado, que vienen representados tanto en oportunidades como amenazas, desde los ámbitos socioeconómicos, políticos, tecnológicos, ambientales y jurídicos y que se ve influenciado desde el poder de negociación de los grupos de interés del micro entorno, clientes, proveedores y competidores.

También se pretende brindar información útil a los responsables de la generación y construcción de las políticas públicas en el país interesados en diseñar, proponer y generar alternativas que faciliten la creación (y supervivencia) de nuevas empresas en Colombia, donde se pueden identificar factores regionales y sectoriales que son fundamentales a la hora de emprender e innovar cuando se genera empresa, aunque sus efectos no son los mismos en todos los grupos sectoriales. En particular, los indicadores que caracterizan a Argentina como un país en desarrollo (nivel de pobreza, tamaño del sector informal y capacidad ociosa) influyen principalmente en la entrada y salida de empresas de baja tecnología.

En la dinámica de un territorio, una estructura comercial que cuente con una propuesta clara y coherente, constituye un elemento clave sin el cual el desarrollo y/o los procesos de transformación económica y social son casi imposibles; la toma de decisiones económicas es una inserción que están permeadas por las actividades propias de cada persona durante su vida cotidiana, por lo que no existe una definición clara y común del tema de la economía como disciplina científica (Sánchez, 2021), que se aplique a cualquier campo, especialmente en las zonas rurales. Por tanto, todo lo relacionado con la estructura comercial y empresarial tiene un significado e importancia especiales, donde factores como la cultura empresarial, las redes productivas y geográficas o la introducción o adopción de innovaciones juegan un papel fundamental en los procesos empresariales.

DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación presenta un enfoque mixto, diseño concurrente y secuencial donde se utilizarán técnicas e instrumentos de recolección de datos como la entrevista, la cartografía socio-económica y la encuesta estructurada los cuales se podrán aplicar de forma personal a cada uno de los empresarios. Población de estudio el sector de Mipymes del municipio de Chinchiná-Caldas, propietarios de las micro, pequeñas y medianas empresas del municipio de Chinchiná-Caldas, divididos por actividad económica, comercio, industrial, servicios y actividades financieras contando con una muestra de 150 empresas, seleccionada mediante muestreo aleatorio, tomando como universo el registro mercantil del municipio. Categorías utilizadas en el proyecto, Dinámicas Empresariales, Estructura Productiva, Desarrollo Territorial y Mipymes. Para el análisis de las dinámicas empresariales y las estructuras productivas en el municipio de Chinchiná, se definieron cinco fases de ejecución: Estado del Arte sobre la dinámica empresarial en Chinchiná; Diseño de los instrumentos; Aplicación de los instrumentos y trabajo de campo; Sistematización y análisis de la información y Divulgación de los resultados del proyecto.

RESULTADOS

Contar con una información consolidada de las dinámicas empresariales y las estructuras productivas en el desarrollo territorial del municipio de Chinchiná-Caldas que sirva para el uso empresarial, académico y municipal; siendo una oportunidad para que las empresas vinculadas al sector de Mipymes pueda participar en la asignación presupuestal del municipio y en el desarrollo de programas en pro del crecimiento empresarial de la región.

Facilitar estrategias para las apuestas empresariales y las tendencias de las estructuras productivas de las Mipymes del municipio de Chinchiná-Caldas como una forma de generar cambios que permitan el fortalecimiento empresarial y, a su vez, el desarrollo del territorio, en cuanto a la economía se refiere.

Generar espacios de articulación entre la empresa, la academia y el municipio donde se logren alianzas estratégicas que permitan que, cada uno de los gremios, puedan desarrollar nuevas ideas contando con el apoyo entre ellos siendo la comunidad en general la más beneficiada, pues se espera tener más empleabilidad y acompañamiento y asesoría permanente para la generación de nuevas ideas de negocio.

Desde lo social, la implicación inicial está en el aporte al Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico, puesto que al caracterizar las empresas Mipymes se podrán evidenciar necesidades y problemáticas que lleven a diseñar estrategias y planes de acción para dar soluciones oportunas que garanticen el fortalecimiento empresarial y la sostenibilidad en el mercado, esto en alianza con la Alcaldía del Municipio.

De igual manera, con los resultados de esta propuesta investigativa se pueden sensibilizar a los empresarios de la importancia de formalizar sus negocios como una manera de ser parte del desarrollo territorial y tener acceso a los beneficios que brindan los entes gubernamentales para los empresarios y, a su vez, que las Mipymes sirvan de espacio para la generación de nuevos empleos para la población. >>

<< Además, la articulación que se puede dar entre la comunidad, el municipio y la academia en busca de un objetivo generador de valor el cual será obtenido desde la consolidación de la información, su tabulación e interpretación, resultados que optimizarán la toma de decisiones en el territorio, en cuanto al sector de Mipymes se refiere, pues se contará con información necesaria para detectar la participación activa de este sector en el desarrollo territorial del municipio.

DISCUSIÓN

Conocer las estructuras productivas y dinámicas empresariales de las Mipymes permite generar estrategias de desarrollo para el municipio de Chichina-Caldas lo que facilita identificar las necesidades económicas y sociales que permitan la articulación con los planes organizacionales del gobierno y el estado, lo que genera un apoyo financiero, acompañamiento y asesoramiento pertinente para que estas pequeñas y medianas empresas tengan un crecimiento y sostenibilidad importante en su sector económico. Otro aspecto importante a recalcar es la necesidad de las empresas en contar con espacios de reflexión que aprueben la innovación de los productos y de esta manera responder a un mercado que es local, nacional e incluso internacional.

Asimismo, las personas de la región están constantemente promoviendo y generando ideas de negocio considerando las problemáticas y necesidades del contexto. No obstante, es muy importante generar estrategias que acerquen a los empresarios a identificar sus estructuras empresariales y vincularse con el desarrollo de las propuestas del estado, generando oportunidades de crecimiento en conjunto para el mejoramiento de las sociedades construyendo así ideas de negocio sostenibles y que perduren con el tiempo impactando de una manera muy positiva el crecimiento empírico de las Mipymes, es por esto que la academia se vincula en el desarrollo de la identificación y calcificación de estas medianas y pequeñas organizaciones no solo para conocerlas sino también para asesorarlas desde la pertinencia del desarrollo organizacional y empresarial a los emprendedores que desean vincularse a este proceso investigativo.

CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación se podrán identificar algunas implicaciones dadas desde el campo empresarial y social; siendo desde lo empresarial la vinculación universitaria en los sectores económicos del municipio de Chinchiná-Caldas, especialmente, enfocados en las Mipymes, objeto de estudio de esta investigación, como una forma de fortalecer los programas de Administración de Empresas y Contaduría Pública adscritos a la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO del mismo municipio, generando espacios de práctica para los estudiantes quienes tendrán la posibilidad de conocer las estructuras productivas del municipio y sus dinámicas empresariales, lo que puede permitir el desarrollo profesional de los estudiantes.

A su vez, las empresas se pueden ver beneficiadas con el apoyo de los estudiantes para el mejoramiento continuo de las organizaciones en el campo empresarial, resultado de la investigación, puesto que se tendrán identificadas las dinámicas empresariales y las estructuras productivas en el desarrollo territorial del municipio de Chinchiná donde la academia, con el acompañamiento de estudiantes y docentes, pueden generar estrategias de negocio que sirvan para el crecimiento empresarial de las Mipymes participantes en la investigación.

Este trabajo también le apunta a caracterizar las estructuras productivas en el desarrollo territorial del municipio de Chinchiná-Caldas en un periodo determinado (2017 y 2021) lo que permitirá consolidar la información, de tal manera, que se pueda contar con un referente para las Mipymes como una forma de determinar las apuestas empresariales y las tendencias de este sector en el municipio para establecer alianzas estratégicas de mejora y contar con los medios suficientes para aprovechar los recursos en la región.

Referencias bibliográficas

Abreu Quintero, J. L. (2011). Innovación social: conceptos y etapas. Daena: International journal of good conscience, 6(2), 134-138. http://eprints.uanl.mx/id/eprint/8019.
Alburquerque, F., Dini, M., & Pérez, R. (2015). El enfoque del desarrollo económico territorial. Costamagna, P. y Pérez Rozzi, S. Enfoque, estrategias e información para el Desarrollo Territorial. Los aprendizajes desde ConectaDEL, FOMIN, BID, ConectaDEL. https://laboratorioterritorio.claeh.edu.uy/wp-content/uploads/2018/09/Alburquerque-ElEnfoquedelDesarrolloEconomicoLocal.
Allamand, A., Aparicio, S., Bernal, M. E., Caicedo, A., Currea, N., Domanski, D., ... & Villalobos, P. (2016). Innovación social en Latinoamérica. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
Alonso-Martínez, D., González-Álvarez, N., & Nieto, M. (2014). Emprendimiento social vs innovación social. Cuadernos aragoneses de economía, 24(1-2), 119-140. https://doi.org/10.26754/ojs_cae/cae.20141-22640.
Arbós, X., & Giner, S. (1993). La gobernabilidad: ciudadanía y democracia en la encrucijada mundial. Siglo XXI de España Editores.
Aroche Reyes, F. (2019). Estructura productiva y crecimiento económico en México: una perspectiva multisectorial. Investigación económica, 78(309), 3-26. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672019000300003.
Barney, J. B. (2021). The Emergence of resource-based theory: A personal journey. Journal of Management, 47(7), 1663-1676. https://doi.org/10.1177/01492063211015272.
Bekerman, M., Dulcich, F., & Gaite, P. (2018). La inserción comercial externa de la Argentina en la última década: su impacto sobre la estructura productiva. H-industri@: Revista de historia de la industria, los servicios y las empresas en América Latina, (23), 115-142. https://ojs.econ.uba.ar//index.php/H-ind/article/view/1230.

>>

<<
Blacutt Olmos, J. A. (2010). La administración de las organizaciones de profesionales: una perspectiva neoclásica: A la memoria de Peter F. Drucker. Revista Ciencia y Cultura, (24), 55-72. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2077-33232010000100004&script=sci_abstract&tlng=en.
Calá, C. D. (2018). Factores sectoriales y regionales que determinan la dinámica empresarial en los países en desarrollo: evidencia sobre las actividades manufactureras de tecnología baja, media y alta en la Argentina. Revista Cepal. http://hdl.handle.net/11362/43465.
Cámara de Comercio de Bogotá (2021). Dinámicas Empresariales. https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial.
Carvajal Larenas, R. P., Cruz, J. G. S., & Paucar, T. L. G. (2018). Factores determinantes de la dinámica empresarial: Un análisis multivariante concluyente de la industria ecuatoriana. Ciencia Digital, 2(4), 62-77. https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.210.
CEPAL. (2018). Acerca de innovación social. Naciones Unidas. https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-social/acerca-innovacion-social#:~:text=La%20CEPAL%20defini%C3%B3%20la%20innovaci%C3%B3n,la%20poblaci%C3%B3n%20de%20la%20regi%C3%B3n.
Dabat, A., & Ríos, M. A. R. (1993). Las transformaciones de la economía mundial. Investigación económica, 53(206), 123-147. https://www.jstor.org/stable/42870851.
De Fátima León, M., Baptista, M. V., & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. In Forum empresarial (Vol. 17, No. 1, pp. 31-63). Centro de Investigaciones Comerciales e Iniciativas Académicas.
Findeter (2017). Chinchiná Sostenible, Plan de Acción de Chinchiná. https://www.findeter.gov.co/blog/planear-el-territorio/chinchina-avanza-en-la-implementacion-de-su-plan-de-accion.
García Palacios, E. (2018). Gobernanza y dinámicas locales en los programas de desarrollo territorial en áreas rurales. Análisis de la implementación del programa PESA en dos municipios del Estado de México. Universidad de Córdoba. https://www.uco.es/ucopress/index.php/es/ ucopress@uco.es.
García Palacios, E., & Estrada, E. M. (2020). Gobernanza y desarrollo territorial. Las agencias de desarrollo rural en la implementación del programa mexicano PESA. Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural= Journal of depopulation and rural development studies, (28), 185-215. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8333706.
Giraldo-Gómez, O., Zuluaga-Giraldo, J. I., & Naranjo-Gomez, D. (2020). La proyección social una apuesta desde el acompañamiento pedagógico. Praxis, 16(1), 77-84. https://doi.org/10.21676/23897856.3033.
Irizar, M. Z. (2008). Gobernanza e innovación social. El caso de las políticas públicas en materia de ciencia y tecnología en Euskadi. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, (60), 73-93. https://www.redalyc.org/pdf/174/17406004.
Largo-Taborda, W. A., Gutierrez-Giraldo, M. M., & Hurtado Vinasco, K. S. (2022). Los proyectos tecnológicos y el cuidado del medio ambiente: una mirada desde la proyección social. En la investigación científica en diversas ciencias (1.a ed., Vol. 15, pp. 270–289). Editorial EIDEC. https://doi.org/10.34893/o5438-7720-2889-r.
Martínez, M. P. P., Pérez, L. F. L., & Silva, W. R. J. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. Revista Publicando, 5(15 (2)), 308-325. https://core.ac.uk/download/pdf/236643847.
Mazurek H. (2012). Espacio y Territorio. Instrumentos metodológicos de investigación social. Segunda edición. La Paz: Fundación PIEB, 206p.
Ordoñez, F., & Silva, I. (2019). Estructura productiva y dificultades para el crecimiento de largo plazo en Chile. Revista Economía y Desafíos del Desarrollo, 1(4). http://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/redd/article/view/907.
Porter, M.E. (1997), "Competitive Strategy", Measuring Business Excellence, Vol. 1 No. 2, pp. 12-17. https://doi.org/10.1108/eb025476.
Rodríguez, A. (2006) "Desarrollo Económico Territorial Endógeno. Teoría y aplicación al caso uruguayo", Serie Documentos de Trabajo, DT2/06, Instituto de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Administración, Universidad de la República.
Rodríguez, C. J. F. (2008). Management y sociedad en la obra de Peter Drucker. Revista internacional de sociología, 66(49), 195-218. https://doi.org/10.3989/ris.2008.i49.88.
Sánchez Diez, A. (2021). Las transformaciones de la economía mundial. (Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Madrid). Repositorio Institucional UAM. https://repositorio.uam.es/handle/10486/693703.
Sen, A. (2020). El desarrollo como libertad. Gaceta Ecológica, Secretaria de Medio Ambiente. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53905501.
Senge, P. M. (2012). La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. Ediciones Granica SA.

FICHA TÉCNICA
NOMBRE DEL PROYECTO: Dinámicas empresariales y estructura productiva de Mipymes en el desarrollo territorial de Chinchiná-Caldas 2017-2021.
PALABRAS CLAVE: Cambio organizacional, capacidad, empresa.
PROGRAMA ACADEMICO: Administración de Empresas.
GRUPO DE INVESTIGACIÓN: CODICE
SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN: SIAE
LINEA DE INVESTIGACIÓN: Innovaciones sociales y productivas.
SUBLINEA DE INVESTIGACIÓN: Emprendimiento, Innovación y Desarrollo.
LIDER DEL PROYECTO: Olga Lucía Duque Carvajal
TIPO DE ARTICULO: Investigación.
CORREO ELECTRONICO: oduqueca@uniminuto.edu.co
INVESTIGADORES: Olga Lucía Duque Carvajal, Nini Johana Cifuentes Ríos, Jorge Andrés Sánchez Rodríguez.

FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y DIFICULTADES DE APRENDIZAJE EN INTEGRANTES DEL PROYECTO PLAN PADRINO



Dubiel Alejandro López Betancur , Gabriel Hernando Quintero González, Marco Felipe Calderón González y María Victoria Latorre Sánchez

RESUMEN

La educación es factor importante para el corregimiento San Bartolomé, municipio de Pácora – Caldas, sin embargo, la brecha en la calidad es cada vez mayor. Este proyecto contrasta procesos de formación y de aprendizaje con factores socioeconómicos de las familias, en una lectura teórica de variables sin perder de vista la perspectiva del contexto, para generar cambios significativos en los modelos pedagógicos y articular la comunidad en torno al objetivo: formación integral. Desde un enfoque cuantitativo e investigativo no experimental transeccional o transversal de tipo correlacional-causal, se estudian los aspectos que rodean la problemática asociados al contexto socioeconómico y educativo.

PALABRAS CLAVE

Educación rural, aprendizaje, formación integral, factores socioeconómicos, Caldas.

ABSTRACT

Education is an important factor for the district of San Bartolomé, municipality of Pácora - Caldas, however, the gap in quality is increasing. This project contrasts educational and learning processes with socioeconomic factors of families, in a theoretical reading of variables without losing sight of the perspective of the context, to generate significant changes in pedagogical models and articulate the community around the objective of comprehensive training. From a quantitative and investigative non-experimental transactional or transversal correlational-causal approach, the aspects surrounding the problem associated with the socioeconomic and educational contexts are studied.

KEYWORDS

Rural education, learning, comprehensive teaching, socioeconomic factors, Caldas.

>>

<< INTRODUCCIÓN

Diversos factores como la creciente urbanización, el desarrollo tecnológico, y la migración de los habitantes del área rural hacia las ciudades en busca de progreso educativo, laboral y económico, así como el desplazamiento forzoso, hacen del campo una zona que contrasta negativamente y por cifras amplias con la urbe; este contraste se convierte en referente de las características del aspecto socioeconómico del sector rural colombiano.

A pesar de que la pobreza rural y el índice de recuento de la pobreza en las zonas rurales han decrecido, las áreas urbanas han tenido índices de pobreza más bajos que los de las áreas rurales, lo que demuestra que el desarrollo de Colombia ha sido más evidente en las ciudades. (Muñoz, 2019, pág. 13).

Resulta evidente el papel de la pobreza en el campo, esta tiene una mayor influencia en las comunidades afectando de forma directa al hogar y el sistema educativo. Estrategias que modifiquen el impacto de dicho fenómeno en la educación no se mantienen, ni potencian el desarrollo de las comunidades rurales.

En Colombia, como en el resto de Latinoamérica, “la pobreza tiene un marcado carácter rural”. La mayoría de las tensiones sociales se expresan de forma más aguda en las áreas rurales. Al haber sido el escenario principal del conflicto que sufre el país y la cantera fundamental de la que provienen los millones de desplazados con que cuenta Colombia. (Perry, 2010, pág. 4)

En las áreas rurales, estudiar depende de la oferta del estado y la participación ocasional y no sostenida de algunas ONG (procesos continuados se dan casi exclusivamente en ciudades y territorios aledaños). Dicha participación en zonas rurales, se da con ocasión de eventos gubernamentales, calamidades públicas y simples “visitas de un día"; quedando la presencia de entes externos en el “asistencialismo” social, sin generar capacidades ni aprovechar el potencial de las comunidades desde la particularidad.

La población rural, que representa el 25% de la población total del país (11,2 millones), enfrenta niveles más elevados de pobreza y rezagos considerables en la mayoría de los indicadores sociales, incluyendo los educativos. Sus tasas de analfabetismo para la población mayor de 15 años superan el 15%, tres veces el promedio nacional (Sarmiento, 2010). En la educación formal, sus niveles de matrícula y permanencia son inferiores a los de las áreas urbanas, lo cual se refleja en niveles más bajos de asistencia escolar para todos los grupos de edad. (Barrera, 2014, pág. 13).

Esta investigación sobre los Factores socioeconómicos y las dificultades de aprendizaje de los integrantes del Proyecto Plan Padrino en la Parroquia de San Bartolomé, Pácora – Caldas, pretende apoyar la formación integral de la niñez y la juventud en zonas rurales vulnerables (áreas bajo desiguales condiciones de vida si se contrastan con la realidad educativa de las ciudades), y busca determinar procesos de aprendizaje en la comunidad local, a fin de generar cambios significativos en los modelos pedagógicos y de articular la función de los diferentes miembros de la comunidad en torno al objetivo de la formación integral.

DESARROLLO

Las condiciones socioeconómicas de algunas familias del Corregimiento de San Bartolomé (Pácora – Caldas), no son apropiadas para facilitar el desarrollo integral de los hijos y/o de sus padres; sumado a esto, las instituciones educativas en Colombia, especialmente del área rural, tienen falencias en cuanto a recursos humanos y pedagógicos, que se ven evidenciadas en el escaso tratamiento de las necesidades educativas comunes, individuales y especiales y el bajo rendimiento académico que presentan los integrantes del Plan Padrino, del corregimiento de San Bartolo en el municipio de Pácora, Caldas.

La investigación se realizará con la comunidad con un alto componente de promoción social, es decir, la instauración de cambios que puedan mejorar el orden, la convivencia y el crecimiento integral de la misma. Para la comunidad también es necesaria esta investigación ya que, en primer lugar, en la Institución Educativa local (I.E. Mariscal Robledo), el modelo pedagógico dominante no tiene en cuenta los ritmos de aprendizaje de cada estudiante, hecho que está generando desigualdad en una misma aula de clase. En segundo lugar, hay un creciente número de estudiantes con capacidades diversas que sufren maltrato por parte de docentes y de otros estudiantes, y, además no se les facilita el derecho a la inclusión y a la educación completa. Otro punto de pertinencia es la intencionalidad psicológica de la investigación, ya que busca brindar ayuda a quien requiera este tipo de atención profesional, además de categorizar aspectos psicosociales propios de la región con el fin de generar un marco teórico y un tipo de intervención más apropiados para el contexto sociocultural local y regional.

Esta investigación sobre los Factores socioeconómicos y las dificultades de aprendizaje de los integrantes del Proyecto Plan Padrino en la Parroquia de San Bartolomé, Pácora – Caldas, pretende cooperar con procesos de formación integral de la niñez y la juventud en zonas vulnerables, que por ser rurales, tienen características y condiciones de vida desiguales frente a los habitantes de las ciudades, a la vez que se impactan los procesos de aprendizaje, a fin de generar cambios significativos en los modelos pedagógicos y de articular la función de los diferentes miembros de la comunidad en torno al objetivo de la formación integral. Se evaluarán los componentes socioeconómicos y su posible incidencia en el desempeño académico y en la capacidad de aprendizaje en general, de cada uno de los menores vinculados al proyecto del Plan Padrino. Esta correlación permitirá clarificar las hipótesis planteadas por el equipo investigador siempre y cuando se tenga conocimiento real de la población con la que se trabajará para lo cual es efectiva la caracterización con el instrumento propuesto más adelante.

>>

La situación social de Colombia y de otras naciones latinoamericanas, muestra indicativos de fallas importantes del sistema educativo que, en la formación integral no es efectivo, mientras a partir de una convergencia de esfuerzos en las comunidades locales, para trabajar por la promoción social, con miras al bien común y al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible determina oportunidad de fortalecimiento. Estos factores unidos a la urgente necesidad de investigación educativa para mejorar los modelos nacionales señalan la contribución del Plan Padrino al progreso académico e investigativo del país en los ámbitos familiar, educativo, psicosocial y espiritual.

En el libro "La situación de la educación rural en Colombia, los desafíos del postconflicto y la transformación del campo" de Fedesarrollo, se sintetizan cuatro problemas de la educación rural en Colombia, a saber:

> 1) Altas tasas de deserción. 2) Brechas en la calidad educativa, lo que se evidencia en el bajo rendimiento académico de los estudiantes y en las brechas entre los pobladores rurales y urbanos. 3) Un alta extra edad de los estudiantes en las zonas rurales y bajos niveles educativos (Ruiz, 2007). 4) Reducido acceso a la educación superior y altas tasas de deserción. (Martínez Restrepo, Pertuz, & Ramírez, 2015, pág. 5)

Así, se define entonces que los programas de educación rural dependen casi totalmente del Estado y que tienen altas diferencias con el nivel educativo urbano. Hechos como las deserciones y bajos puntajes en las pruebas nacionales, permiten deducir que el aprendizaje de los habitantes del sector rural se encuentra afectado negativamente. Estos datos se extraen fácilmente de las estadísticas nacionales de las pruebas Saber, realizadas cada año a estudiantes de tercero, quinto, noveno y undécimo. Una visión clara de las desigualdades en los sistemas educativos de lo rural a lo urbano se encuentra en que, las pruebas de estado, así como cualquier test estandarizado, permite definir cómo se hace seguimiento real a los procesos educativos, siendo dichos instrumentos extensivos a todas las poblaciones (rural y urbana), y no particulares con atención a la especificidad de las comunidades y las diversidades. Los resultados son claros en este aspecto, la prueba de Estado se diseña para un contexto más urbano que rural, siendo este un factor a sumar dentro del diseño de estrategias que propendan por el mejoramiento de los procesos educativos y sus consiguientes resultados.

Para resaltar lo propio del contexto investigativo, se puede añadir como hecho positivo, el sentido de pertenencia de la comunidad investigada por su pueblo y sus instituciones, lo cual ha generado un creciente interés por sus derechos y unos liderazgos que, aunque incipientes, resultan ser prometedores para los procesos de transformación social. Dichos líderes requieren guía y capacitación, así como propuestas para ejercer su ciudadanía en beneficio de la formación de sus hijos.

El proyecto se enfrenta a una intervención simultánea con niños y jóvenes, con sus padres de familia, con líderes de la comunidad que prestan su servicio como voluntarios del Plan y con educadores de las instituciones educativas impactadas. Así pues, esta investigación en el corregimiento de San Bartolomé, Municipio de Pácora (Caldas), cuenta con un alcance de 40 niños escolarizados entre los grados preescolar y sexto, entre 5 y 13 años y adolescentes junto con sus familias, apoyados por el voluntariado de 9 líderes que servirán como tutores bajo la guía de los estudiantes investigadores.

DISEÑO METODOLÓGICO

La intención de la investigación reúne los criterios de la investigación-acción participativa (IAP) e incluye sus tres componentes: reflexión controlada para estudiar un aspecto de la realidad con fines prácticos, la acción realizada es también fuente de conocimiento y se vincula a la comunidad destinataria del proyecto para que junto con los investigadores sean sujetos activos que buscan conocer y transformar su propia realidad. Cf. (Eizagirre & Zabala, 2006).

El enfoque de esta investigación es cuantitativo al analizar la correlación de las variables: aprendizajes y factores socioeconómicos, que permita deducir algunas incidencias del hecho investigado y aportar al mejoramiento de las condiciones encontradas. Cómo técnica se utilizará la encuesta descriptiva, con un cuestionario socioeconómico con 14 preguntas cerradas, las cuales se puntúan en una escala de 1 a 6. El instrumento elegido para evaluar las habilidades de aprendizaje es el CEPA (Cuestionario Evaluativo de Problemas de Aprendizaje), diseñado por el Dr. Luis Bravo Valdivieso. Tiene un puntaje mínimo de 33 y un máximo de 132. Sin embargo, para los niños de preescolar, primero y segundo, se omitirán unas secciones del cuestionario, quedando como puntaje para esta población mínimo 14 y como máximo 56.

RESULTADOS ESPERADOS

Con esta investigación, se espera reconocer el estado socioeconómico de los niños, niñas y adolescentes pertenecientes al Proyecto Plan Padrino del Corregimiento de San Bartolomé en el municipio de Pácora - Caldas, identificar las dificultades de aprendizaje, y la correlación que estas dos variables tienen en el desempeño académico de los niños, niñas y adolescentes, a fin de implementar estrategias apropiadas que permita afianzar su proceso educativo, mejorar la formación integral y determinar adecuadas condiciones de vida en los menores y sus familias.

Así mismo se pretende elaborar un reporte que permita establecer la relación, entre los factores socioeconómicos de los integrantes del Proyecto Plan Padrino con sus dificultades de aprendizaje, que permita a las familias y a los integrantes de la Institución Educativa local, un plan de acción que potencie la educación, el proyecto de vida y la formación integral de los niños, niñas y adolescentes del proyecto.

A partir de los procesos que desencadenen de la investigación, en cuanto a la fijación de rutas de acción y modelos implementables por y en la comunidad, se evaluará la intervención desde las capacidades instaladas que puedan quedar en los territorios, igualmente se propenderá por el reconocimiento de las particularidades dentro del ejercicio, lo que permitirá el aprovechamiento de las potencialidades de los habitantes y el territorio mismo.

Se espera que con este ejercicio de Investigación desde la Acción Participativa se fortalezca integralmente la estrategia del Plan Padrino como respuesta a las necesidades educativas del momento (siendo el ejercicio in situ en el Corregimiento de San Bartolomé para la elaboración de una ruta extrapolable), con el fomento de la capacidad de agenciamiento de las comunidades, generando dinámicas de autogestión y participación ciudadana comunitaria en torno a la educación de las nuevas generaciones y a la promoción de la corresponsabilidad social para la formación integral de los individuos. En sentido amplio, se espera concurrir a la transformación de las comunidades a nivel social y económico, brindando la posibilidad de equidad, inclusión y participación de los individuos más vulnerables en los procesos y espacios comunes, con la conciencia del cuidado de la "casa común" (el planeta), de la propia existencia (proyecto de vida) y de la de los demás (corresponsabilidad para la vida en comunidad).

DISCUSIÓN

En el rastreo de antecedentes a nivel histórico; es evidente el velo de desigualdad que cobija los procesos en el campo en Colombia. Esto se expresa en la afirmación "el lugar de nacimiento determina los procesos educativos", los habitantes del corregimiento de San Bartolomé entran a categorizarse en el espectro de vulnerabilidad, siendo una población supeditada al abandono estatal.

En este proyecto no se pretende la modificación de condiciones base que deben ser aseguradas por el estado lo que llevaría al "asistencialismo"; más bien se busca identificar dificultades en procesos educativos y cómo estas se relacionan directamente con las capacidades socioeconómicas del territorio.

Si se establecen dichos parámetros (identificación de dificultades relacionando educación-territorio) para la conformación de estrategias y rutas efectivas desde los resultados del ejercicio (que pueden presentar una realidad inesperada), se estaría construyendo una nueva metodología que permita a los territorios autogestionar procesos, aprovechando particularidades, potenciándolas a través del modelo Proyecto Plan Padrino, generando capacidades en los territorios y supeditándolos únicamente al acompañamiento. Al reconocer y visibilizar el campo desde las potencialidades y las posibilidades que desde el ejercicio investigativo permitan la aplicación de instrumentos generadores de resultados que cimenten nuevas estrategias, así, la intervención será posible y efectiva.

CONCLUSIONES

La brecha en la calidad de la educación es cada vez mayor, la diferencia de condiciones entre los estudiantes urbanos y rurales se evidencian claramente, las tensiones sociales son más agudas en la ruralidad, por la inequidad social, política, económica y las ofertas educativas están limitadas al ofrecimiento del estado. No se puede dejar de lado el nivel de pobreza extrema en el que se encuentran los habitantes rurales que corresponde al 26% de la población nacional. Cuando el jefe del hogar tiene un bajo nivel educativo, la posibilidad de ser pobre aumenta, así como la posibilidad de tener un mayor número de integrantes en el hogar loque hace complejo cubrir las necesidades básicas de los integrantes de la familia y aún más hacerlo con calidad.

La participación de la comunidad en proyectos sociales y voluntariados son de alto impacto; la comunidad se vincula generando sinergias que permite la reconstrucción de mejores oportunidades, y en este caso particular desde las categorías de ser, saber y hacer.

Se recomienda elaborar un reporte de resultados de la relación entre los factores socioeconómicos de los integrantes del Proyecto Plan Padrino con sus dificultades de aprendizaje, con el fin de establecer acciones que construya y potencie la educación, el proyecto de vida y la formación integral de los niños, niñas y adolescentes.

Referencias bibliográficas

Aldaz-carroll, E, & Moran, R. (2001). Escaping the poverty trap in Latin America: the role of family factors. Cuadernos de economía, 38(114), 155-190. https://dx.doi.org/10.4067/S0717-68212001011400003
Anthropology and Practice. (S.f). Anthropology and Practice. Obtenido de https://anthropologyandpractice.com/antropologia-social/cual-es-el-objeto-de-estudio-de-la-sociologia-caracteristicas-principales/
Arquidiócesis de Manizales. (29018). Acta de la visita pastoral a la Parroquia de San Bartolomé Manizales
Barberá Gregori, E. (2004). La enseñanza a distancia y los procesos de autonomía en el aprendizaje. Primer Congreso Virtual Latinoamericano de Educación a Distancia (pág. 11_01). Virtual: LatinEduca2004. Obtenido de http://mc142.uib.es:8080/rid=1HWM8D2F6-25T1J80-90S/tipos%20de%20interactividad.pdf
Barrera, M. D. (2014). La Educación Básica Y Media En Colombia: Retos En Equidad y Calidad. Fedesarrollo.
Batthyány , K., & Cabrera, M. (2011). Mertodología de la investigación en ciencias sociales. Apuntes para un curso inicial. Montevideo: Universidad de la República.
Berger, P., & Luckmann, T. (2003). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu Editores.3
Calvo, G. (2018). Pedagogías inclusivas para los jóvenes: dos modelos flexibles en Colombia. Revista Latinoamericana de Educación Comparada(14), 54-67.
Cardozo Galeano, G. D., Hernández Arteaga, I., Vargas Canizales, D. C., & Constanza García, A. (2018). Factores del contexto que influyen en las dificultades de aprendizaje. Plumilla Educativa, 21(1), 59-79.

>>

CEPAL. (2015). La protección social de la población rural. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/La%20Protecci%C3%B3n%20Social%20de%20la%20Poblaci%C3%B3n%20Rural.pdf
Cusel, P., Pechin, C., & Alzamora, S. (s.f.). Facultad de Educación Elemental y Especial. Obtenido de http://www.feeye.uncu.edu.ar/web/posjornadasinve/area4/Practica%20y%20residencia/068%20-%20Cusel%20y%20otras%20-%20Inst%20de%20Gral%20Pico%20-%20La%20Pampa.pdf
Estrada Mesa, Á. M., & Díazgranados Ferrans, S. (2007). Kenneth Gergen, Construccionismo Social. Aportes para el debate y la práctica. Bogotá: Universidad de los Andes.
Estramiana, J. L. (2007). Orígenes sociológicos de la psicología social. Redalyc. Obtenido de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99715251001
Eizagirre, M., & Zabala, N. (2006). Diccionario de acción humanitaria y cooperación al desarrollo. (U. d. Vasco, Editor) Obtenido de http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/132
Fals Borda, O., & Anisur, R. (1991). Acción y conocimiento: Rompiendo el monopolio con la IAP. Bogotá: Rahman.
García Correa, C & Yánez Contreras, M. (2017). Movilidad intergeneracional educativa en zonas urbanas y rurales de Colombia: ¿Igualdad de oportunidades?. Sophia, 13(1), 27-33. Retrieved July 16, 2022, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-89322017000100004&lng=en&tlng=es.
Gutiérrez, F. J. (2018). La autonomía en la vida. (D. A. López Betancur, Entrevistador)
Guzmán Martínez, G. (s.f.). Psicología y mente. Obtenido de https://psicologiaymente.com/social/construccionismo-social
Hernández, J. C. (2013). Slide Share. Obtenido de https://es.slideshare.net/alejaitauribebe/ensayo-economa
Kenneth Gergen Blogspot. (s.f.). Obtenido de http://kennethgergen.blogspot.com/
La Investigación Científica. (S.f). En Metodología de la investigacion. Obtenido de http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Metodologia_Investigacion/Pdf/Unidad_02.pdf
Lamo de Espinosa, E. (2005). ¿Para qué la ciencia social? ¿Para quién escribimos? Nómadas.
Lara Quintero, V., & otros., y. (2017). Desarrollo del pensamiento crítico mediante la aplicación del aprendizaje basado en problemas. Psicología escolar y educacional On Line., s.p.
Larousse. (2016). El pequeño Larousse Ilustrado - 2016 (Vol. Vigésima Segunda Edición). México: Ediciiones Larousse. S.A. de C.V.
Linn, M., Fabricant Linn, S., & Linn, D. (2004). Cómo sanar las 8 etapas de la vida. México: Promexa. Obtenido de http://datelobueno.com/wp-content/uploads/2014/05/Como-sanar-las-ocho-etapas-de-la-vida.pdf
Manrique Villavicencio, L. (2004). El aprendizaje autónomo en la educación a distancia. Primer Congreso Virtual Latinoamericano de Educación a Distancia. Virtual: LatinEduca2004. Obtenido de http://departamento.pucp.edu.pe/educacion/publicacion/interculturalidad-66/
Martínez Restrepo, S., Pertuz, M. C., & Ramírez, J. M. (2015). La situación de la educación rural en Colombia, los desafíos del postconflicto y la transformación del campo. FMejías, N. (2011). Escalas de actitudes en investigación. Odiseo. Obtenido de https://odiseo.com.mx/libros-resenas/2011/07/escalas-actitudes-en-investigacion
Migueles, M. M. (2009). Dimensiones básicas de un desarrollo humano integral. Polis, 119-138.
Montero, M. (1993). Evolución y tendencias actuales de la Psicología Social en América Latina. Papeles del Psicólogo (Online) vol. 55., 39.
Morone, G. (S.f). Métodos y técnicas de la investigación. Obtenido de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/metodologias_investigacion.pdfedesarrollo.
Muñoz, L. V. (2019). Pobreza y subdesarrollo rural en Colombia. Análisis desde la Teoría del Sesgo Urbano. Estudios Políticos, 59-81. Obtenido de http://doi.org/10.17533/udea.espo.n54a04
Parra-Peña RI; Ordóñez L; Acosta C. 2012. Políticas que cierran brechas entre lo urbano y lo rural en Colombia. CIAT Políticas en síntesis No. 7. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), Cali, Colombia. 6 p.
Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2009). Definición de. Obtenido de https://definicion.de/contexto/
Perfetti del Corral, J. J. (2009). Crisis y pobreza rural en América Latina: El caso de Colombia. Santiago de Chile: Centro latinoamericano para el desarrollo rural.
Perfetti del Corral, J. J. (Abril de 2018). Pobreza rural. El Colombiano. Obtenido de https://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/pobreza-rural-MD8500943
Perry, S. (2010). La Pobreza Rural En Colombia. Documento preparado para ser distribuido en la reunión de conformación del Grupo de Trabajo sobre Pobreza Rural, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
Rivera Sepúlveda,A, & Vergara Arboleda, M. (2021). La escuela rural frente a la expansión urbana: conflictos y oportunidades. Educación y Educadores, 24(1), 71-90. Epub May 20, 2021.https://doi.org/10.5294/educ.2021.24.1.4
Torrano, F. (2016). Aprendizaje autorregulado: estado de la cuestión y retos psicopedagógicos Self-. Perfiles educativos. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982017000200160



CLIMA ORGANIZACIONAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA: REFLEXIÓN EN TORNO AL TELETRABAJO

RESUMEN

El clima organizacional pasa de ser una estrategia funcional a una acción obligatoria en las empresas actuales, pues a medida que han avanzado los años el mal trato hacia los trabajadores está menos permitido que antes. Por ende, brindar un estudio reflexivo en tiempos de crisis como la pandemia a causa del COVID – 19 es fundamental, ya que la normalidad fue cambiada de manera abrupta y obligatoria por el bien común, llevando a la nueva normalidad del teletrabajo en casa. Esto lleva a la reformulación de las estrategias que se venían trabajando y repensar las relaciones entre líder y trabajador.

PALABRAS CLAVE

Clima Organizacional, Pandemia, Empresas, Teletrabajo.

ABSTRACT

Abstract
The organizational climate goes from being a functional strategy to a mandatory action in today's companies, because as the years have progressed, mistreatment of workers is less allowed than before. Therefore, providing a thoughtful study intimes of crisis such as the COVID-19 pandemic is essential, since normality was abruptly and obligatory changed for the common good, leading to the new normal of teleworking at home. This leads to the reformulation of the strategies that have been working and rethinking the relationships between leader and worker.

KEYWORDS

Organizational Climate, Pandemic, Companies, Telecommuting.

INTRODUCCIÓN

El clima organizacional es uno de los aspectos más fundamentales de una organización, emprendimiento o empresa legalmente constituida, ya que por medio de este se puede llegar a garantizar o incluso afectar negativamente el buen procedimiento de las cosas, el rendimiento de los empleados y el interés por realizar las actividades propuestas para el logro de los objetivos estipulados. Debido a esta descripción, este concepto ha sido foco de diversos estudios que han reunido importantes aclaraciones al respecto del significado y origen de dicho término; además de causar un gran interés por parte de académicos universitarios e individuos que se encuentran estudiando algún posgrado en el área. Esto en gran medida puede explicarse en tanto que la gran mayoría de la sociedad se ha visto afectada por algún líder/jefe que a pesar de haberse catalogado como tal, incumple con muchos principios y valores éticos, lo que termina por causar el deterioro del ambiente laboral entre los empleados y los que dirigen, desde un alto cargo, la empresa u organización.

En este sentido, se trae a colación algunas de las definiciones que se consideran más acertadas en lo concerniente al presente artículo. En primer lugar, se dice que el clima organizacional es "una dimensión de la calidad de vida laboral y tiene gran influencia en el comportamiento de los trabajadores y la productividad de una organización." (Ramos, 2012, p. 102) Esta cita contiene dentro de sí un término bastante importante que en la mayoría de las veces suele ser pasado por alto: "calidad de vida".

Es importante resaltarlo en tanto que la idea del trabajo está socialmente establecida -aunque erróneamente- como un esfuerzo que debe agotar hasta las últimas energías, es pesado y por ende, padece del más mínimo gusto; si bien esta concepción no acoge a toda la humanidad - teniendo en cuenta que sería imposible aseverarlo de tal forma con base en la cantidad de personas que habitan el mundo en diferentes situaciones, contextos y culturas- es bastante característica en la sociedad colombiana, pues de alguna u otra forma la persona que gane dinero de una forma más sencilla se le titula mofándose de él o ella como "vago"[1].

Asimismo, se escribe que el clima organizacional es

> la identificación de características que hacen los individuos que componen la organización e influyen en su comportamiento, lo que hace necesario para su estudio la consideración de componentes físicos y humanos, donde prima la percepción del individuo dentro de su contexto organizacional. (García, 2009, p. 48)

De lo anterior se destaca el carácter humano y la importancia de este en una organización en tanto que sin este recurso sería muy difícil, costoso[2] e incluso imposible crear una empresa destinada a la venta o contribución de necesidades, intereses o gustos sociales. De igual forma, el centro de las discusiones que giran en torno al clima organizacional es la persona a la cual se le debe brindar ciertos puntos para favorecer y contribuir en su correcto desempeño dentro de la organización.

Es por ello por lo que, el presente artículo tiene como finalidad reflexionar acerca de las dificultades que se presentaron en lo correspondiente al buen manejo del clima organizacional en la nueva modalidad de trabajo[3], así como se pretende analizar qué papel cumplen (o cumplieron dependiendo del caso) los cargos superiores en cuanto a la evolución o involución de las estrategias establecidas o formuladas para mantener un ambiente laboral aceptable a pesar de no tener el control total del trabajador. Para alcanzar esto es necesario tener en cuenta las percepcione que han surgido alrededor del teletrabajo, creado un paralelo entre lo que se escribía e interpretaba de éste antes de la pandemia y lo que fue vivir en realidad una jornada laboral en tiempos de COVID – 19.

DESARROLLO

El clima organizacional surge de la necesidad del reconocimiento al ser humano como parte del cambio y progreso dentro de una empresa en tanto que además de ser trabajadores o empleados de los dueños de alguna organización, son un apoyo constante para poder desarrollar los objetivos planteados por los cuales se dio inicio al proyecto empresarial. En este sentido,

> el interés por el clima organizacional se puede señalar que inicia desde que se despierta la importancia de mostrar la relevancia del ser humano en las organizaciones, es decir, con el enfoque humanista, el cual promueve una revolución conceptual en la teoría administrativa (Hernández et al, 2020, pp. 68-69)

De acuerdo con esto surge el pensamiento promotor de lo que se conoce hoy en día como Clima Organizacional que en relación con el carácter humano se añade el aspecto psicológico, pues es fundamental que los gerentes aprendan a conocer a las personas que contratan, esto con la finalidad de formar una relación de confianza mutua en el que pueda ser posible un perfecto manejo del clima laboral.

En añadidura, esta relación se hace primordial para que al momento en que se presente una situación problemática dentro de la empresa sepan, o a lo mejor puedan reunirse para indagar la mejor manera de arreglar el asunto, logrando así una cooperación entre los integrantes.

Con respecto al párrafo anterior, unas de las consecuencias más significativas que conllevaría el manejo correcto del clima organizacional es la satisfacción laboral. Salvador Juárez (2012) menciona que

> Es menester que los directivos de la organización conozcan sobre las condiciones laborales en que se desenvuelve el personal, tanto en las distintas categorías como en los diferentes turnos. Se ha demostrado que el clima organizacional y la satisfacción laboral son factores[4] determinantes en la eficacia administrativa. (p. 312 – 313)

[1] Tal es el ejemplo de los ahora reconocidos 'youtubers' o 'instagramers' que ganan dinero en la comodidad de su casa o lugar de residencia temporal, cuyo pago puede variar en menor o mayor cantidad dependiendo de la recepción de seguidores que estos tengan. La intención del presente artículo no es jerarquizar empleos ni ridiculizar a las personas que trabajen en determinada cosa, es por ello por lo que en lo que a este texto se refiere, no cabe señalar a alguna persona de merecedora o no de la buena vida que lleva gracias a un empleo no común como los mencionados anteriormente. No obstante, es de conocimiento común que en Colombia se vulneran de muchas formas a los trabajadores que pasan más de ocho (8) horas al día trabajando sin alguna remuneración económica o las personas con posgrados que les toca sobrellevar su vida con un salario mínimo. El ser humano pasó de considerarse un esclavo que se explotaba por medio del trabajo, pues se le reconocía a este como "fuerza productiva que aparecía como producto del capitalismo, de la relación de producción." (Riboldi, 2013, p. 29)

[2] En caso de que se llegara a reemplazar el recurso humano por Inteligencia Artificial, cosa que está totalmente sujeta a discusión, pues muy difícilmente esta inteligencia podría reemplazar absolutamente la labor del humano.

[3] La cual corresponde al teletrabajo.

[4] Así como también lo son comunicación, las relaciones interpersonales, interacción entre los avances tecnológicos, motivación, etc. (Chiavenato citado en Olivera et al, 2021, p.10) Además, las necesidades, el esfuerzo, las políticas, la influencia, el desenvolvimiento, la estructura macro y micro dimensionales, la evaluación, el sistema de remuneración y el proceso de toma de decisiones. (Ortega y Perdomo, 2007, p. 6)

En este momento es preciso resaltar que el papel del gerente va más allá de la vigilancia y control de que todo opere de la manera planeada, éste no es alguien ajeno a la empresa, todo lo contrario, como gerente de la organización debe estar totalmente ligado a lo que sucede día a día en ella, mostrar interés en la situación en la que se encuentran sus trabajadores y compañeros laborales no con algún fin controlador, sino porque el reconocimiento de sus compañeros le permitirá tener un menor entendimiento sobre la forma ideal en la que se puede guiar la empresa en momentos de crisis o éxito.

El trabajo con confianza entre equipos es uno de los pilares para la construcción de un proyecto, entender que muchas veces por más que se quiera no se puede lograr solo o con unos pocos.

En este contexto, el clima organizacional se vale de numerables elementos que contribuyen de manera positiva a la realización del espacio adecuado para trabajar y convivir con las demás personas a pesar de las diferencias que se puedan llegar a encontrar dentro del espacio en el que se encuentran cotidianamente para cumplir con las actividades designadas, uno de estos elementos es el liderazgo, que si bien puede interpretarse como algo aparte del tema en cuestión, es una opción favorable para la comunidad empresarial en general. La influencia que este aplica al clima organizacional pues "El líder (...) es quien influye en los trabajadores, interviniendo en el actuar de estos de tal forma que genera una motivación que permite el máximo desempeño en busca de la excelencia organizacional." (Serrano y Portalanza, 2014, p. 123) Además, el liderazgo se relaciona directamente con la dirección y la gestión para realizar una buena dirección de la empresa en tanto que el liderazgo "se describe como el arte de hacer que las cosas se hagan." (Iglesias y Torres, 2018, p. 205)

Hay que reconocer entonces que dentro el espacio laboral se deben garantizar ciertos aspectos para alcanzar un ambiente laboral satisfactorio. Empero, en tiempos de pandemia puede que se hayan llegado a vulnerar dichos aspectos por el cambio de espacio y pérdida de control constante entre el líder o jefe de la organización y los empleados que están bajo la revisión de este.

Debido a este cambio brusco entre la jornada laboral en un espacio totalmente ajeno, aunque ya conocido para el trabajador, a la 'comodidad' de su casa representó en el campo laboral un desligamiento de las costumbres y estrategias metodológicas que se venían implementando en la cotidianidad del trabajo. En tiempos de pandemia a causa del COVID – 19, la jornada laboral, la asignación de tareas y reuniones de los trabajadores se vio afectada por las tareas en simultáneo que presentaban aquellas personas que fueran padres y madres de menores de edad que tenían que cumplir igualmente con ciertas actividades escolares; además de las tareas básicas del hogar como mantenerla limpia, alimentar a los integrantes de la familia y mantener al cuidado de sus hijos(as). Sin embargo, previo a desarrollar este tema es menester discutir entorno a la concepción de teletrabajo antes y después de la crisis sanitaria.

En el texto Teletrabajo una Propuesta de Innovación en Productividad Empresarial (2019) se lee que (...) "el Teletrabajo en el mundo actual es conocido como la sociedad industrial inicia el cambio y modifica las formas de vivir generando la evolución humana trayendo consigo diferentes cambios significativos como la comunicación de calidad" (Molina et al, citado en Sánchez et al, 2019, p. 94) Así pues, también se escribe que

> la evolución del mundo socio laboral en el último siglo ha generado nuevas formas de desempeño laboral, en las que el vínculo físico entre el lugar de trabajo y las tareas que deben realizarse se hace cada vez más difuso (...) el teletrabajo se incorpora a la actividad empresarial como una opción que incluye una extensa variedad de posibilidades, pero también de riesgos para la salud del trabajador (...) (Herrero et al, 2018, p. 288)

En este orden de ideas, en el texto titulado El Teletrabajo: Una Opción en la Era Digital (2010) destacan dos cuestiones particulares que indican ciertas variantes entre lo que se piensa acerca de lo que es en sí el teletrabajo: en primer lugar, se parte del factor distancia, sobre el cual se dice que entre lo que han planteado varios pensadores se dice que trabajar en un terreno cercano a la oficina o lugares específicamente dispuestos tecnológicamente por la misma organización; en segundo lugar, se menciona que teletrabajo no es únicamente lo anterior, sino que puede ser denominado como tal aquel trabajo realizado desde un lugar fuera del establecimiento laboral; por último, escribe en torno al hecho de no estar como tal en el lugar de trabajo pero sí se está conectado seguidamente con la empresa por medio de herramientas TIC es de igual forma, tele trabajar. (Havriluk, 2010, p. 97)

Ahora bien, teniendo en cuenta varias opiniones que giraron en torno a lo que se piensa sobre el teletrabajo antes de la pandemia por el COVID – 19 es necesario realizar un énfasis en que en un principio el teletrabajo se presentó ante la sociedad como parte de la evolución humana y de hecho se pensó que podría ser una opción viable e innovadora para los cambios que ha generado el crecimiento de la economía y población mundial, las cuales tienen como objetivo "enfrentar los retos que nacen con métodos que se adapten fácilmente al cambio." (Joyce, Konrad et al, citado en Ramírez y Perdomo, 2020, p. 97)

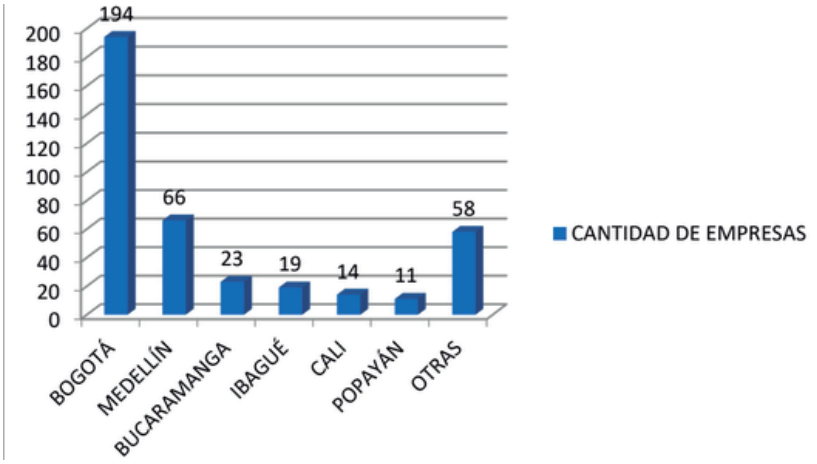
A pesar de ello, en Colombia sí ha sido posible centrar la atención de las empresas nacionales públicas y privadas a esta modalidad, el número ya radica en 385 empresas que han acogido esta alternativa para su empresa, entre las cuales se encuentran reconocidas a nivel internacional como la empresa de aviación Avianca, Bancolombia, así como también las Aduanas se han visto relacionadas con el teletrabajo, Alcaldías, Dirección de Impuestos entre otros.

En la siguiente gráfica se evidencia la cantidad de empresas por ciudades de Colombia que han aplicado esta modalidad incluso antes de la pandemia:

[5] Lo cual no quiere decir que sea inválido, insuficiente o imposible, no se pretende tachar a las personas que trabajan solas o con pocos compañeros pues en algún momento las más grandes empresas fueron pensadas y ejecutadas por "una sola cabeza". Lo que se busca al momento de escribir esto es que más que lograr los objetivos a pesar de los inconvenientes y a toda costa pasando por encima de las personas, es importante formar equipos, una comunidad de trabajo que confíe en la organización y trabaje a gusto para cumplir, de la mano de sus compañeros de trabajo, la misión de la empresa.

<< **Figura 1.**

Cantidad de Empresas que trabajan en modalidad de teletrabajo



Fuente: González, J. (2017). Incidencia del Teletrabajo en el Clima Organizacional de las Empresas.

Por otro lado, el cambio de modalidad abrupto y obligatorio dejó a un lado la normalidad a la que los trabajadores ya estaban acostumbrados, así como también se vio reformulada la cantidad de tareas laborales que se deben realizar, como por ejemplo en el caso de los docentes que a causa de la cuarentena obligatoria se vieron afectados por la incrementación de asesorías, material para actividades y tiempo de preparación para desarrollar una sesión de clase tal y como lo afirma un proyecto enfocado en la recolección de datos con base en la opinión de algunos docentes[6]

> estos manifiestan que se ha visto afectado su tiempo familiar y que a pesar de estar en casa dedican más tiempo al teletrabajo que el que dedicaban presencialmente, lo que podríamos evaluar como una afectación negativa en su calidad de vida personal y familiar; también manifiestan otros puntos negativos para su calidad de vida como lo son el aumento en el volumen de su trabajo y aumento en las horas empleadas en su labor lo que conllevaría a verse notablemente afectada su calidad de vida. (Hernández et al, 2020, p. 25)

En esta misma línea, es posible que se puedan entrever otro tipo de desventajas y dificultades que se presentan en esta modalidad virtual, pues muchas veces no se suelen prestar las condiciones laborales que son, es decir, no se dispone de material inmobiliario, como por ejemplo escritorios, sillas y material de oficina; así como tampoco se prestar apoyo económico para el pago del servicio de luz, teniendo en cuenta que el incremento es mucho mayor ya que cualquier herramienta digital como computador de mesa, Tablet o portátil depende de una carga consecutivamente para poder cumplir con las tareas; además, puede ocurrir que la comunicación y el diálogo entre la misma familia pueda llevar a cabo conflictos de diversas raíces que perjudican el ambiente familiar y el laboral, ya que estos dos se unieron forzosamente. (Marroquín, 2020, pp. 9 – 10)

Aunado a esto, el balance entre la vida laboral y personal (familia, amigos) se vio fuertemente problematizada y desequilibrada durante la pandemia, aunque anterior a esta crisis las empresas consideraban el balance entre la vida familiar y laboral como Algo totalmente fuera de su área de responsabilidad. Lo que haga o deje de hacer cada trabajador fuera de la empresa no es de su incumbencia (...) lo que importaba era que el colaborador cumpla con las tareas encomendadas y logre los objetivos que se le habían trazado. (Zurita, 2021, p. 16)

En este orden de ideas, los directivos de las organizaciones se encontraron con la realidad de tener que reformular las estrategias, metodologías y normas con las que venían rigiendo la entidad, esto no sólo por evitar que la empresa decaiga, sino para mantener en mayor medida posible la eficacia laboral de sus trabajadores; empero, la dura realidad mostró el desinterés por resguardar el empleo de muchos colombianos en distintas empresas de gran reconocimiento a nivel nacional. De acuerdo con El Tiempo (2020):

> la tasa de desempleo en mayo fue de 21, 4%, es decir, más alta que la registrada en abril (19,8%). (...) Oviedo[7] destacó que el 43,5 por ciento de los desocupados que registra el mercado laboral en mayo (en total son 4'694.000) perdieron su empleo por la pandemia.

No suficiente con ello, se lee de manera simultánea que (...) "las mujeres perdieron más empleos en algunos de los sectores económicos más golpeados." Además de verse incrementado de manera significativa el "trabajo doméstico no remunerado, debido a las medidas de aislamiento preventivo que cerraron los colegios y suspendieron los servicios domésticos remunerados." (El Tiempo, 2020)

[6] Profesores del Colegio Militar Academia Pantano de Vargas.
[7] Director del DANE.

DISEÑO METODOLÓGICO

Se realizó una revisión de tipo documental, sobre el tema de Clima Organizacional y Teletrabajo en tiempos de pandemia a causa del COVID-19. A partir de la construcción de un material bibliográfico fundamentado y verídico, se recopiló y sistematizó la documentación publicada en diferentes fuentes como Google Scholar, SciELO, Redalyc, Dialnet, proyectos de investigación, artículos de revista y noticias redactadas en periódicos nacionales; mayoritariamente de los dos últimos años que determinó y marcó para siempre la historia de la humanidad, empero se tuvieron en cuenta ciertos textos escritos mucho antes de la pandemia para brindar una contextualización y realizar un paralelo entre lo que se creía respecto al teletrabajo y lo que fue la realidad forzada.

La búsqueda está compuesta por artículos resultados de investigación(8), un libro informativo(1), artículos reflexivos(6), informativos, (3)analíticos(5) , descriptivos(2)que permitieron una recolección de información suficiente para plantear las ideas a favor del manejo del clima organizacional en relación con el teletrabajo en tiempos de crisis mundial; recolectados por medio de bases de datos online bastante amplia que permitió la comprensión de la temática desde varias perspectivas y contextos diferentes. Por lo tanto, el presente artículo cuenta con una metodología mixta, pues se vale de la metodología cuantitativa, en cuanto se requirió la lectura previa de material bibliográfico de carácter no numérico, así como también fue útil la metodología cuantitativa para mostrar la brecha laboral que dejó la pandemia en el territorio colombiano.

REFLEXIÓN

El clima organizacional trasciende los parámetros del campo laboral predispuesto en determinado lugar. Durante la pandemia fue más que visible, pué el espacio laboral cambió y por ende, la percepción entorno al trabajo en casa, el manejo de le empresa y demás también se vieron afectados por estos cambios. Es interesante evidenciar que en algunas bases de datos o revistas virtuales de psicología y otras ciencias médicas se tratan, estudian y problematizan temas como el clima organizacional. Esto permite demostrar que las relaciones laborales que se formen -de forma positiva o negativa, es decir, que las relaciones que se lleguen a formar pueda contribuir positivamente al desarrollo de la empresa o afecte negativamente la convivencia de esta.

Hay que comprender que las acciones frente a las otras personas influyen en el pasar y accionar de sus días, somos seres sociales, sentimentales, por lo tanto hay que procurar mantener la mejor comunicación posible de las cuestiones que se quieran mejorar, sobre todo en el contexto organizacional y aún más, en tiempos de pandemia. Es por ello por lo que, la importancia de implementar y comprometerse un programa para “mejorar el clima laboral de sus colaboradores y más en tiempos de pandemia en donde el trabajo remoto y altas jornadas laborales se han convertido en la nueva normalidad.” (Canales et al, 2021, p. 139)

En estos términos, se trata de dejar a un lado la idea de control y manejo, no sólo porque esto afecta las estrategias o metodologías que se pretendan implementar de manera hiper normativa y limitadora, sino porque la pandemia incitó a la reformulación casi total de esta cotidianidad, el espacio ya no es el mismo, no se puede ejercer el mismo control que se hacía en un contexto previo a la crisis. Aquel que pretenda llegar a ser gerente o jefe de un grupo de personas debe ir actualizándose a la par con el tiempo, pues tanto las necesidades como las obligaciones y propósitos de las sociedades empresariales van cambiando y apuntando a nuevos mercados innovadores y llamativos a la vista del público que en contraposición con las empresas, se actualiza a una velocidad mayor.

En un estudio sobre un equipo femenino de fútbol en México en tiempos de COVID-19 mencionan algo fundamental al momento de hablar sobre clima organizacional y es algo que el sentido del presente artículo defiende severidad: “cuando las jugadoras se sienten involucradas en la organización, reflejan un buen desempeño dentro y fuera del terreno de juego.” (Moguel et al, 2021, p.7) La comunidad empresarial es algo similar a un equipo deportivo, todos van en busca de un mismo objetivo – el cual puede ser tanto el desarrollo personal y el empresarial- y trabajan como equipo para lograrlo, pues en estas uniones es casi imposible individualizar las acciones y propósitos, aunque se entiende, en efecto, que cada sujeto tiene uno por sí mismo. Se intenta demostrar aquí que los objetivos individuales se pueden unir para logar un objetivo común que una aún más las sociedades organizacionales. Tener conocimiento sobre el clima organizacional puede apoyar estos objetivos, pues los trabajadores “son los protagonistas de crear el desarrollo eficaz en la organización. (...) influye en la satisfacción y productividad.” (Jojoa, 2017, p.9)

“Hay talentos con los que se nace y que se van perdiendo con el tiempo, tales como conflicto y negociación, creatividad e innovación, trabajo en equipo y liderazgo (...)” (García, Y. y Tabares, D. et al, 2020, p. 48). Al igual que en las escuelas o instituciones educativas, las personas que ingresan a las organizaciones no deberían perder el interés por aquello que les gusta y han estudiado varios años de su vida, por el contrario, es tarea de la comunidad desarrollar los talentos de las personas que trabajan aquí cotidianamente.

Por último, es necesario mencionar a Recursos Humanos y la importancia de su participación en este contexto, pues de ellos depende gran parte del buen clima organizacional, no sólo porque estos son los encargados de tener más contacto con los trabajadores empresariales. En este sentido, cada espacio debe estar pensado para que se pueda desarrollar de la mejor manera las relaciones entre las personas, sean estas ajenas o internas a la organización. Por ende “el ambiente laboral debe diseñarse pensando en aspectos tangibles como es la decoración de los espacios, el olor, los colores, el tamaño, la maquinaria, entre otros y adicional a esto los aspectos intangibles como lo son las relaciones interpersonales que tienen tanto efecto en el ser humano.” (Galvis, 2020, p. 12)

>>

CONCLUSIONES

- Estos puntos a pesar de que no se pueden cumplir al pie de la letra en medio de una pandemia y el trabajo en casa, es fundamental no desligar el recurso humano de las metodologías y normativas de la empresa y los programas de acompañamiento y apoyo, como se ha mencionado anteriormente, las empresas deben subsanar las problemáticas que se le presenten al trabajador que le impiden realizar sus actividades de manera cómoda y concreta.
- Nadie estaba preparado para una crisis de semejante magnitud y llega a ser de algún modo entendible el hecho de que algunas empresas hayan prescindido del apoyo de una persona, pues el choque económico y social fue bastante grande, tan así que aún se siguen viendo las consecuencias de la crisis, el atraso económico y laboral que ha llevado a una gran brecha entre los trabajadores, mayor "contratación" ilegal que muchas veces no es remunerada, contratación de extranjeros para la explotación, acoso laboral, mal ambiente laboral por parte de la insistencia de los jefes en el cumplimiento de tareas, problemas psicológicos de los trabajadores, entre otros innumerables problemas que ha ocasionado el confinamiento.
- La constante comunicación entre las partes es una de las cosas más importantes que debe existir en el campo labora, pues de ninguna otra forma se podrían enlazar a las personas y formar con base en la unión convivencial un reconocimiento mutuo de las habilidades, destrezas o dificultades entre los mismos compañeros.

Referencias bibliográficas

Avella, J., Hernández, C. y Suárez, I. (2020). Influencia del Cambio de Modalidad Laboral (Teletrabajo) y el Aislamiento en el Bienestar y Calidad de Vida durante la Emergencia por COVID-19. Disponible en: https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2095/Proyecto.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Canales, A., López, J. y Napán, A. (2021). Clima Organizacional y el Desempeño Laboral durante el COVID-19. Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA, 6(1), 124-142. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7941178

Castañeda, I., Mejias, G., Long, C., & Catillo, G. (2020). Cinco premisas para los sistemas de gestión del trabajo a distancia en tiempos de pandemia. Infomed. Disponible en: http://www.revcalixto.sld.cu/index.php/ahcg/article/view/567

Chiang, M., Martin, M., & Nuñez, A. (2010). Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. Universidad Pontificia Comillas. Disponible en: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=v_sFY1XRFaIC&oi=fnd&pg=PA142&dq=CLIMA+ORGANIZACIONAL&ots=Trb3us_MJT&sig=ZBstVDAxPElNiJkyAko-xyJ9a4Y#v=onepage&q=CLIMA%20ORGANIZACIONAL&f=false

Cubas, L. (2021). Liderazgo transformacional y su influencia en el clima organizacional durante la pandemia Covid19 en un Hospital de Lima, 2021. UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL, 1-64. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70252

Dominguez, L., Ramirez, A., & Garcia, A. (2013). El clima laboral como un elemento del compromiso organizacional. Dialnet, 59-70. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4721419

El Tiempo. (2020). 43,5% de la Población Desocupada Perdió el Empleo por la Pandemia. [fecha de consulta 29 de noviembre 2021]. Disponible en: https://www.eltiempo.com/economia/sectores/coronavirus-y-cuarentena-cifras-del-desempleo-en-colombia-en-mayo-de-2020-512906

Esquivel, J., Martínez, G. y Silva, F. (2020). Clima Organizacional. Aspectos Básicos de su Origen y Definición. Revista Ciencias de la Documentación, 6(2), 66-77. http://cienciasdeladocumentacion.cl/pdf01/ART%204%20V0L6JULDIC2020.pdf

Galvis, M. (2020). El Nuevo Reto del Área de Recursos Humanos para Mantener un Buen Clima Organizacional en Época de Pandemia. [Tesis de Pregrado, Universidad Militar Nueva Granada] Repositorio Unimilitar. Recuperado de: http://hdl.handle.net/10654/36748.

García, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Cuadernos de Administración, 42, 43-65. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-46452009000200004&script=sci_abstract&tlng=en

García, Y., Tabares, D. et al, (2020). La Cultura y el Clima de las Organizaciones en Época del Confinamiento a Causa del COVID-19. CIE, 1(9), 45-56. Disponible en: https://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/CIE/article/view/4085

Gélvez, T., Hernández, H. y Herrera, P. (2020). Hay Más Desempleo en Mujeres que en Hombres. El Tiempo. [fecha de consulta 29 de noviembre 2021]. Disponible en: https://www.eltiempo.com/economia/sectores/mujeres-sufren-mas-desempleo-de-los-hombres-segun-el-dane-540014

González, J. (2017). Incidencia del Teletrabajo en el Clima Organizacional de las Empresas. [Tesis de Pregrado, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Unimilitar. Disponible en: https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/17034

Guilcatoma, P., Plaza, M., Lara P. y Pizango, F. (2021). Pensamiento Estratégico para la Gestión del Teletrabajo ante la Pandemia por COVID – 19. Revista del Grupo de Investigación en Comunidad y Salud, 6(3), 180- 192. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8083627

Havriluk, L. (2010). El Teletrabajo una Opción en la era Digital. Observatorio Laboral Revista Venezolana, 3(5), 93-109. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3252786

Herrero, V., et al. (2018). El Teletrabajo en Salud Laboral. Revista CES Derecho, 9(2), 287-297. https://doi.org/10.21615/cesder.9.2.6

Iglesias, A. y Torres, J. (2018). Un Acercamiento al Clima Organizacional. Revista Cubana de Enfermería, 34(1), 197-209. Disponible en: http://www.revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/1257/336

Jojoa, A. (2017). Importancia del Clima Organizacional en la Productividad Laboral. [Tesis de Pregrado, Universidad Militar Nueva Granada] Repositorio Unimilitar. Disponible en: https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/16749

Juárez, S. (2012). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral. Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social, 50(3), 307-314. Disponible en: https://www.redalyc.org/pdf/4577/457745495014.pdf

Marroquín, W. (2020). El Teletrabajo en el COVID-19. Revista de Divulgación Científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica, 9(2), 65-76. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746439

Moguel, K y Enríquez, L., Álvarez, G., Cossio, M. y Hernández, P. (2021). El Clima Organizacional en Tiempos de COVID-19. Universidad Autónoma de Chihuahua. Revista de Ciencias del Ejercicio, 16(1), 1-7.Disponible en: https://revistafod.uanl.mx/index.php/rce/article/view/45

Olivera, G. et al. (2021). Clima Organizacional y su Influencia en el Desempeño Laboral de los Trabajadores. Revista Ciente UCSA, 8(2), 3-12. https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.02.003

Ortega, S. y Perdomo, J. (2007). Factores Influyentes en el Clima Organizacional y Estrategias para Lograr un Buen Funcionamiento Interno en la Organización. [Tesis de Diplomado, Universidad de la Sabana] Disponible en: https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/2258

Ramírez, J. y Perdomo, M. (2020). Ventajas y Desventajas de la Implementación del Teletrabajo, Revisión de la Literatura. Sistema de nvestigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación. Disponible en: http://revistas.sena.edu.co/index.php/competitividad/article/view/2681/3200

>>

Ramos, D. (2012). El Clima Organizacional, Definición, Teoría, Dimensiones y Modelos de Abordaje. Universidad Nacional Abierta y a Distancia: Colombia. Disponible en: https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/2111/Monografia%20Clima%20Organizacional.pdf;jsessionid=3367510FCE18B6BC8AD1902B183B18EC.jvm1?sequence=1
Riboldi, M. (2013). El Rol del Psicólogo en el Ámbito Laboral. [Trabajo de Pregrado, Universidad Empresarial]. Repositorio UE Siglo 21. Disponible en: https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/11994/TFG-_El_rol_del_Psic%C3%B3logo_en_el_%C3%A1mbito_laboral..pdf?sequence=1&isAllowed=y
Sánchez, G. y Montenegro, A. (2019). Teletrabajo, una Propuesta de Innovación en Productividad Empresarial. Digital Publisher, 4 (5-1), 91-107. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144041
Segredo, A. (2013). (Dominguez, Ramirez, & Garcia, 2013). SCIELO, 385-393. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662013000200017
Serrano, B. y Portalanza, A. (2014). Influencia del Liderazgo sobre el Clima Organizacional. Suma de Negocios, 5(11), 117-125. https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70026-6
Zurita, A. (2021). Balance Vida Familiar y Laboral: Experiencias de Padres en Teletrabajo. [Tesis de Pregrado, Universidad Casa Grande]. Repositorio Digital. Disponible en: http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2730

FICHA TÉCNICA
NOMBRE DEL PROYECTO: Clima Organizacional en tiempos de pandemia: Reflexión en torno al teletrabajo.
PROGRAMA ACADEMICO: Tecnología en Negocios y Mercado Y Administración de Empresas.
LIDER DEL PROYECTO: Sergio Andrés Gómez Mutis
CORREO ELECTRONICO: sergio.gomezm@uniminuto.edu
INVESTIGADORES: Francisco Javier Romero, Youlin Andrea Manrique, Karen Yurani Almeyda Flórez
CORREO ELECTRONICO: francisco.romero-t@uniminuto.edu.co, ymanriqueba@uniminuto.edu.co, kalmeydaflo@uniminuto.edu.co



ISSN 2619 - 4554



REFLEXIONES ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LOS ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA SU IMPLEMENTACIÓN

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como bien se sabe es un compromiso de las empresas con la sociedad, enfocándose en la reducción de impactos negativos y el crecimiento de la empresa, representando un aspecto positivo para el control de las actividades en las empresas y las personas. En el siguiente artículo se reflexiona sobre los aspectos a tener en cuenta para implementar la RSE en las empresas, se describe el complemento que presenta el uno frente al otro como una nueva alternativa de crecimiento y desarrollo.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social Empresarial, RSE, implementación, empresa, sociedad, efectos.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR), as is well known, is a commitment of companies to society, focusing on reducing negative impacts and the growth of the company, representing a positive aspect for the control of activities in companies and companies. persons. The following article reflects on the aspects to take into account to implement CSR in companies, describes the complement that presents one in front of the other as a new alternative for growth and development.

KEYWORDS

Corporate Social Responsibility, CSR, implementation, company, society, effects.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social durante el pasar de los años, se ha convertido en una capacidad y obligación de dar respuesta sobre las acciones generadas hacia una sociedad generando una satisfacción propia y a las partes involucradas (Saldaña, Aguilar, Huarcaya, Minnicelli, & Acuña, 2017). Debido a la globalización y a la alta demanda por parte de la sociedad de contar con productos y servicios eficientes y que aporten a la conservación del medio ambiente, e puede inferir entonces, el gran interés de las empresas por contribuir a la satisfacción del mismo mediante la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

De esta manera se puede ver a la RSE como un valor agregado para la compañía permitiéndole evaluar el grado de impacto que tiene sobre la sociedad y el medio ambiente y así, poder generar alternativas de mejora que le faciliten entrar a competir en el mercado que abarca, pero esto depende de la gestión que se le dé, debido a que su implementación presenta una serie de efectos tanto en sus colaboradores como a la empresa.

>>

DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

De acuerdo con Arango (2015) la responsabilidad social dentro de una empresa se divide en dos dimensiones que son la interna y externa, en donde, la primera se compone de la generación de buenas prácticas laborales y sociales que afectan directamente a sus colaboradores y representantes.

La segunda se relaciona al impacto en las sucursales, socios comerciales, cadenas de suministro, entre otros (págs. 15-17).

Se logra entonces identificar que además de satisfacer e impactar positivamente a la sociedad y el medio ambiente, también es necesario generar un impacto a los colaboradores desde el rango más bajo hasta el más alto fortaleciendo la gestión de talento humano que repercute en la gestión organizacional logrando una satisfacción colectiva dentro y fuera de la empresa.

ACCIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Para Camacho, la RSE comprende de un logro de objetivos de nivel económico; el generar un aporte a la sociedad y a sus colaboradores, el cumplimiento de la ética y la normatividad que rige la empresa. Al referirse a los colaboradores habla del enfoque en la capacitación de estos hacia asuntos relacionados con la optimización personal; familiar y social, el aseguramiento de las condiciones laborales y de salud, y de la toma de decisiones frente a cuestiones ambientales y éticas (Solís, 2015).

Camacho afirma que los aspectos y/o las acciones a tener en cuenta para una verdadera RSE que permita contribuir a un desarrollo sostenible principalmente en el tema ambiental son:

Tener una política de uso racional de los recursos que evite el derroche, minimizando así los problemas de basura e impacto ambiental.
Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.
Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida en que sea posible.
El manejo ético de la imagen de los productos en los diferentes medios publicitarios.
Crear sistemas de aislamiento de la contaminación, del ruido, de la generación de olores que creen molestia y similares a los vecinos del sector.
Encargarse de algunas zonas verdes de la comunidad.
Apoyar actividades de servicio comunitario del sector, escuelas, parques, deportes y otros, en la medida de sus capacidades.
Mejorar procesos productivos no contaminantes.
Crear sistemas de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente, por la contaminación de chimeneas u otras formas que afectan el suelo, el aire y las aguas. (Solís, 2015, pág. 12)

Adicionando a lo anterior el manejo responsable de la economía en la empresa, se puede inferir entonces, que para que una empresa logre entrar a competir en el mercado global con un valor agregado como es la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial , debe tener un equilibrio entre la búsqueda de generar utilidades, cumplir con la normatividad exigida, ser éticamente justo y equitativo tanto con sus colaboradores como con el entorno, y por ultimo debe fomentar dentro y fuera de la empresa la actuación e incorporación de acciones responsables que reduzcan los impactos negativos en el medio ambiente y la sociedad que lo conforma.

Es importante tener en cuenta en las acciones, las áreas que se involucran para su desarrollo, de acuerdo con la Fundación Cordón del Plata (2014) son cinco áreas esenciales las cuales son: los valores y principios éticos, condiciones de ambiente y trabajo, apoyo en la comunidad, protección al medio ambiente y por último el marketing responsable (pág. 6). Como puede interpretarse con la información anterior es que las acciones van encaminadas a estas áreas, en donde cada una de las primeras hacen cumplir las segundas, de esta manera se pueden entender estas áreas como indicadores de evaluación de cumplimiento de la RSE.

FACTORES DETERMINANTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

De acuerdo con la Corporación Universitaria Asturias (2018) para que una empresa logre acoplar su modelo de gestión a los esquemas requeridos por la RSE debe conocer que cambios son los que guiara a la empresa para impactar social y medioambientalmente. Para esto, se tienen en cuenta enfoques como son el empresarial, social, legal y político (pág. 4).

Para Sáenz, García, & Alejandro (2019) determinaron que el tamaño, desempeño financiero y el riesgo, son esenciales para el logro de la implementación de RSE en la empresa.

Donde un endeudamiento financiero afecta negativamente dicha implementación debido a la inflexibilidad para financiar actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial (págs. 199-200).

Se puede ver entonces una gran relación entre las dimensiones, las acciones y los factores, la cual es que se centra en temas económicos, sociales, empresariales y legales, los cuales deben aportar a una adecuada gestión estratégica que genere una sostenibilidad a la empresa sin disminuir la rentabilidad de esta.

>>

RSE Y SU IMPORTANCIA PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

La RSE puede verse como una respuesta a la crisis del pensamiento administrativo, presentándose, además, como un insumo enfocado a mejorar la crisis ambiental, puesto que plantea la importancia de unificar objetivos; económicos, ambientales y sociales, rompiendo con paradigmas tradicionales para dar paso a lógicas integrativas que buscan estrategias unificadas en la sociedad para crear valor compartido (Gaviria, 2016, pág. 69).

De acuerdo con María (2016) “la competitividad es una variable dependiente de varios aspectos (macro, micro, meta y mesa) debido a esto, la Responsabilidad Social Empresarial no es el único elemento que puede propiciar mejorías en la competitividad, pero si es uno de ellos e influye en gran medida, puesto que impacta varios elementos de la competitividad empresarial”. (pág. 70).

Para Lourdes (2014) “La RSE o sostenibilidad está ligada a otros términos como innovación, reputación o productividad: valores que, a su vez, hacen incrementar la competitividad de las empresas que los aplican. Se manifiestan en forma de reducción de costes por el aumento de la eficiencia, de nuevas vías de negocio con productos y servicios sociales y sostenibles,

Anticipando riesgos o incrementando la confiabilidad vía transparencia y buen gobierno” (pág. 1). De acuerdo con estas dos autoras, la competitividad es un factor adicional que se puede adquirir mediante una planeación estratégica de implementación de RSE en la empresa ya que de esta manera se reducen costos y se aumenta la productividad minimizando y anticipándose a riesgos y generando una confiabilidad al cliente por sus ventajas ambientales y sociales.

GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS DE LA RSE

Otro aspecto a tener en cuenta son los grupos de interés el cual se puede definir de acuerdo al modelo de gestión desarrollado en la Universidad Externado como “una persona, grupo o entidad que es impactada directa o indirectamente en las actividades de negocios de la empresa y por lo general están compuestos por la comunidad, los empleados y sus familias, los accionistas, los clientes, los proveedores, etc.” (LÓPEZ, MARIÑO, & CORONELL, 2012, pág. 17).

Al igual que el modelo, para Leisa (2016), son aquellas personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de las organizaciones y con algún interés legítimo sobre las mismas, entendiéndose, así como los receptores directos del comportamiento socialmente responsable de la empresa, de esta manera.

Constituyen el entorno inmediato de la responsabilidad social empresarial y condicionan el desarrollo de esta (pág. 32).

Esto quiere decir que son todas aquellas personas que se encuentran involucradas ya sea en el proceso inicial o final de la empresa, es decir, es toda persona que participa en alguno de las actividades de la empresa desde la adquisición de materia prima hasta la venta del producto final. Pero además de esto y dentro del contexto de RSE, los grupos de interés son los que perciben el adecuado manejo del respeto por los derechos humanos y ambientales, aportando a la solución de problemas que inquietan a la sociedad.

DISEÑO METODOLÓGICO

Se realizó una revisión de tipo documental, sobre el tema La Responsabilidad Social Empresarial. A partir de la construcción de un estado del arte, se recopiló y sistematizó la documentación publicada en diferentes fuentes como Google académico, repositorios académicos, textos y bases de datos de los últimos cinco años.

La elaboración del presente escrito, ha sido realizada cien por ciento por medio de la búsqueda compuesta por artículos resultados de investigación y artículos de revistas.

Agrupado así:

Articulo reflexivo:1%
Articulo Investigativo:8,9%
Articulo Revision:10 %
Informe Universitario 40%
Libro 20%

CONCLUSIÓN

Podemos entender de acuerdo con lo anterior que la RSE se ve como una forma de actuar de la empresa de manera ética e integradora con los grupos de interés mediante la implementación de procesos propio de la organización que generen un impacto tanto interna como externamente facilitando el desarrollo de la empresa y la comunidad que lo conforma.

Como se evidencio anteriormente, la Responsabilidad Social que integra una empresa da a entender que la misma se encuentra comprometida hacia la sociedad, generando un equilibrio entre el desarrollo económico y el bienestar social minimizando impactos negativos en la gestión de recursos y en las personas involucradas, a su vez puede representar una estrategia competitiva de sostenibilidad para entrar en un mercado global.

>>

Es de importancia aclarar que la aplicación de la RSE en la empresa es por voluntad de la misma, por esta razón se debe estar muy decidido y razonar en cuanto a los beneficios que presenta su implementación frente a los obstáculos que puede presentar en la gestión estratégica de la compañía.

Bibliografía

Arango, I. C. (2015). Reflexiones acerca de la responsabilidad social empresarial desde su dimensión laboral. Revista Año XIV, N.º 30, 9-21.
Asturias Corporación Universitaria. (2018). Factores Determinantes de la Responsabilidad social de la Empresa. Madrid: Asturias Corporación Universitaria. Obtenido de https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/responsabilidad_social_empresa/unidad3_pdf1.pdf
Barros, M., Retamozo, M., & González, D. (2016). Responsabilidad social empresarial. Semilla Dice, (1).
Del Valle, S. S. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. Dimensión empresarial, 9(2), 6-15.
Duarte, F. (2015). Responsabilidad social empresarial. Revista Lidera, (10), 41-45. Recuperado a partir de https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/18221
Fernando, S., & García, E. (2012). Beneficios de aplicar políticas de responsabilidad social empresarial. SCIELO. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-01382012000100001
Fundación Cordón del Plata. (2014). MANUAL DE PRIMEROS PASOS EN RSE. Bolivia: Fundación Cordón del Plata. Obtenido de http://www.cepb.org.bo/urse/wp-content/uploads/2014/12/15.pdf
García, A. L. I. N. A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. Revista futuros, 5, 17.
Gaviria, M. A. (2016). Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad: Estado del arte sobre su relación. Pereira: Universidad Católica de Pereira. Obtenido de https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/4220/1/DDMAE37.pdf
Gutiérrez Serrano, N. G. (2009). Valores universitarios y profesionales de los estudiantes de posgrado de la UNAM. Perfiles educativos, 31(126), 141-146.
Ibarra Rosales, G. (2007). Ética y valores profesionales. Reencuentro. Análisis De Problemas Universitarios, (49), 43-50. Recuperado a partir de https://reencuentro.xoc.uam.mx/index.php/reencuentro/article/view/622
Leisa, P. (2016). Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial. Argentina: Universidad Siglo 21. Obtenido de https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13053/PRESUTTARI%20Leisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
López, G. A., Mariño, m. r., & Coronell, M. (2012). Modelo de gestión de rse para empresas. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. Obtenido de https://administracion.uexternado.edu.co/matdi/Otros/responsabilidadSocial/herramientas/1.%20Modelo%20General.pdf
Mendoza Castro, A., Martínez Hernández, O., & Rodríguez Fajardo, X. (2014). Formación de valores ético-morales en el profesional de la salud. Revista Médica Electrónica, 31(6), 645-649. Recuperado de http://www.revmedicaelectronica.sld.cu/index.php/rme/article/view/689
Moya, J. R. V., & Villacrés, M. B. J. (2011). La Responsabilidad Social como modelo de gestión empresarial. Eídos, (4), 92-100.
Quiroz, L. M. (2014). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Incrementa la competitividad de las empresas que lo aplican de una manera estratégica. España: EOI.
Razeg, F. C. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. Estudios gerenciales, 26(117), 119-130.
Sáenz, A. B., García, M. d., & Alejandro, K. A. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. Análisis Económico, vol. XXXIV, núm. 86, 86-197. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/pdf/ane/v34n86/2448-6655-ane-34-86-197.pdf
Saldaña, G. N., Aguilar, V. R., Huarcaya, S. L., Minnicelli, A., & Acuña, J. (2017). Razones y Propósitos para Incorporar la Responsabilidad Social en la Formación de Personas y en Organizaciones de Latinoamérica. Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva, 51-72. Obtenido de https://www.scielo.cl/pdf/rlei/v11n2/art05.pdf
Schwalb, M., Ortega, C., & Garcia, E. (2003). Casos de responsabilidad social. https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/198
Solís, J. I. (2015). Las normas de responsabilidad social. su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. Revista Latinoamericana de Derecho Social, 3-29. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/pdf/rlds/n20/1870-4670-rlds-20-00003.pdf
Sandra Janneth, M. R., & Marcela Vargas Ordoñez. (2016). Propuesta para gestionar la responsabilidad social empresarial en las tiendas “Juan Valdez” en Colombia. Signos, 8(2), 81-103. doi:http://dx.doi.org/10.15332/s2145-1389.2016.0002.04.
Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M., & Azuero-Rodríguez, A. R. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: El caso de las pymes. Estudios Gerenciales, 36(154), 80-90. doi:http://dx.doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3547.
Benvenuto, O. O., Cahwje, J. A., & Carro, R. R. (2015). Responsabilidad social empresarial y beneficio empresarial. Contaduría Universidad De Antioquia, (67), 83-103. Retrieved from https://www.proquest.com/scholarly-journals/responsabilidad-social-empresarial-y-beneficio/docview/1841219593/se-2?accountid=48797.
Marquina Feldman, Percy; Reficco, Ezequiel Estudios Gerenciales, vol. 31, núm. 137, octubre-diciembre, 2015, pp. 373-382.
Arévalo-Ascanio, J. G., Bayona-Trillos, R. A., & Rico-Bautista, D. W. (2015). Responsabilidad social empresarial e innovación: una mirada desde las tecnologías de la información y comunicación en organizaciones. Clío América, 9(18), 180–189. https://doi.org/10.21676/23897848.1535.
Henríquez Larrarte, Raúl; Oreste Burgos, Roberto Ignacio Implicancias de una Responsabilidad Social Empresarial Sustentable Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, vol. 8, núm. 23, agosto, 2015, pp. 16-27.
Bonett Puerto, Ana, et al. "Responsabilidad social empresarial: prioridad de la cultura organizacional." Revista Ingeniare, no. 13, Dec. 2012, pp. 95+. Gale OneFile: Informe Académico, link.gale.com/apps/doc./A459075538/IFME?u=anon~c8348f89&sid=googleScholar&xid=a69141d5. Accessed 28 Dec. 2021.
Medina Giacomozzi, Alex, & Severino González, Pedro (2014). Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas. Contabilidad y Negocios, 9(17),63-72. [fecha de Consulta 28 de diciembre de 2021]. ISSN: 1992-1896. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281632446005.
Duque Orozco, Y. V., & Martínez Barón, D. (2011). Responsabilidad social empresarial en la dimensión laboral: caso Bancolombia y BBVA. Revista Facultad De Ciencias Económicas, 20(1), 171-187. https://doi.org/10.18359/rfce.2191.
Concurso Nacional de Cuento RCN-MEN. Disponible en: http://aprende.colombiaaprende.edu.co/cnc2016.

>>

<<

FICHA TÉCNICA
NOMBRE DEL PROYECTO: La Responsabilidad Social Empresarial y los aspectos a tener en cuenta para su implementación.
PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial, Ética, Sociedad, Impacto.
PROGRAMA ACADEMICO: Tecnología en Negocios y Mercado y Administración de Empresas.
GRUPO DE INVESTIGACIÓN: Quantum
LIDER DEL PROYECTO: Sergio Andrés Gómez
INVESTIGADORES: Francisco Javier Romero, Youlin Andrea Manrique, Karen Yurani Almeyda Flórez
CORREO ELECTRONICO: francisco.romerot@uniminuto.edu.co, ymanriqueba@uniminuto.edu.co, kalmeydaflo@uniminuto.edu.co



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos
Vigilada MinEducación

30 Años
Transformando a Colombia

Great Place To Work.
Certified
MAY 2022-MAY 2023
COLOMBIA

