

Gerencia organizacional: Retos y desafíos para la competitividad y el desarrollo empresarial

Compiladores:

Dolly Yamile Mayorca Beltrán

José Luis Díaz Ballesteros

José Luis Duque Ceballos

Emilio José Corrales Castillo



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**

Compiladores

Dolly Yamile Mayorca Beltrán

Administradora Industrial, magíster en Ciencias de la Organización, docente Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Cartagena, dmayorcab@unicartagena.edu.co

José Luis Díaz Ballesteros

Administrador de empresas, magíster en Administración e Innovación, especialista en Gerencia de Recursos Humanos, especialista en Estudios Pedagógicos. Integrante del Grupo de investigación: Estudios Económicos y Administrativos para el Desarrollo Regional – ESDER. Director y docente del programa de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, jose.diazb@upb.edu.co

José Luis Duque Ceballos

Administrador de empresas, magíster en Ciencias de la organización, candidato a doctor en Administración. Director de la maestría en Dirección Empresarial, Universidad Santiago de Cali, joseduque@usc.edu.co.

Emilio José Corrales Castillo

Secretario de Educación, Cultura y Deporte de Miranda, Cauca. Docente e investigador universitario Administrador de Empresas. Magíster en Ciencias de la Organización de la Universidad del Valle.

Autores

Alexis Franco Urrea

Amalfi Padilla Castilla

Ana Lorena Malluk Marengo

Ana María Romero Otálvaro

Aníbal Toscano Hernández

Daniel Porto Gómez

Deivi Fuentes Doria

Diego Fernando Vargas Calderón

Dolly Yamile Mayorca Beltrán

Eliécer Mayorca Capataz

Erika Patricia Ruiz González

Flora del Pilar Fernández Ortega

Geomar Molina Bolívar

Héctor García Alarcón

Iris A. Jiménez Pitre

Iván Sepúlveda Calderín

Jonathan Calderón Guzmán

José Luis Díaz Ballesteros

José Luis Duque Ceballos

Juan Camilo Gaviria Gómez

Juliana Llano Garzón

Katherine Acuña

Lina Marcela Vargas García

Lina Mercedes Angulo Grueso

Luis Miguel de la Espriella

María Angélica Hernández Córdoba

Nicolás Ganem Espinosa

Óscar David Ledesma Mondragón

Paola Andrea Salazar Valencia

Patricia Milena Cassab Martínez

Rodrigo Daniel Gámez Pitre

Rosa María Rodríguez Barón

Sergio Díez Vanegas

Gerencia organizacional: Retos y desafíos para la competitividad y el desarrollo empresarial



Compiladores:

Dolly Yamile Mayorca Beltrán

José Luis Díaz Ballesteros

José Luis Duque Ceballos

Emilio José Corrales Castillo

658.1
M473

Mayorca Beltrán, Dolly Yamile, compilador

Gerencia organizacional: retos y desafíos para la competitividad y el desarrollo empresarial / Compiladores, Dolly Yamile Mayorca Beltrán [y otros 3] -- 1 edición -- Medellín : Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, 2020. 223 páginas, 16.5 x 23.5 cm.

ISBN: 978-958-764-909-3 (versión digital)

1. Gerencia organizacional -- 2. Comportamiento organizacional -- 3. Innovación empresarial -- I. Díaz Ballesteros, José Luis, compilador -- II. Duque Ceballos, José Luis, compilador -- III. Corrales Castillo, Emilio José, compilador -- IV. Título

CO-MdUPB / spa / rda
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Varios autores

© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana

Vigilada Mineducación

Gerencia organizacional: retos y desafíos para la competitividad y el desarrollo empresarial

ISBN: 978-958-764-909-3 (versión digital)

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-958-764-909-3>

Primera edición, 2020

Escuela de Economía, Administración y Negocios

Facultad de Administración de Empresas

Grupo de Equipo de Estudios Económicos y Administrativos para el desarrollo regional -ESDER-.
Seccional Montería

Arzobispo de Medellín y Gran Canciller UPB: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

Rector Seccional Montería: Pbro. Jorge Alonso Bedoya Vásquez

Vicerrector Académico Sede Medellín: Álvaro Gómez Fernández

Vicerrector Académico Montería: Roger Góez Gutiérrez

Decana de la Escuela de Economía y Administración: Aura Tatiana García

Editor: Juan Carlos Rodas Montoya

Gestora Editorial Seccional Montería: Flora del Pilar Fernández Ortega

Coordinación de Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diseño y diagramación: María Isabel Arango Franco

Corrección de Estilo: Isadora González Rojas

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2020

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

Radicado: 1982-01-05-20

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

» Tabla de contenido

Prólogo _____ 7

**Capítulo 1. Capital humano
y comportamiento organizacional** _____ 9

Relaciones laborales y remuneración en PYMES legalmente
constituidas de Palmira, Bucaramanga y Montería _____ 9
*Paola Andrea Salazar Valencia, José Luis Díaz Ballesteros,
Rosa María Rodríguez Barón, Juliana Llano Garzón*

Entre la valoración del empleado y la productividad: abordaje
a la gestión de la felicidad organizacional desde los ámbitos
oficial y privado: estudio de caso _____ 25
Ana Lorena Malluk Marengo

Retos de la comunicación en las organizaciones modernas:
una mirada al perfil profesional del comunicador social,
caso Caribe colombiano _____ 43
Flora del Pilar Fernández Ortega

Síndrome de BURNOUT y variables sociodemográficas
en profesionales de la salud de Montería, Colombia _____ 61
Ana María Romero Otálvaro, Erika Patricia Ruiz González

Variables que inciden en la generación de valor en el área
de talento humano _____ 68
*José Luis Duque Ceballos, Alexis Franco Urrea, Diego Fernando Vargas
Calderón, Jonathan Calderón Guzmán, Sergio Díez Vanegas*

Capítulo 2. Economía y finanzas _____ 88

Administración financiera de las empresas carboníferas
en la zona norte de Colombia _____ 88
Iris A. Jiménez Pitre, Rodrigo Daniel Gámez Pitre, Geomar Molina Bolívar

Implementación de las NIIF en las organizaciones: redes de colaboración y clústeres temáticos en la investigación científica global _____ 108
Deivi Fuentes Doria, Héctor García Alarcón, Aníbal Toscano Hernández

Capítulo 3. Innovación y emprendimiento _____ 124

Gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira, Colombia. _____ 124
Iris A. Jiménez Pitre, Katherine Acuña

Perspectiva teórica del impacto de las prácticas de gestión humana en la innovación _____ 141
José Luis Duque Ceballos, Juan Camilo Gaviria Gómez

Innovación de las PYMES industriales del municipio de Montería a partir de su desarrollo organizacional _____ 156
Patricia Milena Cassab Martínez, Luis Miguel de la Espriella, Nicolás Ganem Espinosa, Daniel Porto Gómez, Iván Sepúlveda Calderín

Capítulo 4. Gerencia, estrategia y responsabilidad socioambiental _____ 171

Competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca _____ 171
Lina Marcela Vargas García, María Angélica Hernández Córdoba

La responsabilidad social empresarial: esperanza de voluntad para el desarrollo sostenible _____ 184
Amalfi Padilla Castilla, Eliécer Mayorca Capataz, Dolly Yamile Mayorca Beltrán

La responsabilidad social empresarial y su incidencia en la reducción de la pobreza _____ 202
Lina Mercedes Angulo Grueso, Óscar David Ledesma Mondragón, Paola Andrea Salazar Valencia

» Prólogo

La sociedad está basada fundamentalmente en organizaciones y nuestras mayores actividades las realizamos en torno a ellas. En la actualidad, las organizaciones se enfrentan día a día a un ambiente marcado por la incertidumbre, que requiere de información actualizada y oportuna, con el propósito de lograr sus objetivos y poder satisfacer con sus productos y servicios a sus clientes, responder a los requerimientos del entorno y ser el soporte del equilibrio económico y social del ser humano.

En este contexto, la información ocupa un lugar preponderante sobre aspectos que anteriormente eran importantes tales como las máquinas y los equipos. La necesidad de información ágil y oportuna crece cada día en la gerencia de las organizaciones, la cual tiene dentro de sus objetivos básicos mantenerse y perdurar en el mercado.

Las transformaciones del contexto social y cultural del mundo moderno han llevado a desarrollar y estructurar nuevas formas de entender la complejidad empresarial dentro de ambientes cada vez más cambiantes, por lo que se requiere un análisis de los agentes y sus interrelaciones para comprender la forma en que se comportan y toman decisiones, orientados al logro de sus fines y propósitos.

Por otro lado, el avance tecnológico de la información ha provocado cambios en la manera de desempeñarse por parte de los miembros de la organización, en la denominada sociedad del conocimiento, donde los recursos humanos son fundamentales para la transformación de la economía del presente siglo.

Por tal razón, los equipos de alta gerencia enfrentan un período de oportunidades empresariales sin precedentes; pero también hay riesgos, retos y desafíos, entre los cuales se pueden mencionar: un estancamiento en su crecimiento, resultado de la incertidumbre económica, lo que incide en su situación financiera, disminución de sus márgenes de

utilidad conduciendo a muchas empresas a pérdidas cuantiosas y a la descapitalización. Al mismo tiempo la innovación y la capacidad de reinventarse cada día generan oportunidades que son aprovechadas por muchas organizaciones.

Todos estos problemas deben investigarse y documentarse para que los directivos tengan información relevante que les sirva para la toma de decisiones. Por lo anterior, surge la necesidad de indagar en los estudios que permitan demostrar la importancia de la gestión desde diversas perspectivas para la gerencia de las organizaciones.

Es así como en cuatro capítulos se abordan en este libro las diversas temáticas de las investigaciones que se han venido adelantando en la Gerencia Organizacional en la UPB Montería y en otras universidades de la región y del país. El primer capítulo trata sobre *Capital humano y comportamiento organizacional*, el segundo capítulo se refiere a *Economía y finanzas*, el tercer capítulo a *Innovación y emprendimiento* y el cuarto a *Gerencia, estrategia y responsabilidad socio-ambiental*.

› Capítulo 1. Capital humano y comportamiento organizacional. Relaciones laborales y remuneración en PYMES legalmente constituidas de Palmira, Bucaramanga y Montería

Paola Andrea Salazar Valencia¹
José Luis Díaz Ballesteros²
Rosa María Rodríguez Barón³
Juliana Llano Garzón⁴

Resumen

En esencia, son las personas quienes con su talento aportan valor a las empresas y por esta razón gestionarlo de manera adecuada es un tema de actualidad y de mucha importancia para el desarrollo y la

1 Economista, magíster en Administración de Empresas, especialista en Gerencia. Coordinadora del Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones. Docente del programa de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Palmira, paolaandrea.salazar@upb.edu.co

2 Administrador de empresas, magíster en Administración e Innovación, especialista en Gerencia de Recursos Humanos, especialista en Estudios Pedagógicos. Integrante del Grupo de investigación: Estudios Económicos y Administrativos para el Desarrollo Regional – ESDER. Director y docente del programa de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, jose.diazb@upb.edu.co

3 Administradora de empresas, especialista en Gerencia del Talento Humano, magíster en Administración de Organizaciones. Docente del programa de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, rosa.rodriguez@upb.edu.co

4 Estudiante del programa de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Palmira, juliana.llano@upb.edu.co

competitividad empresarial en el concierto mundial, hasta el punto que hoy en día el talento constituye el factor clave de éxito en los resultados de las organizaciones. Por lo tanto, el objetivo principal del presente capítulo es diagnosticar la gestión de las relaciones laborales y la remuneración en las pequeñas y medianas empresas de Montería, Palmira y Bucaramanga. En este trabajo se aplicó como técnica una revisión bibliográfica, encuesta y entrevista semiestructurada. La evidencia de la recolección de información señala la situación de la gestión del talento humano en las PYMES en estas tres ciudades.

Palabras clave: gestión del talento humano, investigación en gestión humana, remuneración, relaciones laborales.

Introducción

Las relaciones laborales de las empresas pueden ser analizadas desde perspectivas distintas. Por un lado, se encuentra la vertiente táctica, mediante la cual la empresa trata de minimizar los conflictos y fricciones que pudieran surgir entre la dirección y los sindicatos. Por otro, existe la perspectiva estratégica que busca impedir o dificultar la intromisión de las fuerzas sindicales en las decisiones estratégicas de las empresas (inversiones, desinversiones, organización y planificación de la producción, etc.); es decir, se ocupa de que las empresas preserven el mayor nivel posible de soberanía en todo lo que concierne a la formulación e implementación de las correspondientes estrategias empresariales (Guisado González y Guisado Tato, 2016) (p. 117).

Las empresas colombianas no pueden ser ajenas a esta realidad y la academia debe contribuir con sus investigaciones a diagnosticar la gestión del talento humano en el contexto colombiano, de ahí la relevancia y pertinencia de la investigación que dio origen a este artículo, la cual busca evaluar la gestión del talento humano en las pequeñas y medianas empresas de Montería, Palmira y Bucaramanga. Inicialmente se aborda el contenido conceptual existente, base fundamental para la elaboración del instrumento y posterior recolección de la información. El cuestionario de encuesta planteó tres preguntas direccionadas al cumplimiento de los objetivos, en cuyas respuestas se

evidencia la similitud de resultados que se muestra en las PYMES, a pesar de las diferencias estructurales básicas de las ciudades.

Marco referencial

El ser humano, a través de su historia, ha estado presente en las labores productivas de la humanidad y en cada una de ellas se le ha designado De acuerdo con las actividades que desempeña, así se le conoce como recolector, cultivador, minero, comerciante, empresario y otras tantas denominaciones que lo relacionan con la labor desempeñada, sin embargo, cuando aparece la empresa con la intervención de Frederick Wislow Taylor (1911) se le da la mirada de ser un recurso más en la empresa, prácticamente asimilado a una pieza más del engranaje empresarial y hubo de pasar mucho tiempo para ser considerado como persona y parte esencial en las organizaciones hasta reconocérsele como el talento humano de estas.

En este sentido y retomando las conclusiones de Henry Fayol, Elton Mayo y Fritz Rothlisberger, de que el trabajador sin duda es el recurso más importante en cualquier organización, deseamos referirnos al talento humano como un capital intangible que otorga valor en las organizaciones, ya que en esencia representa el centro de cualquier organización y por ende impulsa con su potencial todas las actividades en ella. Haremos énfasis en las relaciones laborales y la remuneración.

Para realizar un análisis sobre las relaciones laborales y la remuneración es pertinente tener en cuenta ciertas consideraciones sobre las etapas de gestión del talento humano, para lo cual se abordan los conceptos de Medina y Avila (2002), quienes señalan que las bases de la teoría administrativa se gestan mediante un proceso lento; tales afirmaciones son complementadas por (Torres, 2014) al decir que “la administración es un área de conocimiento joven, con apenas 110 años de haberse empezado a sistematizar”, planteamiento que confirma Hernández (2011).

Los inicios de la teoría de las relaciones humanas datan aproximadamente desde 1920, en lo que se resaltan los trabajos de Hernández Palma, (2011), la pensadora, Mary Parker Follett (1868-1933), Garzón

Castrillón, (2010), Chester Barnard (1938), citado por Rivas (2009), Elton Mayo (1948) a través de sus experimentos en la planta Western Electric Company, situada en las cercanías de Chicago, Medina y Ávila, (2002), Sarachek, (1960).

En el contexto de la teoría de las relaciones humanas se resalta la teoría motivacional de Frederick Herzberg (1968), al igual que se abordan argumentos de Herzberg, (1968), Douglas McGregor (1960) y Kermally, S. (2005), con la teoría x y y. Las conclusiones de la teoría de las relaciones humanas se abordan desde Pérez Mayo, Vásquez y Levín, (2015).

Cuando aparece el concepto de empresa bajo la influencia de Taylor (1987), el ser humano pasa a ser un recurso más en la empresa. Desde la evolución teórica encontramos a Mejía, Jaramillo y Castillo, (2006). Desde una mirada de la economía, los autores: Briceño y Godoy (2012), retoman las conclusiones de Henry Fayol, Elton Mayo y Fritz Rothlisberger, respecto al talento humano en la organización.

En lo referente a las relaciones laborales se tuvieron en cuenta las investigaciones de Meardi, (2012), Bilbao (1999). En cuanto a la remuneración se consideraron autores como Benítez, (2005), Borra y Gómez, (2012). En las investigaciones acerca de gestión del talento humano en PYMES, se destaca el trabajo de Madrigal, (2016) y Gómez, (2014).

Al estudiar específicamente las pequeñas y medianas empresas en Colombia es necesario precisar las características y requisitos que se exigen para que una organización pueda clasificarse de esta manera. Esta clasificación se define según el Artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, el cual modifica el Artículo 2 de la Ley 590 de 2000. La clasificación de empresas según el valor de activos queda como sigue:

Tabla 1. Clasificación de empresas según el valor de activos para 2016.

Tamaño	Activos		Valor Activos	
	De	A	De	A
Micro		500	-	322.175.000
Pequeña	501	5.000	322.175.001	3.221.750.000
Mediana	5.001	30.000	3.221.750.001	19.330.500.000
Grande	30.001	En adelante	19.330.500.001	En adelante
Nota: el valor de los activos está calculado en millones de pesos (COP)				

Fuente: Cámara de Comercio de Palmira.

Objetivo general

Evaluar la gestión de las relaciones laborales y la remuneración en las pequeñas y medianas empresas legalmente constituidas de Palmira, Montería y Bucaramanga.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación actual de las PYMES de Palmira, Montería y Bucaramanga en relación con la aplicación de la remuneración en la gestión del talento humano.
2. Diagnosticar la situación actual de las PYMES de Palmira, Montería y Bucaramanga con relación a la aplicación de la Relaciones Laborales en la gestión del talento humano.

Metodología

La investigación se enmarca en las ciencias sociales que, para efectos de conocer, reconocer o describir comportamientos o temas, utiliza un tipo de estudio de nivel descriptivo. Este método se basa en la observación, recolección de datos, el análisis y la sistematización de la experiencia. Fundamentados en este principio se ha decidido recurrir a una investigación de este tipo, que, a su vez, por sus características, aplicación y análisis se considera de enfoque mixto porque a partir

de los datos recolectados en la entrevista semiestructurada se llega a conclusiones y propuestas.

Como técnica se utilizó la encuesta y la entrevista semiestructurada que tiene como finalidad consignar la respuesta del entrevistado, sus descripciones y posibles sentimientos que pueda dejar entrever en el proceso de aplicación de la entrevista.

El proceso de aplicación de la entrevista semiestructurada se realizó *in situ*, a una muestra representativa: 10% de las PYMES objeto de estudio con base en la población, de tal manera que no se pierda objetividad ni haya opción a sesgar la información.

Según la clasificación empresarial vigente en Colombia y basados en los datos proporcionados por las Cámaras de Comercio de cada ciudad: Bucaramanga, Montería y Palmira se determinó el siguiente universo de empresas que serán parte del presente estudio.

Tabla 2. Universo resultante.

Ciudad	Número de PYMES
Palmira	517
Montería	457
Bucaramanga	2934
Total	3908

Fuente: elaboración propia.

Selección de muestra

Trabajando con la técnica de muestreo aleatorio simple, con un error muestral de 4% y un nivel de confianza de 95%, se determinó que el tamaño de la muestra es de 523.

Tabla 3. Tamaño de la muestra.

Ciudad	N.º PYMES	Proporción	Muestra por ciudad
Palmira	517	16%	82
Montería	457	11%	59
Bucaramanga	2934	73%	382
Total PYMES de la muestra	3908	100%	523

Fuente: elaboración propia.

Nivel de confianza de 95%, error de 4%.

En la encuesta se determinaron preguntas con respuesta cerrada, utilizando la escala de Likert, la cual busca verificar la frecuencia de cumplimiento de cada ítem, según la siguiente definición:

Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

De esta manera fue posible evaluar el nivel de frecuencia de realización de las actividades de gestión del talento humano incluidas en seis variables previamente definidas y codificadas.

Resultados

A continuación, se efectuará una exposición del análisis de los resultados que se han obtenido a través de las dos herramientas utilizadas para la recolección de los datos y que consta de dos instrumentos diferentes: encuesta (análisis cuantitativo), entrevista (análisis cualitativo).

Relaciones laborales

Análisis cuantitativo

Tabla 4. Política de remuneración

Política y sistema remuneración	Bucaramanga				Montería				Palmira			
	Pequeña		Mediana		Pequeña		Mediana		Pequeña		Mediana	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nunca	74	23.42	7	10.61	4	7.55	0	0.00	8	10.96	0	0.00
Casi nunca	19	6.01	0	0.00	1	1.89	1	16.67	3	4.11	1	11.11
Algunas veces	23	7.28	2	3.03	15	28.30	1	16.67	8	10.96	0	0.00
Casi siempre	32	10.13	0	0.00	17	32.08	2	33.33	10	13.70	2	22.22
Siempre	168	53.16	57	86.36	16	30.19	2	33.33	44	60.27	6	66.67

Fuente: elaboración propia.

La primera dimensión de *relaciones laborales* que se abordó es *la remuneración*, en esta se preguntó a los encuestados si la organización cuenta con una política y con un sistema de remuneración. Se puede evidenciar dentro de la tabla 4 que, en la ciudad de Bucaramanga, tanto en las pequeñas como en las medianas empresas, la categoría de SIEMPRE es la mayor, concluyendo así que en ambas empresas siempre se manejan políticas y sistemas de remuneración.

En la ciudad de Montería la categoría CASI SIEMPRE es la que prevalece dentro de las pequeñas empresas y en las medianas empresas encontramos que dos dijeron CASI SIEMPRE y dos SIEMPRE, concluyendo así que en Montería casi siempre se manejan políticas y sistemas de remuneración.

En la ciudad de Palmira la categoría de SIEMPRE es la que prevalece, tanto en las pequeñas como en las medianas empresas, concluyendo así que siempre las empresas de Palmira manejan políticas y sistemas de remuneración.

Continuando con las *relaciones laborales*, se preguntó a los encuestados si la empresa cuenta con *metodologías para el manejo de las relaciones laborales y de los conflictos*, para lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 5. Relaciones laborales

Metodologías	Bucaramanga				Montería				Palmira			
	Pequeña		Mediana		Pequeña		Mediana		Pequeña		Mediana	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nunca	86	27.22	4	6.06	3	5.66	1	16.67	4	5.48	0	0.00
Casi nunca	8	2.53	0	0.00	4	7.55	0	0.00	10	13.70	1	11.11
Algunas veces	37	11.71	4	6.06	12	22.64	1	16.67	15	20.55	0	0.00
Casi siempre	24	7.59	2	3.03	20	37.74	1	16.67	15	20.55	2	22.22
Siempre	161	50.95	56	84.85	14	26.42	3	50.00	29	39.73	6	66.67

Fuente: elaboración propia.

En el ítem de la metodología se evidencia que Bucaramanga, al tener mayoría de empresas, es la que prevalece con la característica de que siempre las empresas cuentan con metodologías para el manejo de las relaciones laborales, pero la categoría que le sigue, en cuanto a mayor número de preferencia (en las pequeñas empresas), es nunca.

En la ciudad de Montería se evidenció mayor preferencia por la categoría de casi siempre, pero también hay un número importante en la categoría siempre, lo que indica que se cuenta con metodologías para el manejo de las relaciones laborales en las pequeñas empresas. En las medianas se encontró mayoría en la categoría de siempre en las metodologías con respecto al tema de las relaciones laborales.

En la ciudad de Palmira prevaleció la categoría de siempre para ambos tipos de empresas, tanto pequeñas como medianas, concluyendo así que en Palmira cuentan con metodologías para el manejo de las relaciones laborales.

Luego se preguntó si existe un *comité de convivencia para el manejo de las relaciones laborales* y se encontró lo siguiente:

Tabla 6. Relaciones laborales.

Comité de convivencia	Bucaramanga				Montería				Palmira			
	Pequeña		Mediana		Pequeña		Mediana		Pequeña		Mediana	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nunca	99	31.33	2	3.03	10	18.87	1	16.67	8	10.96	0	0.00
Casi nunca	12	3.80	0	0.00	10	18.87	0	0.00	7	9.59	1	11.11
Algunas veces	25	7.91	2	3.03	15	28.30	3	50.00	15	20.55	0	0.00
Casi siempre	23	7.28	0	0.00	12	22.64	1	16.67	14	19.18	2	22.22
Siempre	157	49.68	62	93.94	6	11.32	1	16.67	29	39.73	6	66.67

Fuente: elaboración propia.

La información encontrada permite observar que, en Bucaramanga, en las pequeñas empresas, se vuelve a distinguir el mismo fenómeno que con la pregunta anterior, el 49.68% de las empresas siempre tienen un comité de convivencia para manejar las relaciones laborales, pero el 31.33% nunca lo ha tenido, a pesar de que la mayoría está inclinado a la categoría de siempre, un buen número de empresas también se opone a esta respuesta.

En la ciudad de Montería, en las pequeñas empresas, se observa que el 28.30% algunas veces tienen este comité y el 22.64% casi siempre lo tienen. Aquí también evidenciamos el fenómeno anteriormente expuesto en la ciudad de Bucaramanga, sin embargo, para las medianas empresas el comité de convivencia se utiliza muy claramente algunas veces.

En la ciudad de Palmira encontramos que la categoría que prevalece es siempre, tanto para las pequeñas como medianas empresas, concluyendo así que siempre tienen un comité de convivencia para el manejo de las relaciones laborales.

Análisis cualitativo

En lo relacionado con la temática de remuneración, se determina que la asignación y el incremento salarial está más relacionado con el cumplimiento de horarios y servicio al cliente, además, de por el cargo, el desempeño laboral, el nivel de comportamiento con la empresa e incluso en la normatividad jurídica colombiana.

Los factores que conforman la remuneración de los trabajadores de la empresa son en su mayoría estipulados por la ley: experiencia laboral y nivel de estudios, las horas de trabajadas; desde el principio se asigna las remuneraciones de cada área, duración del proyecto y avances de este.

El manejo de las relaciones y los conflictos laborales se basa en el diálogo asesoradas por reuniones en el área de recursos humano o en el comité de convivencia.

Conclusiones

Al considerarse la evolución que ha tenido el talento humano en las organizaciones, se concluye que muchas tendencias y teorías han sido enfocadas hacia empresas grandes con una estructura organizacional definida por sus valores y principios, sin embargo, al indagar sobre las investigaciones científicas realizadas sobre el tema se hallan pocos resultados (gestión del talento humano en PYMES), lo que refleja que ha sido poco estudiado.

El término PYMES engloba en la práctica a un grupo muy diferentes de empresas y una de las debilidades de esta investigación es la falta de precisión de los sectores económicos de estas y conducen a una caracterización general y superficial de lo que se suponen sean las debilidades de las PYMES.

Es importante resaltar que en muchos casos no existe área destinada a la gestión humana, por lo tanto, las prácticas de remuneración y relaciones laborales no se enfocan como una estrategia de la administración de personal, sino que se da de manera implícita o está combinada con las responsabilidades de otras áreas (ejemplo la compensación del personal hace parte del área de finanzas de la compañía) dicha situación se presenta debido a la falta de recursos de las organizaciones la ejecución de “día a día” en la que se mueve la organización caracterizada por responder rápidamente a las necesidades inmediatas y no futuras.

Adicionalmente, es importante recordar que las PYMES están inmersas en mercados hostiles en los que las condiciones económicas y

socioculturales exigen la existencia de empresas innovadoras, con capacidad de adaptarse y crecer en medio de los cambios y para lograrlo es aún más necesario contar con una fuerza laboral comprometida que conozca la misión y que con su ejecución busque aportar a dicho logro, y que a la vez sienta que puede crecer y que sus necesidades personales y profesionales pueden ser suplidas por la organización.

Teóricamente las relaciones laborales y el manejo de conflictos evidencian un mayor grado de desarrollo e implementación en las empresas grandes y medianas y esto es evidentes en la tasa de respuesta de las tres ciudades dado que en el ítem siempre se situaron la mayoría de las respuestas, con un 84.85% en Bucaramanga, 50% en Montería y 66.67% en Palmira. Sin embargo, el resultado también demuestra que las pequeñas empresas también consideran importante este aspecto y están direccionando estrategias que denoten esta práctica, dado que el conglomerado de respuestas se ubica en algunas veces: 11.71% Bucaramanga, 22.64% Montería y 20.55% Palmira. La respuesta casi siempre en las pequeñas empresas se sitúa en 7.59% Bucaramanga, 37.74% Montería y 20.55% Palmira.

El mismo fenómeno se presenta en la conformación de un comité de convivencia, en las ciudades de Montería y Palmira, mas no para Bucaramanga. Para las medianas empresas la tasa de respuesta más representativa se encuentra en siempre: Bucaramanga: 93.34% y Palmira 66.67%. En el caso de Montería, el mayor porcentaje se encuentra en 50% en la categoría algunas veces.

Para las pequeñas empresas el mayor porcentaje se concentra en algunas veces en Montería y Palmira, con un 28.30% y 20.55% respectivamente, lo cual no ocurre con Bucaramanga cuyo nivel de repuesta más frecuente en pequeñas empresas fue el ítem siempre, con un 49.68%.

En términos generales se concluye que la realidad actual, caracterizada por la velocidad de la información y un comercio globalizado, las prácticas realizadas por las PYMES de las tres ciudades abordadas, no se desarrollan en el marco de estrategias direccionadas al cumplimiento de los objetivos de las organizaciones, sino que son actividades aisladas que están más direccionadas hacia el cumplimiento de la normatividad vigente.

Al indagar sobre el talento humano, parece ser un tema sobrevalorado y muchas veces expuesto, dado que mucho se ha escrito al respecto, sin embargo, cuando se detalla lo que realmente hacen las empresas con sus colaboradores en estrategias de talento humano, es muy probable que, en la realidad de la rutina diaria empresarial esté ocurriendo lo mismo que hace 50 años, y que los cambios positivos que se evidencian, obedecen a aspectos no relacionados con un eje central que resalte la importancia del talento humano en la organización.

Referencias

- Amaru, A. (2009). *Fundamentos de Administración. Teoría general y proceso administrativo*. México: Pearson education.
- Barnard, C. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Blake, R. R., Mouton, J. S., Barnes, L. B. y Greiner, L. E. (1964). Breakthrough in organization development. *Harvard Business Review*, 42, 133–155.
- Blau, P. M. y W. Richard S. (1962), *Formal Organizations: A Comparative Approach*. San Francisco, Chandler. [Reeditado como Stanford Business Classic, Stanford University Press, 2003.]
- Benítez, K. (2005). Consideraciones sobre la Gestión del Talento Humano: El enfoque del Mercadeo Interno. *Visión Gerencial*, (2), 91–98.
- Borra, C. y Gómez, F. (2012). Satisfacción laboral y salario: ¿Compensa la renta laboral las condiciones no monetarias del trabajo? *Revista de Economía Aplicada*, Vol. (xx). Núm. 60. Páginas: 25–51.
- Burns, T. y Stalker, G (1994), *The management of innovation*. Oxford University Press, Great Britain.
- Drucker F. P. (1999). *Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI*. Bogotá: Grupo Editorial.
- Drucker, P. (1992). *La sociedad postcapitalista*, Edición en español. Buenos Aires: Editorial Suramericana.
- Etzioni, Amitai (1980– 1999– 2001– 2006– 2007). *La sociedad activa: una teoría de los procesos sociales y políticos*. Aguilar. ISBN 978-84-03-18224-0.
- Fayol, H. (1987). *Administración general e industrial. Previsión – Organización - Coordinación, Control – Mando*. 14 ed. en español. Buenos Aires: Librería “El Ateneo” Editorial.

- Garzón Castrillón, M. (2010). *El contexto del aprendizaje organizacional*. Ide@sCONCYTEG, 465-481
- Gómez, N. (2014). ¿Es la gestión del talento humano un factor de competitividad en las PYMES EN la ciudad de pasto? *Revista UNIMAR*, 26(2). 26(2).
- Grazulis, V. (2009). The locus of frederick herzberg ' s motivation-hygiene theory in present day state settings (the case ofLithuania). *Human Resources Management y Ergonomics*, III (2), 14-21.
- Hernández Palma, H. G. (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo xx, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas. *Escenarios*, 9, 38-51. <https://doi.org/Escenarios> • Vol. 9, No. 1, enero-junio de 2011, págs. 38-51
- Hernández, S. (2011). *Introducción a la administración - teoría general administrativa: origen evolución y vanguardia*. 5 ed. México: McGraw Hill Education.
- Herzberg, F. (1968). One more time: How do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 53-62
- Hooper Wruck, K. y Jensen, M. C. (1994). Science, specific Knowledge, and total quality management. *Accounting y Economics*, 18, 247-287.
- Jaramillo. O. (2005). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa ExpOPYMES DE la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. *Pensamiento y gestión*, N° 18 ISSN 1657-6276.
- Juran, J., Gryna, F. M. J. y Bingham, R. S. J. (1990). *Manual de Control de la Calidad*. 3 ed. Barcelona: Editorial Reverté S.A.
- Kermally, S. (2005). CHAPTER FIVE: Douglas McGregor (1906-1964). In, *Gurus on People Management* (pp. 35-41). Thorogood Publishing Ltd.
- Liquidano, M. (2012). *Gestión del Talento Humano*. De la fase administrativa a la gestión del conocimiento. 1ª ed. México: Instituto Tecnológico de Aguas Calientes.
- Lozano Carrillo, O. (1997). Reflexiones sobre la unidireccionalidad de la variable ambiente en el movimiento de la contingencia y el estudio de las organizaciones. *Administración y Organizaciones*, 9-18, 81-93.
- Luhmann, N. (1996). Introducción a la teoría de sistemas. *Reis*, (85), 315-367.
- Madrigal, B. E. (2016). Teoría y realidad en la administración del talento humano en las PYMES. *Mercados y Negocios*, (1665-7039), 1(31).
- Mary Parker Follett (1941) *Dynamic Administration*.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

- Mayo, E. (1971). *Problemas humanos de una civilización industrial*. Buenos Aires: Nueva Visión [1946].
- Mazo-Mejía, J. (2014). “La Administración Frente a La Velocidad del Cambio”. In *Vestigium Ire*. Vol. 8, PP. 36-46.
- Medina Macías, A. y Ávila Vidal, A. (2002). Evolución de la teoría administrativa. Una visión desde la psicología organizacional. *Revista Cubana de Psicología*, 19(3), 262-272. Retrieved from <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v19n3/12.pdf>
- Mejía A. Jaramillo. M. Castillo. M. (2006). Formación del talento humano: factor estratégico para el desarrollo de la productividad y la competitividad sostenibles en las organizaciones. ISSN: 1794-192X. Vol. 4. Fecha: enero-junio. Páginas: 43-81
- Michaels, E., Handfield, H. y Axelrod, B. (2004). *La Guerra por el Talento*. Bogotá: Norma.
- Mintzberg, H. (1979): *The Structuring of Organizations (A Synthesis of the Research)*. Prentice Hall, Nueva Jersey. Traducido al español en Mintzberg, H. (1984): *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona: Ariel.
- Moreno Briceño. F y Godoy. E (2012). El Talento Humano: Un Capital Intangible que Otorga Valor en las Organizaciones. Daena: *International Journal of Good Conscience*. 7(1) 57-67. ISSN 1870-557X
- Morgan, Gareth (1997). *Images of organization*, California, SAGE Publications.
- Pérez Mayo, A., Vásquez García, Á. W. y Levín Kosberg, S. (2015). El control de gestión y el talento humano: conceptos y enfoques. *Universidad y Empresa*, 17(29), 13-33
- Porporato, M. y Waweru, N. (2011). La teoría de la contingencia en contabilidad gerencial: un repaso de la literatura anglosajona. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, IX (17), 1-16.
- Sarachek, B. (1960). Elton Mayo & Social Psychology and Human Relations. *Academy of Management Journal*, 111-112. <https://doi.org/10.2307/255256>
- Scott, W. Richard (2001), “Organizations: Overview”, en Neil J. Smelser y Paul B. Baltes (eds.), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences: Organizational and Management Studies*, Ámsterdam, Pergamon, Elsevier Science, vol. 16, pp. 10910-10917.
- Scott, W. Richard y John W. Meyer (1983/1991), “The Organization of Societal Sectors”, en John W. Meyer y W. Richard Scott (eds.), *Organizational Environments: Ritual and Rationality*, Newbury Park, CA, Sage, pp. 129-153. [Versión revisada en Walter W. Powell y Paul J. DiMaggio (eds.), *The New Institutionalism in Organizational*

- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership* (3rd ed.). Estados Unidos: Jossey-Bass and Wiley Imprint.
- Ulrich, D. (1998). *Recursos Humanos Champions*. Ediciones Garnica S.A.
- Valle Cabrera, R (2004). *La gestión Estratégica de los Recursos Humanos*. Pearson – Prentice Hall.
- Weber, M. (1947): *The Theory of Social and Economic Organization*. The Free Press of Glencoe, Nueva York. Edición española: *Economía y Sociedad*. FCE, México, 1969.
- Weber, M. (1995). *Économie et société*. París: Éditions
- Weber, M. (1993). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Torres, Z. (2014). *Teoría general de la administración*. 2 ed. Ebook. México: Grupo Editorial Patria.
- Rivas, L. (2009). Evolución de la teoría de la organización. *Revista Universidad y Empresas*, Universidad del Rosario, 17: 11:32.
- Reddin Consultans. (1986). Henri Fayol. Artículo publicado en la revista *Management Today* en español Sección “Clásicos de la Gerencia”, pp 41 – 45.<http://reddinconsultants.com/espanol/wp-content/uploads/2012/12/Henry-Fayol.pdf>

Entre la valoración del empleado y la productividad: abordaje a la gestión de la felicidad organizacional desde los ámbitos oficial y privado: estudio de caso

Ana Lorena Malluk Marengo¹

Resumen

El estudio aborda el tema de la felicidad organizacional y su incidencia en la relación empleado-productividad. Parte de los diagnósticos del estado actual de la percepción de felicidad organizacional de los administrativos de dos instituciones de educación superior de carácter oficial y privado en Córdoba, Colombia, con trayectoria y reconocimiento, para avanzar en el análisis comparativo de variables particulares para cada caso, determinantes en la comprensión del fenómeno en el orden global.

La investigación es cuali-cuantitativa de corte exploratorio, con una muestra representativa y aleatoria constituida por 297 administrativos de la institución oficial y 160 administrativos de la institución privada, con un margen de error de 0.03%. Este capítulo se enfoca en los principales hallazgos del estudio comparativo entre ambos casos, para analizar aproximaciones y divergencias en la gestión de la felicidad organizacional, en torno a las dimensiones trabajo en equipo, compromiso con la organización/función, satisfacción laboral e innovación.

Palabras clave: felicidad organizacional, compromiso, innovación, satisfacción, trabajo en equipo.

¹ Comunicadora Social-Periodista, magíster en Comunicación, especialista en Gerencia. Docente Titular, programa de Comunicación Social-Periodismo, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería. Investigador Junior Colciencias. Coordinadora del semillero GECO. Investigadora del grupo COEDU. ana.malluk@upb.edu.co

Introducción

La felicidad es una condición humana que trasciende a las organizaciones, de ahí el surgimiento del término felicidad organizacional; es un estado emocional generado por la interacción de diversas condiciones que intervienen sobre el individuo, generando respuestas con efectos positivos en múltiples ámbitos de la vida (Rodríguez, 2010). La organización es un grupo humano que combina conocimientos individuales y conocimientos especializados para crear valor en conjunto (Drucker, 1993); son estructuras sistemáticas constituidas por personas que comparten políticas y normas, se jerarquizan por mandos, establecen un propósito común y coordinan funciones para alcanzar objetivos productivos, mediante el desarrollo de tareas organizadas (Betancourt, 1985).

El término *felicidad organizacional* adquiere sentido en el seno de las empresas que posibilitan el desarrollo social y económico a través de la autorrealización con el trabajo (Carballeira, González, & Marrero, 2015), que conciben nuevas formas de gestión de recursos orientadas a responder efectivamente a las necesidades e intereses de los colaboradores y a los cambios sociales. Ambas, felicidad y organización, se articulan para estudiar el comportamiento de la empresa más allá de los niveles de productividad, para dimensionar al individuo como el activo más importante, mediador para la consecución de objetivos.

El tránsito de las organizaciones tradicionales a las modernas suma un nuevo componente a la gestión: la felicidad, comprendida como comportamiento organizacional, resultado de una visión estratégica (Dutschke, 2013). Así, la productividad deja de ser el elemento protagónico (Dutschke, 2013) para dar paso a la felicidad -no solo como emoción natural del individuo- sino también como condición que promueve conductas saludables y optimismo (Rodríguez & Caño, 2012), estados emocionales positivos, fortalecimiento de capacidades, realización personal (Gutiérrez & Gonçalves, 2013), adaptación al entorno (Oberle, Schonert-Reichl, & Zumbo, 2011) y calidad de vida (Quiceno & Vinaccia, 2015).

Investigaciones en Madrid, Inglaterra, Portugal y Argentina aportan a la consolidación del estado del arte. Madrid e Inglaterra presentan

avances en cuanto a la *felicidad productiva*: el capital emocional es la palanca personal y organizativa que incide en la productividad, lo que exige la combinación de la gestión de las operaciones -eficiencia operativa- y la gestión de los individuos -felicidad profesional-; la felicidad de los trabajadores no solo tiene un efecto directo en la productividad, contribuye a mejorar los resultados de las empresas (University of Warwick and IZA, 2015). Portugal contribuye al estudio de la relación *felicidad-remuneración*: la remuneración no es el factor más determinante para que la persona se sienta feliz: son más importantes el reconocimiento, la posibilidad de desarrollo personal/profesional y el ambiente interno (Dutschke, 2013). Argentina avanza en la relación *cultura-valores en el trabajo*, determinantes en las relaciones entre los niveles jerárquicos y el bienestar: los patrones asociados a las normas y valores de cada persona aportan a la conservación de las tradiciones, costumbres, respeto de leyes y reglamentos; a la autotrascendencia para el cuidado y preocupación por el bienestar de las personas cercanas; a la autopromoción hacia el logro de objetivos personales y ejercicio de la autoridad mediante la conducción de grupos de trabajo; y a la apertura al cambio en cuanto a la independencia del pensamiento, innovación y resolución de problemas con metodologías alternativas (Nader & Castro, 2010).

Los estudios en el campo de la *Psicología Organizacional* demuestran que los estados emocionales asociados a comportamientos de depresión, estrés, pesimismo, problemas de salud mental, dificultades para la integración social, bajo autoconcepto y niveles de autoeficacia deficitarios (Pulido & Herrera, 2018) inciden de forma negativa en la gestión de las empresas. Enfatizan en la necesidad de tener en cuenta el optimismo y el funcionamiento humano positivo para impulsar las fortalezas de cada individuo, comprender y facilitar la felicidad, apoyar el bienestar psicológico (Seligman M. , 1999) y construir cualidades positivas (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000).

Lo anterior adquiere relevancia en ciudades como Montería, Colombia donde existen empresas que enfocan su gestión principalmente a la productividad, desconociendo el comportamiento organizacional y del medio, las necesidades/intereses del capital humano, los nuevos estilos de liderazgo y la apuesta desde la gestión humana a la consolidación de organizaciones saludables (Salanova, Llorens, & Martínez, Psicología

Organizacional Positiva, 2005), integradas por profesionales con emociones positivas, desarrollo de aptitudes para multiplicarlas y empleo de fortalezas propias para obtener gratificaciones auténticas, al servicio de algo que trascienda (Fernández I. , 2015).

Objetivos

Objetivo general

Analizar el fenómeno de la felicidad organizacional como mediación entre la valoración del empleado y la productividad en dos instituciones de educación superior de carácter oficial y privado de la ciudad de Montería, Colombia.

Objetivos específicos

1. Caracterizar el estado actual de la percepción de felicidad organizacional de los administrativos de una institución educativa superior de carácter oficial de la ciudad de Montería, Colombia, desde las dimensiones *trabajo en equipo*, *satisfacción laboral*, *compromiso e innovación*.
2. Caracterizar el estado actual de la percepción de felicidad organizacional de los administrativos de una institución educativa superior de carácter privado de la ciudad de Montería, Colombia, desde las dimensiones Trabajo en equipo, Satisfacción laboral, Compromiso e Innovación.

Marco referencial

Si la felicidad es un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado (Alarcón, 2006) donde los sentimientos positivos predominan sobre los negativos (Bradburn citado por Nobell & Muñiz, 2013) y la organización es un grupo humano especializado (Drucker, 1993) cuyo fin es ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos y de información,

especificar las responsabilidades del cargo, agrupar tareas en unidades de trabajo, dirigir y distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen para alcanzar el máximo éxito (Ferrell, Hirt, & Ramos, 2004), se dimensiona la felicidad organizacional como la capacidad de una organización para ofrecer y facilitar a los trabajadores condiciones y procesos que permitan el despliegue de sus fortalezas individuales y grupales, para conducir el desempeño hacia metas organizacionales sustentables y sostenibles, construyendo un activo intangible difícilmente imitable que genera ventaja competitiva (Fernández I. , 2015).

Autores relacionan la felicidad organizacional con el compromiso afectivo con la organización, bienestar en la función y satisfacción en el trabajo (Hosie, Cooper, & Sevastos, 2007); con la participación de los miembros en aspectos relacionados con la organización y la función, satisfacción con el trabajo y compromiso positivo con la organización y la función (Fisher, 2010); con la satisfacción en el trabajo como variable fundamental para abordar consecuencias organizacionalmente trascendentes en el contexto (Salessi & Omar, 2017); y con las fortalezas individuales, trabajo en equipo hacia un objetivo común, satisfacción al desarrollar nuevos productos/servicios (Dutschke, 2013). En consecuencia, el presente marco referencial aborda la felicidad organizacional desde las dimensiones: *trabajo en equipo, satisfacción laboral, compromiso con la organización y con la función e innovación*.

Trabajo en equipo

Es la facultad que tienen los individuos de hacer parte de un objetivo común, más aún, cuando son seres sociales que se interrelacionan, lo que constituye una dimensión del capital social, con la capacidad de asociación, derivando una intención genuina de cooperar con los otros y, por ende, de trabajar en equipo (Kliksberg, 2013). El equipo se estructura, cuando se transforma un grupo de personas con intereses, experiencia y conocimiento diferentes, en una unidad, en la que todos se comprometen con los mismos objetivos (García, 2003), se unen en torno a un propósito común y son responsables de los resultados (Bastidas, Godoy, & Moreno, 2008).

Satisfacción laboral

Es el nivel de conformidad del individuo respecto a su entorno de trabajo; se asocia con los niveles de expectativa y superación de objetivos y necesidades, con la percepción de un entorno y ambiente de trabajo saludable y sostenible en el tiempo (Nobell & Muñiz, 2013), y con la congruencia entre lo que los empleados quieren de su trabajo y lo que los empleados sienten que reciben (Wright D. , 2003). El optimismo y el funcionamiento humano positivo (Seligman M. , 1999) son factores que impactan el nivel de satisfacción personal porque afectan directamente la comodidad que tiene el trabajador en sus tareas y el grado de valoración que recibe, lo que construye cualidades positivas (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000) para él y la organización.

Compromiso con la organización y con la función

Es el vínculo emocional que establece el trabajador, dado su nivel de identificación con la organización, que se traduce en la motivación de poner al servicio de otros sus capacidades para el logro de objetivos comunes. El personal comprometido quiere la empresa, la siente como suya, se alinea a las metas estratégicas, es positivo, dinámico, entusiasta, proactivo; se desempeña de forma efectiva; es decir, propicia su bienestar psicológico y el de todos, entendido este como un estado afectivo en el que se encuentra una persona en su entorno laboral, tanto en términos de activación como de grado de placer experimentado (Wright & Doherty, 1998).

Innovación

Es la capacidad para adaptarse a nuevas situaciones y factores del entorno (Brown, Eisenhardt, & SL, 1997) desprendiéndose de conocimientos y normas obsoletas, así como de barreras que impiden la adquisición y procesamiento de nueva información. Un profesional con capacidades para innovar podrá generar estrategias eficaces para la gestión del personal en la organización, optimizar su tiempo al momento de aplicar nuevas y mejores prácticas en el ejercicio de las labores, y fortalecer la capacidad crítica aportando soluciones creativas y sostenibles, que sin duda mejoran el rendimiento, productividad, adaptabilidad,

creatividad, calidad, innovación y comunicación entre los miembros de la compañía (Gaitán, Bretón, & Hci Choi Urbano, Cat, 2015).

Metodología

La investigación es de enfoque mixto. Combina métodos cualitativos para identificar, medir y recolectar datos sobre el fenómeno y describirlo (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2006), en el marco del contexto en que ocurre, teniendo en cuenta las percepciones de la población (Stake, 2007); y métodos cuantitativos para la verificar, aprobar o rechazar las relaciones establecidas entre las variables definidas operacionalmente (Rodríguez, 2010). Se empleó como estrategia metodológica el estudio de caso, para indagar sobre el fenómeno de la felicidad organizacional en un contexto particular y estudiar los límites entre ambos teniendo en cuenta las fuentes de evidencia (Yin, 1993), lo que se convierte en referente para nuevos estudios.

El alcance es de tipo exploratorio (Dankhe, 1986). Condujo al investigador al análisis del objeto de estudio para avanzar en la familiaridad con el tema (Sampieri, Collado, & Lucio, 1997), adquirir nuevos conocimientos de algo poco abordado en ciudades como Montería y establecer postulados verificables para futuras investigaciones.

La población es la comunidad administrativa de dos instituciones de educación superior de carácter oficial y privado en Córdoba. En la institución oficial es $N=443$ y en la privada es $N=188$. En el diseño de muestreo se tuvo en cuenta la homogeneidad de las características de la población y el tipo de variables del instrumento para estimar proporciones según la fórmula de (Särndal, Swensson, & Wretman, 2003). La Muestra Aleatoria Simple es: 297 administrativos del total de dependencias en la institución oficial (90) y 160 administrativos del total de dependencias en la institución privada (46); con una confianza de 95% y un margen de error del 0,03%.

En cuanto a las variables de estudio, se llevó a cabo la validación estadística; se cruzan los hallazgos mediante las pruebas de independencia

chi-cuadrado de Pearson y se realizó el análisis multivariado a través del análisis de correspondencias múltiples (ACM).

Cuadro 1. Variables de estudio y subvariables.

Variables	Tópicos
Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidades intelectuales • Respeto • Colaboración
Satisfacción en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Expectativas • Relaciones interpersonales
Compromiso	<ul style="list-style-type: none"> • Emocional • Normativo • Pertenencia
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura Organizacional • Motivación • Creatividad

Fuente: Benavidez, Carrascal, & Ponce (2016-2017) y Bula & Garcés (2017-2018).

Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron el análisis documental, la encuesta y la observación no participante. La primera condujo a la reflexión en torno a las normas y políticas existentes de bienestar laboral, la consulta de estudios realizados internamente y la identificación de cuestionarios validados para el diseño de la encuesta: *CLA. Clima Laboral* (Pereña & Corral, 2003) y *Diagnóstico de comunicación organizacional de la institución educativa Cristóbal Colón de Montería, Colombia* (Malluk & Bedoya, 2016).

La encuesta -sometida a juicio de expertos de Comunicación Organizacional y Talento Humano-, permitió establecer asociaciones para conocer el comportamiento entre áreas. El instrumento tipo escala de Likert contó con 39 proposiciones distribuidas en las variables con las opciones: siempre (4), usualmente (3), rara vez (2), nunca (1). La observación no participante ayudó al registro de las reacciones de los administrativos al aplicar la encuesta.

Esta metodología facilitó el propósito del presente capítulo al pretender, mediante el estudio de casos múltiple, contribuir a la práctica (McMillan & Schumacher, 2005) por medio de la comparación del fenómeno en dos contextos similares, lo que enriquece aún más la discusión y ofrece un panorama global, al avanzar del análisis particular de cada caso, a la comprensión general desde los ámbitos oficial y privado.

Resultados²

Para el caso de la institución oficial se estableció la hipótesis de independencia entre las variables, por lo tanto, la opinión de los administrativos es independiente del tipo de cargo. Se mostrarán los aspectos identificados como debilidades en cada variable o los que presentan contradicciones al comparar los resultados de la encuesta y las apreciaciones de la observación no participante. En lo que respecta a la institución privada, se mostrarán las debilidades o contradicciones, con dependencia de las respuestas frente al cargo.

Tabla 1. Variable trabajo en equipo según institución.

Institución oficial				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Alta tramitología y exceso de personal en la institución que dificulta el desarrollo del trabajo en equipo.	Nunca	25	8,4	8,4
	Rara vez	88	29,6	38,0
	Siempre	65	21,9	59,9
	Usualmente	119	40,1	100,0
	Total	297	100,0	

El 40,1% opina que usualmente, el 29,6% rara vez, el 21,9% siempre y el 8,4% nunca.

2 La validación estadística de la encuesta se realizó a través de los coeficientes de confiabilidad Alfa de Cronbach y Guttman. Según el método Alfa de Cronbach existe un 82% (institución oficial) y 84% (institución privada) de probabilidad de que los encuestados comprendieron las preguntas. Los coeficientes de Guttman arrojan una probabilidad aproximada del 80% (institución oficial) y 84% (institución privada) indicando que el instrumento es comprendido y viable; existe consistencia interna de los ítems.

Institución privada				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
El jefe le solicita sus opiniones, ideas y sugerencias en forma regular para la toma de decisiones.	Nunca	9	5,6	100,0
	Rara vez	24	15,0	94,4
	Siempre	50	31,3	31,3
	Usualmente	77	48,1	79,4
	Total	160	100,0	
El 48,1% afirma que usualmente, el 31,3% siempre, el 15,0% rara vez y el 5,6% nunca.				

Fuente: (Bula & Garcés, 2017-2018).

Tabla 2. Variable satisfacción laboral según institución.

Institución oficial				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La institución fomenta acciones que propician el bienestar laboral.	Nunca	6	2,0	2,0
	Rara vez	63	21,2	23,2
	Siempre	59	19,9	43,1
	Usualmente	169	56,9	100,0
	Total	297	100,0	
El 56,9% expresa que usualmente, el 21,2% rara vez, el 19,9% siempre y el 2,0% nunca.				

		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Existen reconocimientos, méritos o estímulos por el buen desempeño laboral.	Nunca	48	16,2	16,2
	Rara vez	95	32,0	48,1
	Siempre	46	15,5	63,6
	Usualmente	108	36,4	100,0
	Total	297	100,0	
El 36,4% asegura que usualmente, el 32,0% rara vez, el 15,5% siempre y el 16,2% nunca.				

		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La felicidad como valor que se promueve en la institución.	Nunca	48	16,2	16,2
	Rara vez	95	32,0	48,1
	Siempre	46	15,5	63,6
	Usualmente	108	36,4	100,0
	Total	297	100,0	
El 36,4% asegura que rara vez, el 34,7% usualmente, el 16,2% nunca y el 12,8% siempre.				

Institución oficial				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La institución contribuye con su desarrollo personal, familiar y profesional aportándole un salario emocional.	Nunca	28	9,4	9,4
	Rara vez	141	47,5	56,9
	Siempre	37	12,5	69,46
	Usualmente	91	30,6	100,0
	Total	297	100,0	
El 47,5% opina que rara vez, el 30,6% usualmente, el 12,5% siempre y el 9,4% nunca.				

		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La promoción para el ascenso suele estar ligada al servilismo.	Nunca	30	10,1	10,1
	Rara vez	77	25,9	36,0
	Siempre	84	28,3	64,3
	Usualmente	106	35,7	100,0
	Total	297	100,0	
El 35,7% asegura que usualmente, el 28,3% siempre, el 25,9% rara vez y el 10,1% nunca.				

		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La remuneración se basa más en las relaciones personales que en los méritos y resultados.	Nunca	43	14,5	14,5
	Rara vez	66	22,2	36,7
	Siempre	110	37,0	73,7
	Usualmente	78	26,3	100,0
	Total	297	100,0	
El 37,0% afirma que siempre, el 26,3% usualmente, el 22,2% rara vez el 14,5% nunca.				

Fuente: (Benavides, Carrascal, & Ponce, 2016-2017).

Institución privada				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Existen reconocimientos, méritos o estímulos por el buen desempeño laboral.	Nunca	348	21,3	100,0
	Rara vez	47	29,4	78,8
	Siempre	24	15,0	15,0
	Usualmente	55	34,4	49,4
	Total	160	100,0	
El 34,4% asegura que usualmente, el 29,4% rara vez, el 16,2% nunca y el 12,8% siempre				

		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La promoción para el ascenso suele estar ligado al servilismo.	Nunca	55	34,4	100,0
	Rara vez	59	36,9	65,6
	Siempre	7	4,4	4,4
	Usualmente	39	24,4	28,8
	Total	160	100,0	
El 36,9% asegura que rara vez, el 34,4% nunca, el 24,4% usualmente y el 4,4% siempre.				

Fuente: (Bula & Garcés, 2017-2018).

Tabla 3. Variable compromiso con la función y la organización según institución.

Institución oficial				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Está esperando que llegue el final de la jornada laboral para salir de prisa.	Nunca	58	19,5	19,5
	Rara vez	118	39,7	59,3
	Siempre	53	17,8	77,1
	Usualmente	68	22,9	100,0
	Total	297	100,0	
El 39,7% opina que rara vez, el 22,9% usualmente, el 19,5% nunca y el 17,8% siempre.				

Fuente: (Benavides, Carrascal, & Ponce, 2016-2017).

Tabla 4. Variable innovación según institución.

Institución oficial				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La institución fomenta acciones para promover su innovación	Nunca	37	12,5	12,5
	Rara vez	101	34,0	46,5
	Siempre	44	14,8	61,3
	Usualmente	115	38,7	100,0
	Total	297	100,0	
El 38,7% afirma que usualmente, el 34,0% rara vez, el 14,8% siempre y el 12,5% nunca.				

		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Estímulos para asumir riesgos razonables al intentar crear nuevas ideas o procesos.	Nunca	47	15,8	15,8
	Rara vez	110	37,0	52,9
	Siempre	35	11,8	64,6
	Usualmente	105	35,4	100,0
	Total	297	100,0	
El 37,0% afirma que rara vez, el 35,4% usualmente, el 15,8% nunca y el 11,8% siempre				

Fuente: (Benavides, Carrascal, & Ponce, 2016-2017).

Institución privada				
		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Estímulos para asumir riesgos razonables al intentar crear nuevas ideas o procesos.	Nunca	12	7,5	100,0
	Rara vez	54	33,8	92,5
	Siempre	26	16,3	16,3
	Usualmente	68	42,5	58,8
	Total	160	100,0	
El 42,5% afirma que usualmente, el 33,8% rara vez, el 16,3% siempre y el 7,5% nunca.				

		Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
La organización fomenta acciones para promover su innovación.	Nunca	2	1,3	100,0
	Rara vez	42	26,3	98,8
	Siempre	53	33,1	33,1
	Usualmente	638	39,4	72,5
	Total	160	100,0	
El 39,4% opina que usualmente, el 33,1% siempre, el 26,3% rara vez y el 1,3% nunca.				

Fuente: (Bula & Garcés, 2017–2018).

Conclusiones

Se fundamentan desde la relación existente entre la opinión de los administrativos y el cargo que desempeñan, para comprender los vínculos existentes entre la valoración del empleado y la productividad, en el marco de las particularidades de la cultura organizacional que le dan a cada caso connotaciones diferentes que conducen al abordaje del fenómeno de forma global:

El estilo de liderazgo, cultura organizacional y clima laboral inciden en la percepción de la felicidad y transforman las prácticas del trabajo en equipo, compromiso con la función y la organización, satisfacción laboral e innovación. La naturaleza de la institución oficial conlleva a que sus integrantes expresen libremente ideas sin miedo a represalias, ya que la toma de decisiones, rendimiento, productividad, compromiso, proactividad, recursividad, satisfacción, estabilidad laboral e innovación están condicionadas por la influencia directa o indirecta de los poderes públicos. En la institución privada, cuyas normas y políticas son autónomas y satisfacen necesidades particulares, es evidente que los

mandos altos y medio demuestran su lealtad al no develar información confidencial que compromete las relaciones entre jefes y subordinados, y podrían representar un riesgo en su permanencia en la empresa.

En lo que respecta al *trabajo en equipo*, se concluye que las percepciones son favorables en ambas instituciones, lo que influye positivamente en la relación felicidad-productividad. Desde la institución oficial se reconoce la correspondencia entre las competencias profesionales y las habilidades para el ejercicio de la función, se evidencia la relación entre la posición del funcionario, el nivel de consideración y valoración social del individuo en el contexto organizacional, la disposición de aceptar y proporcionar apoyo en los procesos, de dirigir esfuerzos y de sostener relaciones coordinadas y efectivas entre dependencias. En la institución privada se detectó que los cargos están completamente relacionados con los perfiles, lo que facilita el trabajo; existe relación directa entre el cargo y la solicitud de opiniones para la toma de decisiones; se fomentan acciones para el fortalecimiento de las relaciones entre compañeros y los directivos animan un clima de cooperación dentro de los equipos de trabajo. Lo anterior se contradice con la percepción de un grupo importante de colaboradores de nivel jerárquico bajo que perciben poca participación en este tipo de procesos; solo se limitan a seguir las órdenes de sus superiores.

En cuanto a la Satisfacción laboral se concluye que existen percepciones poco favorables en la institución oficial y favorable en la institución privada, que inciden en la relación felicidad-productividad. En la institución oficial, los administrativos perciben que los directivos poco se interesan por contribuir al desarrollo personal, familiar y profesional de los colaboradores, lo que disminuye el interés por presentar resultados de calidad; se toman más en cuenta las relaciones personales que los resultados, lo cual influye en la forma de colaboración. En el caso de la institución privada se concluye que existe un buen ambiente laboral en el que se fomentan acciones que propician el bienestar en el trabajo, lo que se evidencia a través del apoyo emocional representado en capacitaciones no relacionadas con las funciones, ascensos por méritos y no por servilismos, reconocimiento verbal a la labor y respaldo frente a situaciones de ausentismo; sin embargo, se contemplan pocos estímulos al buen desempeño; situación que los pone en desventaja frente a los docentes, lo que genera divisiones.

En torno al *compromiso con la función y organización* se concluye que las percepciones son favorables en ambas instituciones, lo que impacta positivamente en la relación felicidad-productividad. En la institución oficial hay identificación de los trabajadores con la organización, cumplimiento de las tareas, permanencia en el cargo a pesar de los intereses que se manejan y valoración de la organización. En la institución privada existe alta identificación con la organización, se promueve la formación y el desarrollo profesional, se emplean al máximo las capacidades y competencias para el desarrollo de funciones; sin embargo, el cargo influye en la percepción de apropiación de los problemas que surgen en la organización, ya que directivos y jefes solucionan los inconvenientes, mientras que los subordinados consideran que es función exclusiva de su jefe inmediato.

En referencia a la Innovación se concluye que existen percepciones poco favorables en ambas instituciones que inciden negativamente en la relación felicidad-productividad. En el caso de la institución oficial esta variable es escasamente estimulada ya que las condiciones que brinda el medio laboral no posibilitan el surgimiento de las ideas creativas, faltan incentivos para arriesgarse a proponer ideas y desarrollarlas, el trabajador se limita a cumplir con lo que se asigna y existen normas obsoletas que conducen al desarrollo de las tareas y experiencias poco novedosas. En la institución privada, la creatividad es una característica presente en los empleados, que se usa de forma individual en el desarrollo de funciones; falta conocimiento sobre los lineamientos institucionales que promueven los procesos de innovación.

Referencias

- Achor, S. (2010). *The Happiness advantage*. Virgin Publishing Ltd.
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala factorial para medir la felicidad. *Revista Interamericana de Psicología*.
- Bastidas, O., Godoy, E., y Moreno, F. (2008). Liderazgo y trabajo en equipo en las empresas prestadoras del servicio de agua potable y saneamiento del Estado Trujillo. *Revista Daena (Internacional Journal Of Good Conscience)*.
- Benavides, L., Carrascal, M. y Ponce, M. (2016-2017). *Estado actual de la percepción de felicidad organizacional de los administrativos de una institución*

- educativa superior de carácter oficial de Montería, Colombia*. Programa de Comunicación Social-Periodismo, Universidad Pontificia Bolivariana.
- Betancourt, A. L. (1985). *Organizaciones y administración: Un enfoque de sistemas*. Cali, Colombia.: Norma.
- Brown, Eisenhardt y SL. (1997). *El arte del cambio continuo: vinculación de la teoría de la complejidad y el tiempo de evolución de ritmo en las organizaciones sin cesar cambiantes*. Boston: Administrative Science Quarterly.
- Bula, K. y Garcés, M. (2017-2018). *Estado actual de la percepción de felicidad organizacional de los administrativos de una institución educativa superior de carácter privado de Montería, Colombia*. Montería: Programa de Comunicación Social-Periodismo. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Carballeira, M., González, J. y Marrero, R. (2015). Diferencias transculturales en bienestar subjetivo. *Anales de Psicología*, 31, 199-206.
- Cardona, C. R. (2002). *Fundamentos de Administración*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Cols, M. y. (2005). *La satisfacción y el bienestar psicológico como antecedentes*. Obtenido de La satisfacción y el bienestar psicológico como antecedentes: <http://www.redalyc.org/pdf/727/72719306.pdf>
- Cruz, J. M., S. R. y D. S. (julio de 2015). La felicidad organizacional, un nuevo reto de intervención en la gestión humana para aumentar la productividad y motivación. Bogotá, Colombia: Universidad Sergio Arboleda.
- Dankhe, G. (1986). *Investigación y comunicación*. En C. Fernández-Collado y G.L. Dankhe (eds): *La comunicación humana ciencia social*. México: Mc.Graw-Hill.
- Drucker, P. F. (1993). *La sociedad poscapitalista*. Estados Unidos: Editorial Sudamericana.
- Dutschke. (2013). Factores condicionantes de felicidad organizacional. Estudio exploratorio de la realidad en Portugal. *Revista de Estudios Empresariales* (1), 21-43.
- Dutschke, G. (2013). Factores condicionantes de felicidad organizacional. Estudio exploratorio de la realidad en Portugal. *Revista de Estudios Empresariales*(1), 21 - 43.
- Fernández, I. (2015). *Felicidad Organizacional*. Penguin Random House.
- Fernández, I. (2015). *Felicidad Organizacional. Cómo construir felicidad en el trabajo*. Chile: Ediciones B Chile S.A.
- Ferrell, O., Hirt, G. y Ramos, A. (2004). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Fisher, C. (2010). Happiness at Work. *International Journal of Management Reviews*, 12, 384-412.

- Gaitán, I., Bretón, D. y Hci Choi Urbano, Cat. (2015). Todo es cuestión de actitud. Gestión de la felicidad. *Harvard Deusto Business Review*, (244), 6-17.
- García, J. (2003). *Equinergia, La fuerza de los equipos humanos*. México : Editorial Trillas.
- Gutiérrez, M. y Gonçalves, T. (2013). Activos para el desarrollo, ajuste escolar y bienestar subjetivo de los adolescentes. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 13, 339-355.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (IV ed.). México: McGraw - Hill.
- Hosie, P., Cooper, C. y Sevastos, P. (2007). *Journal of Human Values*, 13(2), 151-176.
- Kliksberg, B. (2013). *¿Cómo enfrenntar la pobreza y la desigualdad? Una perspectiva internacional* . Perú: Ediciones Ética y Economía .
- Malluk, A. y Bedoya, S. (2016). *Diagnóstico de comunicación organizacional de la institución educativa Cristobal Colón de Montería, Colombia*. Programa de Comunicación Social-Periodismo. Universidad Pontificia Bolivariana.
- McMillan, J. y Schumacher, S. (2005). *Investigación Educativa*. Madrid: Editorial Pearson Educación S.A.
- Muniz, J. (01 de noviembre de 2012). Organizaciones saludables en Forcano A ¿Organizar el cambio o cambiar las organizaciones? Zaragoza : Ediciones San Jorge.
- Nader, M. y Castro, A. (2010). Teorías implícitas del liderazgo, LMX y bienestar laboral: generalización de un modelo teórico. *Revista de Psicología*, 28, 227-258.
- Nobell, A. y Muñoz, J. (2013). Felicidad y desarrollo de la Cultura en las organizaciones, un enfoque psicosocial. *Revista de Comunicación*, 12.
- Oberle, E., Schonert-Reichl, K. y Zumbo, B. (2011). Life satisfaction in early adolescence: Personal, neighborhood, school, family, and peer influences. *Journal of Youth and Adolescence*, 40, 889-901.
- Pereña , J. y Corral, S. (2003). *Test CLA. Clima Laboral: test para evaluar el clima laboral de las empresas y las organizaciones*. Tea Ediciones. Obtenido de CLA. Clima Laboral. .
- Pulido, F. y Herrera, F. (2018). Predictores de la felicidad y la inteligencia emocional en la educación secundaria. *Revista Colombiana de Psicología*(27), 71-84.
- Quiceno, J. y Vinaccia, S. (2015). Calidad de vida, fortalezas personales, depresión y estrés en adolescentes según sexo y estrato. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*(14), 155-170.

- Revista Líderes. (1 de septiembre de 2014). Las empresas miran en la felicidad un nuevo indicador. Ecuador: Redacción Quito.
- Rodríguez, C. y Caño, A. (2012). Autoestima en la adolescencia: análisis y estrategias de intervención. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*(12), 389-403.
- Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación: diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Salanova, M., Llorens, S. y Martínez, I. (2005). Psicología Organizacional Positiva. *Psicología de la Organización*, 349-376.
- Salanova, M., Martínez, I. y Llorens, S. (2005). Psicología Organizacional Positiva. *Psicología de la Organización*, 349-376.
- Salanova, M., Martínez, I. y Llorens, S. (2014). *Papeles del Psicólogo*, 34, 22-30.
- Salessi, S. y Omar, A. (2017). Satisfacción laboral: un modelo explicativo basado en variables disposicionales. *Revista Colombiana de Psicología*(26), 329-345. doi:10.15446/rcp.v26n2.60651
- Sampieri, R., Collado, C. y Lucio, P. (1997). *Metodología de la investigación*. Colombia: MCGRAW- HILL.
- Särndal, C., Swensson, B. y Wretman, J. (2003). *Muestra de muestreo asistido por modelo*. New York: Springer Science y Business Media.
- Seligman, M. (1999). The president´s address. *American Psychologist*, 54, 559-562.
- Seligman, M. y Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.
- Stake, R. (2007). *Investigación con estudio de casos* (4 ed.). Madrid: Ediciones Morata.
- Tarragona, M. (05 de octubre de 2016). *Instituto de Ciencias de la Felicidad de la Universidad Tecnológico*.
- University of Warwick and IZA. (2015). Happiness and Productivity. *Journal of Labor Economics*, 33(4). Obtenido de Empleados infelices... empresas poco productivas.
- Wright, D. (2003). Satisfacción laboral: descripción teórica de sus determinantes. *Revista psicológiccientífica.com*, 70.
- Wright, T. y Doherty, E. (1998). Organizational behavior «rediscovered» the role of emotional well-being. *Journal of Organizational Behavior*, 19, 481-485. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/727/72719306.pdf>
- Yin, R. (1993). Applications of Case Study Research. *Cosmos*.

Retos de la comunicación en las organizaciones modernas: una mirada al perfil profesional del comunicador social, caso Caribe colombiano¹

Flora del Pilar Fernández Ortega²

Resumen

La comunicación constituye un elemento clave para el éxito de la gestión en las organizaciones modernas, sin tener en cuenta las características y estructuras que posean las empresas e instituciones. Así lo plantea la investigación “Profesiones de la comunicación y transformaciones en el mundo del trabajo. Análisis del impacto social de la formación de comunicadores sociales, demandas y desafíos sociales y del mundo laboral” liderada por la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social (AFACOM), con la participación de 43 universidades afiliadas, divididas en seis regiones.

El estudio indaga por la relación entre las transformaciones del mundo del trabajo y las profesiones de la comunicación, así como el impacto de la formación de comunicadores sociales en el país, las demandas y los desafíos sociales que enfrentan las facultades y programas de Comunicación ante las transformaciones del trabajo y la emergencia de nuevas profesiones de la comunicación. La experiencia se constituye

1 Este artículo es producto del proyecto de investigación titulado “Profesiones de la comunicación y transformaciones en el mundo del trabajo. Análisis del impacto social de la formación de comunicadores sociales, demandas y desafíos sociales y del mundo laboral. Código 215-09/17-G015.

2 Comunicadora Social, abogada, magíster en Comunicación Social - Periodismo. Docente titular del programa de Comunicación Social-Periodismo, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, flora.fernandez@upb.edu.co

también en un insumo clave para los ajustes o reformas a los planes de estudio y los procesos de acreditación nacional o internacional que afrontan actualmente las carreras de comunicación en el país.

De otra parte, conocer, hacer seguimiento y sistematizar información sobre la problemática planteada será de gran utilidad tanto para las facultades y programas como para la Asociación, que, en el futuro, podrían proyectar la creación de un observatorio sobre el tema.

Palabras clave: comunicación, organizaciones, estrategias.

Introducción

Los nuevos escenarios de la globalización de la información y el uso de las tecnologías y las comunicaciones exigen de las empresas, organizaciones e instituciones de cualquier naturaleza la puesta en marcha de procesos profundos y eficaces; por lo que la comunicación evoluciona de una concepción primaria como mero accesorio a asumir un rol relevante en la política de estas entidades. En este sentido, las organizaciones modernas han comprendido que existen recursos intangibles como la credibilidad, la reputación y los conceptos que los públicos se forman de una empresa que constituyen beneficios y un factor de diferenciación y competitividad decisivo.

Ante tal perspectiva, la comunicación incide en el logro de los objetivos organizacionales, la consolidación de la identidad y la imagen corporativa. Así mismo, permite gestionar todas las acciones dentro del sistema general de la empresa como una más de las funciones estratégicas de la dirección de la organización, es decir, cumple una función estratégica y es importante entenderlo e incluirla en la filosofía y ser parte integral de los procesos organizacionales.

El punto de partida de este proceso son los procesos formativos de las instituciones de educación superior y sus programas de Comunicación Social y Periodismo, los cuales deben responder a las necesidades de las organizaciones en la actualidad; este quehacer se reflejará en el

posicionamiento de los profesionales en el mercado y la configuración general del sector empresarial.

Objetivos

Objetivo general

Establecer las transformaciones o permanencias epistemológicas y metodológicas que han caracterizado los enfoques conceptuales de los programas en comunicación en conexión con las transformaciones de las profesiones en el mundo del trabajo y las demandas sociales tanto regionales, como nacionales (Colombia).

Objetivos específicos

1. Establecer las relaciones entre las transformaciones y permanencias epistemológicas y metodológicas existentes en los perfiles profesionales y socioeconómicos de los graduados en las facultades y programas que hacen parte de AFACOM en Colombia.
2. Establecer la relación entre la percepción que tienen los graduados de los programas sobre la formación para el trabajo recibida en las facultades de comunicación en conjunto con las percepciones que tienen sobre las demandas laborales.

Marco referencial

El estudio de la teoría sobre la gestión organizacional, desde los inicios del siglo xx hasta la actualidad, ha llamado la atención de un sinnúmero de investigadores de distintas nacionalidades y corrientes de pensamiento, los cuales han aportado nuevos paradigmas y perspectivas en el desarrollo de la productividad, efectividad, eficacia y calidad de las organizaciones de todo orden.

Para poder comprender la teoría de la gestión organizacional es preciso primeramente analizar conceptos como el de gestión y el de organización. La gestión suele ser planteada en el actual contexto como “una función institucional global e integradora de todas las fuerzas que conforman una organización” (Mora, 1999, p. 20). En ese sentido, se hace énfasis en la administración y en el ejercicio del liderazgo. Por su parte, el profesor Augusto Uribe, de la Universidad Pontificia Bolivariana, defiende la gestión con una concepción de gerencia, y la define como “el manejo estratégico de la organización” (1997, p. 12).

Los criterios expuestos hablan de gestión como sinónimo de administración y gerencia, en estrecha correspondencia con las funciones de la dirección, o sea, la planeación, la organización, el mando, la evaluación y el control. En tanto, las organizaciones son vistas como “sistemas sociales compuestos por individuos que, mediante la utilización de recursos financieros, materiales y humanos, desarrollan un sistema de actividades interrelacionadas y coordinadas para el logro de un objetivo común, dentro de un contexto con el que interactúan de manera permanente” (Rodríguez, 2014. P 179).

El sistema de comunicación institucional, cualesquiera que sean las características de su estructura, requiere de una vinculación cercana y profunda con los más altos niveles directivos de la institución. Ello se debe a que es desde la dirección general que se fijan políticas institucionales de todo tipo, las cuales afectan directamente a los públicos de la institución. La comunicación a su vez está presente también en todas las funciones de dirección, sin ella no es posible dirigir la empresa, juega un importante papel en la búsqueda o recepción de información, en la elaboración de decisiones y su implementación, en la actividad de ventas y aprovisionamientos, en la motivación y estimulación de los trabajadores.

Marco teórico

En el marco teórico se trabajan dos dimensiones, el estado del arte, antecedentes y estudios previos y, la definición de tres categorías centrales del estudio a saber:

- a. Trabajo, condiciones laborales y sociales
Relación capital trabajo
Transformaciones en la producción
- b. Enfoque de sociología de las profesiones
Organización social de las actividades del trabajo
Significación subjetiva de las prácticas laborales
Modos de estructuración del mercado laboral
- c. Profesiones en comunicación – Mercados laborales
Aspectos epistemológicos, metodológicos y conceptos

Estado del arte

Se relacionan tres grandes campos de conceptualización donde se piensan dichos campos como aspectos epistemológicos, conceptuales y metodológicos. El campo profesional de la comunicación se establece como un tema relacionado enteramente con el mercado laboral, enfatizando en las promesas y construcciones conceptuales de la comunicación frente a la inserción laboral.

Hay grandes temas importantes, estos son: cambios en la profesión (articulado con la mirada conceptual de los campos profesionales); formación (relacionado con el abordaje epistemológico) y la profesión en relación con el mercado laboral (conectado con el aspecto conceptual del campo respecto al espectro de lo laboral).

El primero (cambios en las profesiones) explora las tendencias que se han modificado, ampliado o reducido en la comunicación y sus oficios según contextos socioculturales diversos y dinámicos. Por ello, se habla de las transformaciones que ha sufrido el periodismo en primer momento (capítulo aparte, donde la escritura y publicación de textos sobre las problemáticas, potencialidades, precarización y demás han generado ajustes en los modos de definir al periodista, su función social, rol y condición profesional en contextos particulares (países como España, Argentina, Cuba y Colombia), así como otros oficios donde se definen cambios en las prácticas y quehaceres; la publicidad, la producción editorial y la aparición de la comunicación digital aparecen como perspectiva de formación en transformación mediante

las plataformas tecnológicas que les implica a los egresados insertarse en nuevas dinámicas laborales.

En primer momento, el artículo de Sabarís (2016) recoge una parte de los resultados de una investigación sobre las categorías de perfil y las actitudes profesionales de los periodistas vascos que trabajan en medios audiovisuales. En concreto, se muestran las percepciones, como dimensión de análisis, sobre las funciones que debería cumplir el periodismo y sobre las que está cumpliendo en la realidad, su visión de cómo debe ser un periodista, sus motivaciones para elegir la profesión, si se autocensuran y por qué, si consideran que el trabajo de un periodista vasco es diferente al de otros, y si el actual clima sociopolítico ha cambiado su manera de trabajar. En conjunto, las conclusiones que se destacan de este ejercicio se generan en que estos periodistas se hallan inmersos en una contradicción entre los mitos de la ideología profesional (objetividad, neutralidad...) y las necesidades comerciales del periodismo (entretener al público...), entre la crítica al ejercicio del periodismo del entorno y la ausencia total de autocritica hacia el propio trabajo que reafirma el carácter individualista de la profesión. Metodológicamente, estas percepciones se recogieron a través de una encuesta de 62 preguntas contestada por 201 periodistas, miembros de 23 medios de la comunidad vasca en España.

Por otro lado, se encuentra Arribas (2013) quien en su reflexión sobre las nuevas tendencias de la comunicación analiza los nuevos medios y las relaciones que se establecen cada vez más interactivas entre las organizaciones y sus *stakeholders*. De esta manera, se presentan análisis comparativos documentales entre los distintos medios, tanto tradicionales como nuevos medios, estableciendo relaciones entre los diferentes aspectos que los caracterizan en particular. La justificación de este texto proviene de la popularización, primero de Internet y posteriormente de las redes sociales, lo cual ha obligado a las empresas a replantearse toda su estrategia de comunicación, pues ya no es suficiente fabricar buenos productos, ahora la marca tiene que “enamorar” al consumidor y para conseguirlo nada más eficaz que la gestión de la Comunicación Corporativa a través de todas las herramientas, tanto tradicionales como de última generación. Tal cual como se observa, este es un estudio que se inscribe en las transformaciones que ha sufrido la comunicación organizacional.

También en esta línea, Flores (2009) reflexiona sobre las redes sociales en línea, quienes se han convertido en el estandarte de la Web 2.0, entorno que también aglutina a los blogs, wikis y chats. Lo cual ha generado la posibilidad de pensar en los nuevos aspectos que ha tomado la comunicación en lo digital donde hablar de redes sociales es referirse al siguiente estadio de Internet, como en su momento fueron los blogs. Se han constituido en un fenómeno de masas cada vez más importante, tanto así que ya algunas están integrando plataformas de blogs y wikis en una sola interfaz. Pero, alrededor de este contexto surge la pregunta ¿qué nuevas formas de comunicación y de negocio subyacen en las redes?, ¿qué perfiles profesionales se necesitan para esta nueva audiencia?, ¿deben los medios crear redes o adaptarse a los nuevos entornos de donde emerge un nuevo periodismo basado en la participación? Al respecto, encuentra que el perfil del responsable de redes sociales emerge en medio de una nueva forma de entender el periodismo. Debe saber llegar a las masas, ejercer influencia y, sobre todo, tener destrezas y habilidades tecnológicas como condicionantes para formarse en este perfil. En cuanto a la formación en redes sociales, el problema radica en que todavía las universidades y las empresas no asumen el cambio que está generando la Red, la cual afecta no solo a la forma de hacer periodismo, sino al contenido mismo. Y a esto se suma el reto de seguir teniendo lectores, usuarios que, por un lado, generan sus propios contenidos, mientras que, por otro, lo que hacen es participar en la selección, distribución o modificación de contenidos.

En el tema de la formación, visto como eje articulador con el abordaje epistemológico que detentan los programas en comunicación se encontraron diferentes artículos sobre los cambios curriculares, las transformaciones de las prácticas metodológicas del comunicador frente a su entorno y las perspectivas o miradas a futuro de los cambios que deberán incluir los programas académicos respecto al mercado laboral. Esta es claramente una perspectiva desde la academia, lo cual genera diferencias con el tema sobre la profesión y mercado de trabajo donde la perspectiva se encuentra en los empleadores, las demandas del trabajo y el mercado laboral.

Trabajos como el de Fuentes (2014), Zambrano (2014), Del Arco (2015), García (2011) y Salazar y Sepúlveda (2011) describen los cambios que debe examinar la comunicación, desde la concepción

de los programas, en relación con otras áreas de conocimiento para conectarse con nuevos desafíos que se espera de los egresados en el desempeño de diversas profesiones. Incluso, un estudio de Mellado (2007) intenta establecer perfiles profesionales detectados desde las posibilidades laborales, ya no necesariamente en los medios tradicionales de comunicación. A diferencia del primer componente, los cambios en las profesiones, este artículo pertenece al componente de formación, a raíz de la mirada más epistemológica del perfil como ruta formativa en un programa de comunicación, fijándose en los posibles cambios curriculares, mecanismos de retroalimentación de los programas académicos que sujeta en su investigación.

En cuanto al tema de la profesión con respecto al mercado de trabajo se encuentran diversos referentes sobre el estudio del empleo, las perspectivas laborales de los comunicadores que demandan los empleadores desde el mercado mismo. En este punto, el cambio significativo con respecto al componente de formación y el cambio en las profesiones están relacionados con la población investigada, pues en este caso las muestras se recogen en el mercado laboral directamente.

Casos como el estudio de García (2015), Lima et al. (2011) y Fíguro (2015) identifican cambios laborales alrededor de aspectos como el tiempo, las rutinas de producción, las funciones y tareas versus objetivos, la relación profesión-oficio de los comunicadores, la comunicación como producto mercantil y producto cultural, entre otros. Aquí el análisis se inserta en las demandas que requiere el mercado con respecto a las promesas realizadas desde los abordajes epistemológicos de los programas en comunicación y los conceptos/oficios que los representan.

Un ejemplo de ello, el estudio de García (2015) quien hizo una revisión del estado actual de la investigación sobre la situación laboral del periodista y su satisfacción a partir de cincuenta investigaciones similares que abordan la temática. La información se encuentra organizada de acuerdo con el contexto de ocurrencia de las investigaciones, que inicia en España, continúa en América Latina, Colombia, y finaliza en Cúcuta, donde se ha abordado el campo laboral del periodista en los medios de comunicación y las organizaciones no gubernamentales. El propósito del artículo fue conocer el panorama

laboral de estos profesionales, así como las perspectivas desde las cuales se ha abordado su estudio. Con ánimo de conocer las tendencias de la investigación sobre la situación laboral del comunicador social y hacer una aproximación, el programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) se dio a la tarea de identificar la producción científica sobre el tema, en la que encontró cincuenta documentos, entre los que se cuentan artículos de resultados de investigación, libros de compilación y documentos institucionales sobre la situación de estos profesionales en el mercado laboral.

Ahora bien, se puede establecer que el Periodismo y en términos generales la Comunicación como profesión y campo laboral tiene dificultades con su campo laboral tanto por el salario devengado como por las presiones que reciben del medio para estar en sintonía con los intereses políticos y económicos. Esta situación lleva a que muchos cuenten con dos o más empleos, o se vea comprometido su accionar con la venta de cupos o pauta publicitaria. Esta circunstancia va en detrimento no solo del ejercicio ético y responsable, sino de la capacidad real del profesional de dedicar su espacio a dos labores, la periodística y la de mercadeo, lo cual indiscutiblemente tendrá un impacto sobre su producción.

Por otro lado, se encontró de manera positiva que algunos autores destacan, aun cuando el campo periodístico en medios tradicionales se encuentra saturado, que los nuevos escenarios de comunicación digital se presentan como una oportunidad laboral, así como las empresas que no están relacionadas con el sector de la comunicación y que empiezan a ver el papel corporativo del comunicador (Calvo, 2005).

Metodología

La apuesta epistemológica y metodológica conjuga dos perspectivas o estilos de investigación en las ciencias sociales: la interpretativa y la crítica. Estas perspectivas permiten combinar y conjugar varias dimensiones en el estudio: descriptiva, interpretativa, crítica y propositiva en las siguientes dimensiones:

- **Dimensión descriptiva:** caracterizar las transformaciones, permanencias epistemológicas, metodológicas, los perfiles

profesionales y socioeconómicos de los graduados en las facultades y programas de Comunicación afiliados a AFACOM en Colombia.

- **Dimensión comprensiva:** describir las percepciones que tienen los egresados, graduados de los programas sobre la calidad de la formación recibida en las facultades y programas de Comunicación y las percepciones que tienen sobre las demandas laborales y sociales.
- **Dimensión crítica:** precisar los vacíos, las problemáticas y demandas del mundo del trabajo y de la sociedad que aún no han asumido las facultades y programas en sus propuestas/apuestas formativas.
- **Dimensión propositiva:** establecer insumos para que los programas incorporen una perspectiva de ajustar y cualificar sus ofertas formativas, así como elementos para los procesos de acreditación y la construcción de un observatorio de las profesiones de la comunicación.

Estas dimensiones implican el empleo y la conjugación de varias técnicas de investigación, en la perspectiva de la pluralidad de voces, de fuentes y técnicas de investigación: elaboración de bases de datos, análisis documental, encuesta, entrevista en profundidad, grupos de discusión o talleres de validación de hallazgos con agentes de las facultades y programas.

De acuerdo con los objetivos específicos, las dimensiones y variables a considerar para cada uno de los ejes son:

Caracterización del programa académico

Guía de recolección de datos institución y profesor encargado: duración de carrera (tiempo), enfoque del programa (objetivos), número de estudiantes, origen escolar, perfiles de ingreso y egreso, énfasis o campos de profundización, costos de matrícula, relaciones con el mercado laboral (seguimiento de prácticas, convenios para intercambios, semilleros de investigación), seguimiento de egresados, promoción institucional de pregrados, condiciones de vinculación de practicantes (jornada laboral, funciones, remuneración), política de estímulo para estudiantes destacados, asociación de egresados, fomento para carrera académica e investigación en posgrados, grupos

de investigación (líneas de acción), política de extensión institucional con diversos mercados.

Caracterización de los segmentos laborales (egresados)

- Entrevista a egresados: articulación entre lo aprendido y el ejercicio profesional, expectativas y demandas educativas y laborales, expectativas de formación posgrado, lecturas del mercado laboral.
- Prospectiva local, regional y nacional (expertos).
- Entrevista a expertos: el papel de la universidad en la región, presente y futuro, y específicamente de las facultades de comunicación, en el desarrollo social y económico, el fortalecimiento de la democracia, la diversidad, el pluralismo, la democratización de la información y la comunicación y consolidación de la esfera pública.

Resultados

De acuerdo con los objetivos planteados, el estudio caracterizó las relaciones entre las transformaciones y permanencias epistemológicas y metodológicas existentes en los perfiles profesionales y socioeconómicos de los graduados en las facultades y programas de Comunicación afiliados a AFACOM en Colombia. La importancia de este aspecto radica en que las universidades son las responsables de los procesos formativos que cursan los profesionales que forman parte de las organizaciones. Los hallazgos más relevantes son:

- Las universidades participantes reportaron 8527 estudiantes activos en el año 2017. De estas instituciones, entre el 2012–2017, egresaron 1780 profesionales.
- Vale resaltar que las misiones de las universidades participantes se caracterizan por aspectos específicos como:
 - La construcción de conocimientos técnicos, empresariales y científicos; y el desarrollo del espíritu investigativo (UPB Montería).
 - La formación de comunicadores sociales integrales que contribuyan a satisfacer la necesidad vital y esencial de comunicarse en una sociedad (Universidad del Sinú).

- La formación de profesionales integrales altamente comprometidos con la realidad nacional y el desarrollo regional del Caribe colombiano (UniCartagena).
- Formar profesionales articulados al contexto, para aprehender de la realidad y transformarla (UNIBAC).
- En cuanto a las problemáticas sociales que estos programas atienden se destacan:
 - El conflicto armado, el desempleo, la exclusión, la reconstrucción del tejido social, el fortalecimiento de la cultura, el apoyo a la investigación, la comprensión los cambios suscitados por la sociedad, entre otros.

Por otra parte, el perfil laboral que responde a la misión de estos programas incluye labores como: gestor de la comunicación, estrategia de la comunicación organizacional y corporativa, líder organizacional, periodista, jefe de prensa, *community manager*, director de campañas mediáticas. Se espera además que cumplan labores como proponer, diseñar, gestionar, producir y evaluar estrategias de comunicación en las entidades gubernamentales y no gubernamentales, brindar asesorías y consultorías de políticas públicas que propendan por procesos de desarrollo y estrategias de mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Al indagar en el concepto de relación universidad-empresa, las universidades argumentaron que sus profesionales reciben conocimientos para trabajar con diversos actores sociales, para relacionarse con los escenarios externos, así como organizaciones debidamente establecidas que gozan de prestigio y reconocimiento local, regional, nacional o internacional.

En cuanto a las relaciones que se establecen con organizaciones de la sociedad civil, las instituciones participantes indicaron que adelantan procesos educativos orientados al desarrollo tecnológico y de investigación e innovación en sectores clave de la región, también se abordan conceptos relacionados con la construcción de ciudadanía, así como de las estrategias de comunicación, para fundaciones, organizaciones comunitarias, culturales etc. Se registró además el fomento de vínculos productivos con el Estado a través de la articulación con las empresas nacionales e internacionales.

Dentro de acciones que los programas de Comunicación Social y Periodismo realizan con la empresa privada se exponen algunos ejemplos: en Montería el acompañamiento al periódico El Meridiano de Córdoba; los procesos de comunicación interna y externa de la Clínica del Río; en Bolívar, los proyectos con la fundación ANDA para la creación de productos audiovisuales y la vinculación a empresas privadas para la consecución de prácticas; en este mismo departamento y mediante la alianza estratégica con la Fundación HAY FESTIVAL para el desarrollo y convocatoria de participación en Cartagena, por mencionar unos cuantos.

Al indagar por los énfasis dados se hallaron los siguientes: formación avanzada y el mundo laboral (UPB Montería); comunicación organizacional, periodismo, desarrollo comunitario y comunicación digital (UniSinú); comunicación, educación y desarrollo, periodismo y cultura (UniCartagena); la formación de personas en el campo con pensamiento crítico, en el análisis y la investigación científica, elaborando y produciendo los mensajes audiovisuales, como también para responder con eficacia y calidad a las cadenas productivas, académicas, artísticas y de los mercados culturales (Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar); periodismo, comunicación organizacional, realización de medios audiovisuales, comunicación y cultura y comunicación para el desarrollo (Universidad del Norte); periodismo, comunicación organizacional, comunicación para el cambio social, periodismo digital (Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe); periodismo y narrativa, socio-humanístico, producción de tecnologías, comunicación, investigación y gestión de las organizaciones (Sergio Arboleda, Santa Marta); y comunicación social y medios digitales (CUC).

En lo relacionado específicamente con las competencias de gestión que las universidades participantes brindan a sus profesionales se cuentan: planeación, ejecución y gerencia de planes de comunicaciones dentro de esquemas organizacionales; coordinación y dirección de actividades en el seno de oficinas o departamentos de comunicación en diferentes organizaciones; capacidad de planificar procesos de comunicación empresarial; habilidad para gestionar proyectos y programas de Comunicación e implementar estrategias en comunidades, empresas del sector privado, público, etc.; asesorar políticas públicas que propendan

por procesos de desarrollo y estrategias de mejoramiento de la calidad de vida de la población en el área de comunicación y desarrollo; comprender los diversos modelos de gestión, dentro de un contexto para la toma estratégica de decisiones, aplicada a diferentes campos como el organizacional, institucional, educativo y de emprendimiento, por mencionar algunos de los hallazgos logrados.

Al revisar las condiciones que las universidades exigen de las empresas, donde sus estudiantes llevan a cabo las prácticas profesionales, las respuestas logradas se orientaron al reconocimiento de la empresa u organización, el trato profesional del estudiante como comunicador y no de oficios varios, el aporte social y la ocupación del profesional en la ejecución de labores propias de su formación académica y profesional.

Un aspecto muy interesante del estudio fue la posibilidad que registran las universidades de que las empresas que vinculan los practicantes para ofrecer un empleo estable. Las respuestas oscilaron mayormente entre el casi siempre y algunas veces, expresado así:

- Casi siempre (50% a 99%)
- Algunas veces (menos de 50%)
- Algunas veces (menos de 50%)
- Algunas veces (menos de 50%)
- Nunca (0%)

Finalmente, las universidades manifestaron como tres principales áreas de demanda, desde el mercado hacia sus programas, las siguientes:

Universidad Pontificia Bolivariana - Montería

- Medios de comunicación locales (impresos y digitales)
- Fundaciones y organizaciones no gubernamentales
- Sector público

Universidad del Sinú

1. Estudiantes con capacidad de manejo de segunda lengua.
2. Estudiantes con conocimientos en temas de diseño y marketing.
3. Mayor precisión en la ortografía y redacción.

Universidad de Cartagena	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital: análisis de medios, mercados, posicionamiento de web • Comunicación organizacional • Periodismo digital
Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento integral en herramientas de comunicación • Realización de proyectos audiovisuales • Manejo de redes sociales
Universidad Jorge Tadeo Lozano, Seccional Caribe	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Fundaciones y organizaciones no gubernamentales • Sector hotelero
Sergio Arboleda	<ul style="list-style-type: none"> • Director de comunicaciones • Director de fundaciones community manager
Universidad de la Costa	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicadores sociales que sean community manager y social media manager o estrategias digitales. • La construcción de contenidos dirigidos a sectores de la infancia, la cultura y el entretenimiento. • El desarrollo de aplicaciones móviles.

Discusión

Pensar la comunicación como objeto de estudio desde la oferta de comunicadores sociales al mercado laboral y de las organizaciones es un tema prioritario en el actual contexto, dado que permitirá asumir críticamente el lugar de los profesionales y de la universidad en relación con el mercado que absorbe y demanda de profesionales de comunicación en el territorio nacional.

Se planteó así indagar puntualmente las transformaciones y permanencias epistemológicas y metodológicas que han caracterizado a los enfoques sobre la comunicación de los diferentes programas académicos de las facultades de comunicación inscritas a AFACOM en Colombia.

Se propuso entonces estudiar los datos obtenidos desde la información que aporta cada programa, para entender cuál es la oferta que las

universidades hacen al mercado laboral desde la tensión entre las transformaciones que demanda la formación y las transformaciones que demanda el mundo del trabajo, considerando a los actores que participan en los dos procesos: programas de Comunicación de las instituciones de educación superior afiliadas a AFACOM, profesores, directivos universitarios, empleadores, empresarios y demás actores que aporten en la comprensión de las demandas y transformaciones del mundo laboral.

Desde tal perspectiva, las instituciones participantes demostraron valorar la formación de los perfiles pertinentes a las organizaciones actuales en el cumplimiento de roles como gestores de la comunicación, estrategias de la comunicación organizacional y corporativa, líderes organizacionales, periodistas, jefes de prensa, *community manager*, directores de campañas mediáticas, entre otros. Así el estudio del campo de la comunicación involucra fundamentos teóricos y prácticos que no se contraponen ni hablan de una dicotomía, “al contrario de lo que algunos creen, “teoría” no se contraponen a “práctica”. Toda actividad socialmente organizada, incluida la práctica profesional de la comunicación, aplica alguna teoría, aunque no esté explícita o sea falsa” (Martín Serrano, 2005), escenario que comparte todo campo que se inscribe entre las ciencias sociales o humanas.

Lo expresado resulta coherente con la formación que aportan las universidades para ubicar a sus profesionales en organizaciones públicas, privadas, fundaciones y organizaciones de la sociedad civil. Por ello, en la formación que evidencian los egresados es necesario considerar los saberes, otros que ellos experimentan desde el ejercicio práctico, desde diferentes dimensiones, expresiones, géneros y plataformas. Sobre la formación de la comunicación Marta Rizo se pregunta “¿cómo generar una formación profesional clara y coherente, de acuerdo con las particularidades del campo, que articule las diferentes vertientes de la comunicación y que, en el mejor de los casos, responda a las demandas formativas del actual escenario comunicativo?” (Rizo, 2012b, p. 13). El cuestionamiento resulta relevante en el diseño de los programas que ofertan las instituciones de educación superior con miras al cumplimiento no solo de su misión sino de las exigencias de las organizaciones actuales.

Conclusiones

Los programas de Comunicación Social y Periodismo que participaron del estudio reflejaron la importancia que le confieren a la formación integral de profesionales que atiendan las principales necesidades de las organizaciones. Como prueba de ello se cuentan las acciones que establecen puentes entre la academia y la empresa, y las actividades que se orientan a educar sus estudiantes en competencias laborales coherentes con la realidad actual.

Referencias

- Arribas F (2013). Comunicación, nuevas tendencias. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18, n. ° Esp., pp. 627-642.
- Calvo Bermejo, L. (2005). El informe sobre la situación laboral y profesional del periodista digital en Cataluña. *Mediatika: Cuadernos de Medios de Comunicación*, 11, 171-183. Recuperado de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/mediatika/11/11171183.pdf>
- Flores J (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, n. ° 33, v. XVII, páginas 73-81, ISSN: 1134-3478, *Revista Científica de Educomunicación*. España.
- García Pino, C., Ramírez Leiva, D. J. y Osorio Fonseca, J. K. (2015). Situación laboral del periodista: campo de estudio en construcción. 11(20). pp. 115-140. *Poliantea*, Colombia.
- Mora, J. (septiembre de 1999). Transformación y gestión curricular. En: Memorias Seminario Taller Evaluación y Gestión Curricular. Universidad de Antioquia, Medellín.
- Sabarís, R (2016). ¿Para qué sirven los periodistas? Percepciones de los y las profesionales de radio y televisión de la CAPV. España.

Síndrome de Burnout y variables sociodemográficas en profesionales de la salud de Montería, Colombia

Ana María Romero Otálvaro¹
Erika Patricia Ruiz González²

Resumen

El Burnout es considerado en la actualidad como uno de los daños laborales de carácter psicosocial más importantes, por lo que se ha vuelto necesario analizarlo en mayor medida en las etapas de prevención, diagnóstico y tratamiento en los profesionales que lo experimentan. El presente estudio tiene como objetivo analizar el nivel de Burnout en profesionales de la salud, específicamente en médicos laboralmente activos en clínicas de la ciudad de Montería. La investigación busca evaluar la existencia de relación significativa entre la satisfacción salarial y el género en esta misma población. Se utilizaron los instrumentos: Maslach Burnout Inventory (mbi) (Maslach y Jackson, 1986; adaptación: (Barbato, Córdoba, González, Martínez y Tamayo, 2011) y una encuesta sociodemográfica. Se encontró que la población evaluada puntuó alto en la variable agotamiento emocional y despersonalización y bajo en realización personal, es decir que los médicos que se encuentran laboralmente activos en clínicas de la ciudad de Montería presentaron un nivel alto de Burnout. Con respecto al género se constató que existen diferencias significativas entre hombres y mujeres, específicamente para la dimensión agotamiento emocional y despersonalización.

Palabras clave: síndrome, prevención, diagnóstico, género.

- 1 Psicóloga, neuropsicóloga Clínica, doctora en Psicología con orientación en neurociencias cognitivas aplicadas. Docente del programa de Psicología, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, ana.romeroo@upb.edu.co.
- 2 Psicóloga, magíster en Psicología, docente del programa de Psicología, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, erika.ruizg@upb.edu.co.

Estado del problema

Anualmente en el mundo se presentan aproximadamente 2.2 millones de muertes asociadas al trabajo, así como también sufren lesiones graves alrededor de 270 millones de personas y 160 millones se enferman por cuestiones laborales. Se calcula que los costos económicos por accidentes y enfermedades profesionales representan alrededor del 4% del PIB mundial; en la Unión Europea, solo en accidentes laborales, en el año 2000, se pagaron 55.000 millones de euros (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2005, 2006). La principal causa de todas estas muertes asociadas al trabajo es la continua presencia de peligros tales como ruido, tóxicos y maquinaria peligrosa que conducen a una enorme carga de muertes, discapacidades y enfermedades. De igual forma, se encuentran los factores de riesgo psicosociales como son el estrés y el *Burnout* que son fenómenos cada vez más importantes en los países desarrollados, y que aumentan el interés en los países en vías de desarrollo y en los países en transición (OMS, 2003).

Específicamente, en lo que respecta al síndrome de *Burnout*, se presenta con frecuencia en el personal que tiene que pasar considerable tiempo en intensa relación con personas como clientes o usuarios de un servicio que provee la organización (Maslach y Jackson, 1981). La continua interacción entre el trabajador y el usuario que posee problemas (psicológicos, sociales o físicos) pueden llegar a provocar en los trabajadores estrés crónico que puede ser emocionalmente agotador. Tal es el caso de los médicos, quienes prestan ayuda a otras personas y se ven sometidos continuamente a demandas con alta implicación emocional, que en combinación con otros estresores organizacionales pueden llegar a producir en ellos síntomas de agotamiento físico, pérdida de energía, fatiga y sentimiento generalizado de desgaste (Delgado, González y Tejeiro, 2014). Así mismo, es una de las causas más reconocidas de ausentismo en el trabajo, de baja calidad en la atención y de demandas laborales (Gil-Monte, 2001).

Objetivo general

Identificar el síndrome de *Burnout* y su relación con el género y la satisfacción salarial en profesional de la salud de la ciudad de Montería.

Objetivos específicos

1. Evaluar el síndrome de *Burnout* en profesionales de la salud de la ciudad de Montería.
2. Analizar diferencias entre género en el síndrome de *Burnout* en profesionales de la salud.
3. Establecer el nivel de satisfacción salarial de los profesionales de la salud.
4. Determinar la relación entre el síndrome de *Burnout* y la satisfacción salarial en los profesionales de la salud de Montería.

Marco teórico

Braga, Filchtentrei, Grau y Prats (2009) evaluaron el síndrome de *Burnout* en 11.530 profesionales de la salud de habla hispana. Estos autores encontraron que la prevalencia de *Burnout* en los profesionales residentes en España fue de 14.94%, del 14.4% en Argentina y el 7.9% en Uruguay.

Los profesionales de México, Ecuador, Perú, Colombia, Guatemala y El Salvador presentaron prevalencias entre 2.5% y 5.9%. Con respecto a los resultados por profesiones y especialidades de estas, Medicina tuvo una prevalencia del 12.1%, Enfermería del 7.2% y Odontología, Psicología y Nutrición tuvieron cifras inferiores al 6%. Entre los médicos, el *Burnout* predominaba en los que trabajaban en urgencias (17%) e internistas (15.5%), mientras que anestesistas y dermatólogos tuvieron las prevalencias más bajas (5% y 5.3%, respectivamente). Estos autores concluyeron que la prevalencia de *Burnout* es mayor en España y Argentina y los profesionales que más lo padecen son los médicos. Además, confirmaron que la edad, tener hijos, la percepción de sentirse valorado, el optimismo, la satisfacción laboral y la valoración económica son variables protectoras de *Burnout*.

En Colombia, el tema del síndrome de *Burnout* en profesionales de la salud se ha investigado relativamente poco. Sin embargo, recientemente se cuenta con varias investigaciones sobre este, como el estudio efectuado por Guevara, Herrera y Henao (2004) en médicos internos y residentes del Hospital de la Universidad del Valle, el cual estimó una prevalencia del síndrome de *Burnout* del 85.3%; la distribución según categoría del síndrome indicó que el 76% de los médicos presentaba agotamiento emocional entre moderado y severo, el 60% despersionalización y el 50% alta realización personal, sin diferencias estadísticas entre internos, residentes clínicos o quirúrgicos. Años más tarde, Borda et al. (2007) evaluaron la prevalencia global en estudiantes del último año de medicina en el internado en el Hospital Universidad del Norte. Esta investigación reveló, según las dimensiones del síndrome de *Burnout*, que un 41.8% presentaba agotamiento emocional, 30.9% despersionalización y 12.7% baja realización personal.

Paredes y Sanabria (2008) evaluaron *Burnout* en 138 médicos de las diferentes especialidades médico-quirúrgicas, encontrando que el 12,6% de los residentes presentó un alto nivel de *Burnout*. Los análisis estadísticos no mostraron datos relevantes en relación con variables sociodemográficas, es decir, no hubo asociación significativa entre *Burnout* y género. Así mismo, Carrillo y Nieves (2009) realizaron un estudio longitudinal en la ciudad de Bogotá, Colombia, a una población de médicos generales de consulta externa de una IPS, donde tras la aplicación del test de Maslach no se obtuvo una alta prevalencia del síndrome de *Burnout*.

Otra investigación, realizada por Ferrel, Rodríguez y Sierra (2010) tuvo como objetivo establecer y describir la existencia del síndrome de *Burnout* en médicos especialistas que laboran en un Hospital Universitario de tercer nivel de la Ciudad de Santa Marta, Colombia. Estos autores encontraron un alto nivel de agotamiento emocional (94.6%) en comparación con la despersionalización (53.6%) y la falta de realización personal (53.6%) que se encontraron en un nivel medio, estableciéndose la presencia del síndrome en un nivel medio en los médicos especialistas del Hospital Universitario.

Adicionalmente, en un estudio realizado en Montería por Ávila, Gómez y Montiel (2010), en 98 médicos, se encontró que el 29.3%

de la muestra presentaba *Burnout*, sobresaliendo las manifestaciones de *despersonalización* y *agotamiento emocional*, las cuales se relacionaron con el número de horas de trabajo diario y el servicio clínico desempeñado.

También se observaron diferencias de acuerdo con el género frente al *agotamiento emocional*, que se da con más frecuencia en las mujeres. Por su parte, la baja *realización personal* no parece relacionarse con condiciones contextuales o demográficas. Estos autores demostraron que la mayoría de las condiciones laborales y demográficas en Colombia no se relacionan con la experiencia de desmoralización individual en el trabajo, lo que implica la necesidad de exploración de los recursos personales y psicológicos.

Metodología

Se propone un diseño no experimental, ya que no se manipularon variables deliberadamente; en este estudio no se buscó variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. El proceso que se lleva a cabo consiste en observar un fenómeno tal como se dio en su contexto natural, para posteriormente analizarlo

El tipo de estudio fue transversal, descriptivo y correlacional, ya que se recolectan los datos en un momento único para describir las variables y analizar su interrelación en un momento dado.

El muestreo fue no probabilístico e intencional porque la selección de los participantes no dependió de la probabilidad sino de las características propuestas como objeto de estudio en esta investigación. La muestra estuvo conformada por 201 médicos generales, con igual proporción de hombres y mujeres y con edades comprendidas entre 24 y 37 años, que se encuentren laboralmente activos en clínicas de la ciudad de Montería, Colombia.

Resultados

De acuerdo con la categorización de puntuaciones del síndrome definidas en el *Maslach Burnout Inventory* (Maslach y Jackson, 1986),

se observó que: el 66.6% de los médicos presentaron *alto agotamiento emocional*. De igual manera la variable *despersonalización* se encontró en un nivel alto con un porcentaje de 89% y el 49.8% de los participantes presentó *baja realización personal*.

Con el fin de evaluar si existen diferencias significativas en el nivel de *Burnout* según género, se utilizó la prueba paramétrica *t* de *student* para muestras independientes, verificando inicialmente el supuesto de normalidad. Se encontraron diferencias significativas en la variable *agotamiento emocional*, *despersonalización* y *realización personal*. La media correspondiente al grupo femenino (M= 25.68; DS= 15.63), es mayor a la que corresponde al grupo masculino (M=19.01; DS=13.99). Para la variable *despersonalización* se observa la misma tendencia, la media que obtuvo el género femenino (M=11.62; DS= 6,83) es mayor que la de los hombres (M=8.96; DS= 6.02). En lo referente a la variable *realización personal*, la media correspondiente al grupo masculino (M=39.10; DS=7.45) es mayor que la que corresponde al grupo femenino (M= 35.84; DS= 7.87).

Para analizar la existencia de asociación significativa entre el síndrome de *Burnout* y la satisfacción salarial de los médicos, se utilizó el método de correlación de Pesaron, el cual evidenció que la dimensión *agotamiento emocional* presenta correlación estadísticamente significativa negativa de magnitud leve con la variable *satisfacción salarial*. Es decir, cuanto menor es la satisfacción salarial de los médicos, mayor es el *agotamiento emocional*. La misma tendencia se observa en la variable *despersonalización*.

Conclusiones

Al evaluar el síndrome de *Burnout* en los profesionales de la salud, se encontró que estos puntuaron alto en las variables *agotamiento emocional* y *despersonalización* y bajo en *realización personal*, es decir se pudo concluir que los médicos que se encuentran laboralmente activos en clínicas de la ciudad de Montería presentaron un nivel alto de *Burnout*. Estos resultados ratifican que el Síndrome de *Burnout* se ha convertido en un tema que despierta inquietudes en los profesionales de la salud y que alerta a prestar especial atención a su prevención, diagnóstico y

tratamiento. Con respecto al género, se constató que existen diferencias significativas entre hombres y mujeres para cada una de las dimensiones que conforman el *Maslach Burnout Inventory*. Específicamente para la dimensión *agotamiento emocional* y *despersonalización* las mujeres obtuvieron una media mayor con respecto a los hombres. En lo que respecta a *realización personal* los hombres obtuvieron puntuaciones más altas que las mujeres. Lo que lleva a concluir que, si bien en ambos grupos son altos los valores, las mujeres presentan aun niveles más altos de *Burnout*. Otro dato para resaltar comprende la asociación que existe entre la satisfacción salarial y el nivel de *Burnout* en los médicos evaluados. Los resultados confirmaron una correlación estadísticamente significativa negativa de magnitud leve con las variables *agotamiento emocional* y *despersonalización*. Esto nos lleva a concluir que cuanto menor es la satisfacción salarial de los médicos evaluados, mayores son las manifestaciones de *Burnout* en profesionales de la salud.

Referencias

- Ávila, J., Gómez, L. y Montiel, M. (2010). Características demográficas y laborales asociadas al Síndrome de *Burnout* en profesionales de la salud. *Pensamiento Psicológico*.
- Borda, M., Navarro, E., Aun E., Berdejo, H., Rocedo, K. y Ruiz, J. (2007). Síndrome de *Burnout* en estudiantes de internado del Hospital Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. *Revista Salud Uninorte*, 23(1, 43 -51).
- Braga, F., Grau, A., Flichtentrei, D., Prats, M. y Suñer R. (2009). Influencia de factores personales, profesionales y transnacionales en el síndrome de *Burnout* en personal sanitario hispanoamericano y español. *Revista Española Salud Pública*, 83, 215-230.
- Carrillo, L. y Nieves, P. (2009). Síndrome de *Burnout* en médicos generales de consulta externa de una IPS en Bogotá. (Tesis inédita maestría) Universidad del Rosario.
- Córdoba, L., Tamayo, J., González, M., Martínez, M., Rosales, A. y Barbato, S. (2011). *Adaptation and validation of the Maslach Burnout Inventory-Human Services Survey in Cali, Colombia**. *Colombia Médica*, 42(3), 286-293. Retrieved July 16, 2018, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-95342011000300004&lng=en&nylng=en.
- Ferrel R., Rodríguez E. y Sierra M. (2010) Síndrome de desgaste profesional (*Burnout*) en médicos especialista de un hospital universitario, de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Revista de la facultad de ciencias de la salud*. 7, 1.

- Gil, P. R. (2001, 25 de julio). El síndrome de quemarse por el trabajo (síndrome de Burnout): aproximaciones teóricas para su explicación y recomendaciones para la intervención. *Psicopedía Hoy*, 3(5). Recuperado de <http://psicopediahoy.com/Burnoutteoria-intervencion/>
- Gil-Monte, P. (2001). Validez factorial de la adaptación al español del Maslach *Burnout Inventory-General Survey*. *Salud Pública de México*, 44, 1, 33-20.
- Delgado, S., González, D. y Tejeiro, R. (2014). El Burnout como forma de estrés laboral y su dimensión forense. *Revista cubana de salud y trabajo*, 14(1), 51- 66
- Guevara, C., Henao, D. y Herrera J. (2004). Síndrome de desgaste profesional en médicos internos y residentes. Hospital Universitario Del Valle. *Colombia Médica*, 35(4)173-174. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000813>
- Maslach (1982). *Burnout: The cost of caring*. New York: Prentice - Hall press.
- Maslach C, J. (1986). *Burnout Inventory Manual*. California. California: Consulting Psychol Press.
- Maslach, C, Schaufeli, W. y Leiter, M. P. (2001). Job Burnout. *Annual Review of Psychology*, 52: 397-422.
- Maslach, C. y Jackson, S. E. (Ed) (1981). *Maslach Burnout Inventory*. Palo Alto, California: Consulting Psychologists Press.
- Maslach, C. y Leiter, M. P. (2008). Early predictors of job Burnout and engagement. *Journal of Applied Psychology*, 93, 498-512
- Maslach, C. (1976). Burned-out. *Human Behavior*, 5, 16-22.
- Organización Internacional de trabajo (OIT) (2005). La organización del trabajo y el estrés: Estrategias sistemáticas de solución de problemas para empleadores, personal directivo y representantes sindicales. Serie protección salud de los trabajadores n.º 3. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000813>
- Organización Mundial de la Salud. (OMS) (2004). *La organización del trabajo y el estrés*. Ginebra, Suiza. (p. 4).
- Organización Mundial de Salud (OMS) (2003). *El programa de salud ocupacional de la Oficina Central de la OMS* 5, 1-2.
- Organización Mundial de la Salud, Italia (2006). *Declaration on workers' health*. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000813>
- Paredes, O. y Sanabria, P. (2008). Prevalencia del síndrome de *Burnout* en residentes de especialidades médico quirúrgicas, su relación con el bienestar psicológico y con variables sociodemográficas y laborales. *Revista Med.* 16 (1), 25-32.

Variables que inciden en la generación de valor en el área de talento humano

José Luis Duque Ceballos¹

Alexis Franco Urrea²

Diego Fernando Vargas Calderón³

Jonathan Calderón Guzmán⁴

Sergio Díez Vanegas⁵

Resumen

A continuación se presenta la investigación desarrollada y sus conclusiones sobre las variables que inciden en la generación de valor a las organizaciones, vistas desde el área de talento humano, en donde se toman en cuenta los aportes teóricos de diferentes autores para dar un óptimo resultado sobre la importancia que las variables que se desarrollan en este escrito representan para la organización, teniendo en cuenta que las organizaciones han empezado a darle valor a su recurso humano y hoy en día le apuestan a un personal capacitado y competente.

Las variables o categorías que se desarrollan son factores que influyen directamente sobre la generación de valor en las organizaciones, e incluso las empresas han empezado a medir los resultados financieras

1 Administrador de empresas, magíster en Ciencias de la organización, candidato a doctor en Administración. Director de la maestría en Dirección Empresarial, Universidad Santiago de Cali, joseduque@usc.edu.co.

2 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Santiago de Cali, alexitofranco2000@gmail.com.

3 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Santiago de Cali, dfvargasc@gmail.com.

4 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Santiago de Cali, jcalderong@hotmail.es.

5 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad del Valle, sergiovanegas69@gmail.com.

que estas prácticas de la gestión de los recursos humanos representan para la organización, aunque no es una experiencia que se acoge a las regulaciones gubernamentales. Es una práctica que permite conocer el significativo aporte del capital humano a las organizaciones, un claro ejemplo de esas empresas es SKANDIA, que mide a sus colaboradores como un activo intangible y que le permite conocer los aportes de ellos hacia su empresa.

Palabras clave: liderazgo, comportamiento organizacional, competencias, clima y cultura organizacional, gerencia estratégica.

Introducción

La presente investigación hace un aporte cualitativo a los procesos de gestión humana, teniendo en cuenta diferentes categorías que hacen parte del proceso y que son de gran importancia por el impacto que estas producen en la organización. Además, estas categorías son importantes para el desarrollo competitivo de una organización; por otra parte, las categorías que se desarrollan en la investigación son prácticas que se impulsan constantemente en las organizaciones en busca de una mayor productividad de su personal, la investigación pretende orientar al lector sobre las prácticas más apropiadas en el manejo del capital humano para lograr que estén encaminados hacia los objetivos organizacionales.

La gestión de los recursos humanos es uno de los temas que más se aborda en el ámbito organizacional, dado que hoy en día resulta de mucha importancia, pues en las organizaciones el recurso indispensable es el capital humano, por ende, es significativo conocer las técnicas para el manejo de este y garantizar que el personal esté orientado hacia el cumplimiento de los objetivos.

Esta investigación aborda categorías como el liderazgo, las competencias, las capacidades, la gestión estratégica y el comportamiento organizacional y se centra en los aportes de estas categorías para lograr que una empresa sea competitiva.

Objetivos

Objetivo general

Determinar las variables que inciden en la generación de valor en el área de talento humano.

Objetivos específicos

1. Determinar las categorías más relevantes que aportan al desarrollo organizacional.
2. Identificar los aportes de cada una de las categorías en la creación de valor en el área de talento humano.
3. Visualizar las similitudes en cada una de las categorías que aportan al valor del talento humano en la organización.

Marco referencial

La misión del talento humano enfrenta el gran reto de organizar y orientar el recurso humano en pro de contribuir en el aumento de la productividad, pues según Becker, Huselid y Beatty (2009) en la nueva economía del conocimiento el capital humano constituye la base esencial para el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles en la organización, dados los grandes cambios que traen consigo la globalización, se hace necesario que procesos como lo son: el reclutamiento, la selección, capacitación, compensación, evaluación de desempeño, salud ocupacional y bienestar, entre otros, se articulen efectivamente hacia la planeación y desarrollo estratégico de la organización.

Además, Lepak y Snell (2003) afirman que la identificación de estas contribuciones diferenciales y la comprensión acerca de cómo gestionar mejor a los empleados más valiosos resultan fundamentales para la construcción de nuevas capacidades competitivas, en donde se garantiza una generación de valor en el sector organizacional, que nace desde el recurso humano.

También, la gestión de los recursos humanos comprende según Schuler y Jackson (1987) la diferenciación de la fuerza laboral que emerge como un desarrollo teórico clave para la gestión estratégica de recursos humanos. En contraste con las teorías tradicionales que promueven una gestión homogénea de los recursos humanos en la organización.

Por otra parte, Rivero y Dabos (2017) aseguran que, a pesar del creciente interés generado sobre el tema de la gestión de los recursos humanos, las revisiones existentes a la fecha solo abordan el fenómeno de la diferenciación de la fuerza laboral de una manera muy marginal.

Teniendo en cuenta a Parra y Jaramillo (2014), quienes dicen que hoy en día las organizaciones invierten dinero para mejorar la calidad de vida laboral de sus integrantes, a través de la implementación de diferentes prácticas o procesos, en Colombia las investigaciones sobre el tema tienen más una visión funcionalista.

Es importante tener en cuenta a Barney (1991), quien plantea que los supuestos de la teoría de recursos y capacidades, son la heterogeneidad e inmovilidad de los recursos, sobre el cumplimiento de cuatro condiciones: valiosos y escasos, generadores de ventaja competitiva; imperfectamente imitable y no sustituible, es decir que están dirigidos a la sostenibilidad.

Existen ciertos sectores que, por sus dinámicas, los diferentes cambios tecnológicos demandan cambios en las competencias, dado que las mismas pueden caer en cierto grado de obsolescencia y es allí donde se debe acudir a los procesos tradicionales del talento humano como el caso de la selección, entre otros.

Por otra parte, el capital organizacional (CO) se define como el valor extraordinario creado y realizado a través de procesos únicos de organización, sistemas y estructuras de gestión. Se considera uno de los cuatro activos intangibles (los otros son: el descubrimiento/aprendizaje, atención al cliente, recursos humanos e intangibles) que impulsan el valor y el crecimiento de empresas (Lev, Radhakrishnan, y Zhang, 2009).

Además, se afirma que el papel de la capacidad de liderazgo en la transformación de los recursos es una ventaja competitiva (Sirmon, Gove, y Hitt, 2008), en donde se tiene en cuenta la manera en la que se desarrollan los colaboradores en las organizaciones, según el impacto que representan los diferentes procesos que influyen directamente sobre su desempeño.

Durante las últimas tres décadas varias corrientes de investigación han examinado la productividad de los trabajadores y las estrategias para lograr un mejor rendimiento de los empleados (Al Ariss et al., 2014 y Yi et al., 2011). Una corriente de investigación se ha centrado en el desarrollo del capital humano y la mejora de las habilidades como mecanismos eficaces para garantizar la utilización eficiente de los recursos (Barnes et al., 2015, Hayek et al., 2016 y Mellahi y Collings, 2010).

Metodología

La metodología que orientó esta investigación fue de tipo cualitativo y se utilizó el método deductivo. Para la recolección de información se hizo una revisión bibliográfica a través de bases de datos como SCOPUS, SCINCE DIRECT, EBSCO y además en motores de búsqueda como Google Académico.

Resultados

Fase I

Esta fase se concentró en la búsqueda en diferentes bases de datos, es decir que la investigación se ha orientado sobre información de tipo secundaria, con el fin de realizar una revisión documental en textos verídicos que, asociados al objetivo general de la investigación, ayuden a generar un referente teórico que apruebe las variables planteadas como generadoras de valor.

Se realizó una revisión sistemática para lo que fue necesario recurrir a la búsqueda avanzada para ejecutar las bases de datos (Scopus, Google académico, Sciences Direct), de acuerdo con los parámetros de la plataforma y fue validada por un experto en bibliometría. La estructura de búsqueda se fundamentó en la unión de las palabras clave alrededor de cada valor en el área funcional del talento humano. Luego de ejecutar la búsqueda se encontraron 60 artículos, a los cuales se le aplicaron criterios de inclusión, exclusión y calidad.

Con el propósito de identificar las variables y el impacto que estas generan en la organización, cuando nos referimos a impacto se trata de la creación de valor o destrucción de este por parte del área de talento humano. En este sentido el presente estudio aborda los temas que suelen ser importantes desde el ámbito del talento humano, categorizados de la siguiente manera:

- I. Liderazgo
- II. Competencias
- III. Capacidades
- IV. Gestión estratégica
- V. Comportamiento organizacional.

A continuación, en la revisión de la presente monografía, describimos los aportes que giran en torno a la relevancia de las categorías mencionadas que se consideran generadoras de valor.

Un ejemplo de eso ha sido la organización SKANDIA, compañía de seguros y servicios financieros fundada en Suecia, que en 1995 presentó informes financieros que incluían en sus activos intangibles un documento aparte en relación con el talento humano.

I. Liderazgo

La categoría de liderazgo hace referencia a la capacidad de influir sobre otros líderes y seguidores con el fin de alcanzar un propósito.

En las definiciones de liderazgo en relación con la acción que los líderes desempeñan dentro de las organizaciones es muy acertada la de Lussier y Achua (2005), para quienes “el liderazgo es el proceso que influye sobre otros líderes y seguidores para alcanzar los objetivos de la organización mediante el cambio” (p. 7).

Díaz, O., Cardona, M. y Aguirre, D. (2014) dicen que “La dirección en las organizaciones se enfrenta al desafío de la competitividad como expresión de liderazgo, para ello construye referentes de nuevas prácticas de gestión, que garanticen la construcción de mecanismos para mayor productividad, con proyección de largo plazo” (p. 22- 28). Cuando hablamos del valor generado por el talento humano para la organización este valor influirá de manera positiva en todo el desarrollo de las actividades de la empresa.

Tabla 1. Teorías que aportan al liderazgo y al manejo del talento humano.

Categoría	Autores	Aportes teóricos
Liderazgo	Lussier y Achua (2005).	Define el liderazgo como el proceso que influye sobre otros líderes y seguidores para alcanzar los objetivos de la organización mediante el cambio (p.7).
	Serrano Orellana, B. J., & Alexandra Portalanza, C. (2014).	El liderazgo es el factor más determinante, pues influye en la manera en que los trabajadores tengan satisfacción dentro del trabajo, así como también se relaciona con el bienestar del trabajador; es decir el líder influye dentro de los subordinados generando un ambiente de trabajo motivador. Los líderes asumen continuamente el reto de generar cambios dentro de la organización, ya que el comportamiento de éstos se presenta como un “Mediador” de las percepciones de los trabajadores, como también puede afectar el compromiso del talento humano y el desempeño laboral, lo que contribuye con el objetivo principal del clima organizacional que es aumentar la productividad, disminuir el ausentismo, reducir costos y aumentar el desempeño que permita a la organización alcanzar el éxito.
	Pacheco, R. (2005).	Las competencias deseables son el conjunto de comportamientos que expresan habilidades psicosociales, dichas competencias son: liderazgo, trabajo en equipo y manejo y resolución de conflictos. Las cuales son imprescindibles para alcanzar un desempeño exitoso y la consecución de las metas de todos y de cada uno de sus actores.
	Díaz, O., Cardona, M., & Aguirre, D. (2014)	La dirección en las organizaciones se enfrenta al desafío de la competitividad como expresión de liderazgo, para ello construye referentes de nuevas prácticas de gestión, que garanticen la construcción de mecanismos para mayor productividad, con proyección de largo plazo. En función del área de RRHH el garantizar que en la empresa se reconozca su papel y su importancia.

Fuente: elaboración propia.

Los autores señalados en la tabla 1 hacen un acercamiento a la definición y caracterización del liderazgo como factor fundamental dentro de las organizaciones para la generación de valor desde el talento humano. En un principio Lussier y Achua, al igual que María Guadalupe, definen el liderazgo de manera similar como proceso, haciendo referencia a la manera de aplicarse dentro de la organización como herramienta que permite alcanzar los objetivos de esta.

En relación con lo señalado por diferentes autores, se puede decir con seguridad que el talento humano debe estar formado por personas que orienten sus actividades para lograr una mejor productividad y un mayor compromiso. Quienes guíen el proceso deben ser líderes que garanticen que el recurso humano es un activo fundamental para el desarrollo y competitividad de una empresa, especialmente si estamos hablando de una generación de valor que parte desde el talento humano, enfatizada con prácticas de liderazgo aplicadas a los colaboradores de la organización.

II. Competencias

Respecto a esta categoría se logra establecer que, en la actualidad, con los cambios en las industrias y la globalización, el desarrollo de las competencias organizacionales se ha convertido en una de las herramientas más importantes para mejorar el desempeño de los trabajadores, siempre orientada a la generación de valor dentro de la organización, ya que cuando se tiene un personal competitivo se eleva el grado de excelencia de la organización.

Según Buelna (2001) “esta herramienta profundiza en el desarrollo e involucramiento del capital humano, puesto que ayuda a elevar a un grado de excelencia las competencias de cada uno de los individuos envueltos en el quehacer de la empresa”. Es decir, que no solamente se necesita de un líder como se indica en la categoría anterior sino también de personal que corresponda a los requerimientos de la organización, existe la necesidad de contar con un personal competitivo que facilite la tarea del líder y contribuya con la organización.

Las competencias vistas como la capacidad real que tienen las personas para aplicar su conocimiento en el desempeño laboral es una

herramienta que contribuye como generadora de valor dentro de las organizaciones. Más adelante se asociará cómo desde la categoría de gestión del conocimiento y del talento humano por lo cual se tendrán en cuenta las características fundamentales vistas desde el conocimiento que deben poseer aquellos que hagan parte de la organización, que además los empleará y no solo teniendo en cuenta el conocimiento sino también su experiencia profesional.

Además, Sturman, Trevor, Boudreau y Gerhart (2003 p. 352) expresan “una línea de investigación ha sugerido que los empleados altamente productivos y competitivos son más propensos a optar por la compensación de pago por rendimiento, mientras que, los trabajadores menos productivos a menudo prefieren-salario fijo de compensación”.

Tabla 2. Teorías que aportan a las competencias al manejo del talento humano.

Categoría	Autores	Aportes teóricos
Competencias	Mtro Ramiro A, (2001).	Esta herramienta profundiza en el desarrollo e involucramiento del capital humano, puesto que ayuda a elevar a un grado de excelencia las competencias de cada uno de los individuos envueltos en el quehacer de la empresa.
	Sandoval Duque, J. L. (2014)	Los objetivos no comprenden la necesidad imperiosa de ajustar su organización a las circunstancias que determina el entorno.
	Sturman, Trevor, Boudreau, y Gerhart (2003).	"Una línea de investigación ha sugerido que los empleados altamente productivos son más propensos a optar por la compensación de pago por rendimiento, mientras que, los trabajadores menos productivos a menudo prefieren-salario fijo de compensación".
	Centeno, J. C. (2005).	En la actualidad las empresas se deben adelantar a los requerimientos del mercado laboral. Deberán enfrentar la idea de que "el cambio en sí mismo es "cambiante" y para enfrentar este hecho cada miembro de la organización deberá mantener una actitud de permanente aprendizaje "Aprender a Aprender". Generando continuamente competencias que les den herramientas para mantener a la organización vigente en el mercado. La competencia de mayor relevancia es la <i>Comunicación</i> , la cual se presenta tanto interna en la organización como externa, por lo cual obliga a cada participante a establecer una comunicación lo más asertiva posible, sin embargo, lograr esto no es fácil dado que en muchas organizaciones carecen de los conocimientos teóricos y de la experiencia necesaria, para lograr el objetivo en la organización.

Fuente: elaboración propia.

Las competencias son la herramienta de una organización reflejada en el personal que hace parte de esta, por eso Buelna (2011) hace referencia a la importancia de involucrar al talento humano en el desarrollo de las organizaciones a fin de potencializar sus competencias y así contribuir con la generación de valor a la organización.

III. Capacidades al manejo del talento humano

Teniendo en cuenta que la capacitación se puede describir como la actividad que se realiza en una organización para responder a sus necesidades en busca de mejorar la actitud, el conocimiento y las habilidades o conductas de su personal, se puede decir que la categoría de capacidades será una de las más determinantes a la hora de hablar del conocimiento. Contar con personal capacitado permitirá fortalecer el conocimiento y las habilidades de este, lo que se reflejará en la posibilidad de afrontar retos organizacionales.

Por eso mismo, Barney (1991) asegura que los recursos que tenían que ver con el capital humano incluyen toda formación, juicio, inteligencia, las relaciones de todos aquellos que hacen parte de una organización. Es decir que sin duda alguna un talento humano capaz de dar una ventaja competitiva a la organización será considerado como un talento generador de valor por su desempeño y por la contribución desde la formación y desde la experiencia para llevar una organización orientada hacia el éxito.

Entonces, autores como Garay y Giménez (2009) dicen que todo proceso de educación, entrenamiento y capacitación profesional, así como el desarrollo tecnológico no es efectivo si no va acompañado por el crecimiento intelectual y cultural.

Tabla 3. Teorías que aportan a las capacidades al manejo del talento humano.

Categoría	Autores	Aportes teóricos
Capacidades	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2012).	La capacitación promueve el aprendizaje en determinadas áreas del conocimiento y fortalece las habilidades del personal para alcanzar un ejercicio profesional más óptimo.
	Grant, (2002).	La educación, la formación y la experiencia de los empleados determinan las capacidades disponibles para la empresa. Se plantea que cuando mayor es el capital intelectual, la antigüedad de la empresa exportadora, el tamaño y el grado de exigencia del país de destino, son variables que influyen de manera positiva en el nivel de ventaja competitiva.
	Barney, (1991).	Los recursos asociados al capital humano incluyen la formación, la experiencia, el juicio, la inteligencia de relaciones y las ideas de los directivos y trabajadores de una empresa.
	Garay y Giménez (2009).	Proponen que todo proceso de educación, entrenamiento y capacitación profesional, así como el desarrollo tecnológico no es efectivo sino va acompañado por el crecimiento intelectual y cultural.
	Pardo Enciso, C. E., & Díaz Villamizar, O. L. (2014).	Los procesos de capacitación y desarrollo de competencias los cuales se consideran como factores clave para la transformación organizacional en las empresas desde la visión de los líderes de Gestión Humana, que desde la efectividad de la preparación al cambio organizacional mediante el desarrollo del talento humano, es claramente expresada en los indicadores de la empresa.

Fuente: elaboración propia.

La generación de valor con base en el talento humano también está determinada por las capacidades del personal. En un principio la Cámara de Comercio de Medellín, hace un aporte importante al considerar que la capacitación fortalece las habilidades del personal lo que se reflejará en un ejercicio profesional óptimo dentro de una organización.

Por otra parte, Grant y Garay y Giménez coinciden en decir que una educación, formación y experiencia es importante para el desarrollo de las capacidades de un talento humano que aporte constantemente a la organización, es decir que el crecimiento intelectual y cultural ayudará a la preparación de la transformación organizacional de una empresa.

IV. Gestión estratégica al manejo del talento humano

La gestión estratégica como una categoría que se proyecta hacia la dirección de una organización de manera eficiente es la encargada de proyectar la empresa a un futuro deseado, lo que hace que la organización esté proyectada hacia sus objetivos corporativos, y esta dirección que tomará la gestión estratégica debe facilitar el proceso de toma de decisiones según corresponda o lo demande el entorno, esta categoría estará, igual que las anteriores, ligada a la generación de valor desde el área funcional del talento humano.

Respecto a esta categoría se puede establecer que los autores proponen diversas estrategias que apuntan específicamente al capital humano, pues buscan mejorar las condiciones de la organización y ofrecerles a sus trabajadores el entorno adecuado para que puedan desempeñarse con éxito en cada una de sus labores.

Autores como Canals (2003) afirman que “la creación de valor es un hecho relativo, los recursos del conocimiento, que se basan en el capital humano, puede crear valor, no hacerlo, o incluso destruirlo” p. 89. Al ser relativo hablar de la generación de valor en las organizaciones enfocado en el talento humano es sumamente importante ejercer control sobre el mismo en donde se permita evidenciar si efectivamente se está generando valor o por el contrario está afectando a la organización, en relación con la gestión estratégica es necesario tener un plan que permita que sus colaboradores estén orientados hacia las necesidades de la organización, es por eso que se debe controlar el personal para garantizar un efecto positivo sobre la organización.

Las organizaciones deben de dar la importancia que el talento humano se merece pues en ellos se genera valor para la organización que la hace competitiva ante las demás, además autores como García, D. E. H. y Manuel, J. (2003). Aseguran que “el área de recursos humanos debe dejar de ser un área secundaria con respecto al resto de las áreas, debe pasar a convertirse en una herramienta más de la planificación estratégica”.

Sin embargo, en un ejemplo de países como Colombia en donde hay empresas que aún se encuentran en desarrollo y que no tienen un brazo financiero tan fuerte, es una poco complejo pagar todo lo que implica

generar una estrategia en donde el personal poco eficaz debe abandonar la organización, es por eso por lo que autores como Schwenk y Tang (1989) y Teger (1980) proponen que:

También ofrecen una lente teórica para ver cómo y por qué las empresas persisten con bajo rendimiento. Esta línea de investigación sostiene que ‘el costo de cambio estratégico’, es decir, el despido de trabajadores de bajo rendimiento puede ser simplemente demasiado alto para algunas empresas, obligándolas a llevar a cabo una persistencia estratégica p. 559-570.

Tabla 4. Teorías que aportan a la gestión estratégica al manejo del talento humano.

Categoría	Autores	Aportes teóricos
G. Estratégica	Canals (2003).	La creación de valor es además un hecho relativo, los recursos del conocimiento, que se basan en el capital humano, puede crear valor, no hacerlo, o incluso destruirlo. Al ser relativo hablar de la generación de valor en las organizaciones enfocado en el talento humano es sumamente importante ejercer control sobre el mismo en donde se permita evidenciar si efectivamente se está generando valor o por el contrario afectando a la organización.
	Gómez, A., y Ballesteros P.P. (2003).	La OI (Organización Inteligente) posibilita el Desarrollo Humano porque despliega una visión compartida, dominio personal y permite el trabajo en equipo. Lo que se convierte en un reto interesante para la administración del talento humano, pues el empleado del nuevo modelo será una persona que participe activamente en todos los procesos y que esté dispuesto a aprender a través de toda su vida y a desaprender, es decir que pueda desprenderse de modelos obsoletos y plantearse nuevas estrategias que le permitan enfrentarse a un nuevo conocimiento. Así mismo se debe reconocer que esto no puede darse sino se hace una transformación en el pensamiento de los líderes de las organizaciones, quienes deben tener una visión del hombre y de su contexto, estando atentos al sinnúmero de interrelaciones entre el hombre, la tecnología, los procesos y entre éstos y la sociedad. Es por ello, que con la nueva concepción de la Gestión Humana debe tener en cuenta que la organización se enfrenta a problemas de aprendizaje que es necesario identificar oportunamente para darle solución y prevenir la aparición de otros, a fin de lograr el crecimiento sostenido a través del tiempo, generando una alta motivación y sentido de pertenencia.
	García, D. E. H., & Manuel, J. (2003).	El área de recursos humanos debe dejar de ser un área secundaria con respecto al resto de las áreas, debe pasar a convertirse en una herramienta más de la planificación estratégica.
	Ovadje y Ankomah (2001).	Dice que "Además de los beneficios de forjar fuertes lazos étnicos en el lugar del trabajo, el tribalismo y el nepotismo crean condiciones que hacen difícil a "mantener la objetividad y principio de la meritocracia" (p. 184)

Categoría	Autores	Aportes teóricos
G. Estratégica	García-Carbpmell, N., Martín-Alcázar, F., & Sánchez-Gardey, G. (2016).	Percepción que los empleados tienen de las políticas recursos humanos implantadas por la empresa, ya que la estrategia de recursos humanos debe considerar la orientación estratégica de la compañía, siendo proactiva y contribuyendo directamente al proceso de formulación, haciendo el ajuste entre estructura, cultura y recursos humanos. Reconociendo la "estrategia de recursos humanos" y el "sistema de dirección de recursos humanos" (SDRH). El primero se define como el modelo de decisiones a través del que la organización vincula su capital humano, social e intelectual con sus necesidades estratégicas y el segundo se define como el conjunto de políticas y prácticas específicas a través del que se implanta la estrategia. Es por esto por lo que resulta relevante que las organizaciones logren definir un sistema integrado y coherente de políticas de recursos humanos; es decir que cada elemento especialmente del SDRH debe estar vinculado con la estrategia del negocio, así como variables organizativas y del entorno.

Fuente: elaboración propia.

Los aportes teóricos presentados en la tabla 4 en relación con la gestión estratégica, nos oriente por coincidencia de los diferentes autores hacia la gestión del talento humano creando estrategias orientadas a la productividad pensando en la generación de valor que el talento humano debe dar para el beneficio de una organización, las estrategias que se estén implementando deben ir de la mano con las conveniencias económicas de una empresa.

Evidentemente la gestión estratégica ayudará a la generación de valor para una organización con base en el talento humano, es decir que la gestión estratégica es fundamentada en mantener los objetivos y principios de una organización aplicada al talento humano.

V. Comportamiento organizacional al manejo del talento humano

El comportamiento organizacional, en una visión global sobre lo que esta categoría integra. Es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones. El comportamiento organizacional es una de las categorías que se debe evaluar según el desempeño de la organización, es decir que es de gran

relevancia ver de qué manera actúa la organización frente a los cambios ante un medio globalizado, una organización sostenible debe tener en cuenta su productividad, esto porque hay autores que afirman, como Barea y Billion, que la nueva estructura organizacional está basada en los intangibles y entre ellos el capital humano.

Lo anterior se puede complementar con A. Díaz y J. Suárez (2015 p. 173 - 179), quienes dicen que:

El concepto está basado en aquello que muchos deseamos alcanzar y que muy pocas veces se logra y en la originalidad cuando se habla de valor agregado orientado a los productos, se hace referencia a que el mismo no se fácilmente imitado por la competencia.

Tabla 5. Teorías que aportan al comportamiento organizacional al manejo del talento humano.

Categoría	Autores	Aportes teóricos
C. Organizacional	Tinoco Bernal, C. E y Soler, Marinilla, SM, (2011).	"No obstante, la evidencia empírica de los incrementos de la productividad y beneficios sostenidos, entre otros factores, llevaron a la convicción de que las condiciones internas organizacionales jugaban un rol importante en las economías"
	Barea y billón (2001).	"La nueva estructura organizacional basada en los intangibles y entre ellos, con particular importancia, el capital humano se va generalizando a medida que los mercados posibilitan la articulación empresarial"
	Esmeralda Enciso & Díaz Villamizar (2014).	Hablan sobre la falta de visión de los directivos al no tener en cuenta que el talento humano es quien genera el logro de resultados de éxito en los procesos de transformación organizacional.
	Pardo y Díaz (2014)	Las organizaciones generan diseños que permiten el desarrollo de las competencias de su talento humano que se verá reflejado de igual manera en la imagen corporativa y desarrollo optimo dentro de la organización.
	A. Díaz & J. Suarez (2015).	"El concepto está basado en aquello que muchos deseamos alcanzar y que muy pocas veces se logra y en la originalidad cuando se habla de valor agregado a los productos, se hace referencia a quien el mismo no es fácilmente imitado por la competencia". (p. 6)

Fuente: elaboración propia.

El comportamiento organizacional, a partir de los aportes tomados en la tabla 6, hacen referencia explícitamente a la importancia que tiene el talento humano para las organizaciones o dicho de otra manera la importancia que deben de empezar a dar las organizaciones al capital humano, Tinoco y Soler hacen especial énfasis sobre la productividad del capital humano y los beneficios sostenidos, utilizados como herramientas clave para llegar a la convicción de que el talento humano juega un rol importante como generador de valor para las organizaciones.

Discusión y conclusiones

En conclusión, las categorías anteriormente descritas sí son herramientas que ayudan a las organizaciones a obtener un valor agregado, siendo más productivas y posicionando su imagen corporativa a través de un personal capaz de enfrentar nuevos retos y de cumplir con los objetivos organizacionales, es decir que sí se ha evidenciado la necesidad de controlar el capital humano y de medir su rendimiento constantemente para garantizar su efectividad dentro de la organización.

También se puede concluir que la generación de valor en las organizaciones, en términos de competitividad, está orientada específicamente hacia el recurso humano, pues si se ejerce un control sobre este, de igual manera regirá sobre los lineamientos organizativos porque va en busca del alcance de los objetivos organizacionales y, por ende, un recurso humano que desarrolle sus actividades de manera óptima llevará a tener una organización más competitiva y productiva.

Es importante tener en cuenta las categorías anteriormente señaladas, ya que de esta manera se puede orientar al personal a ser más efectivo; la efectividad del personal que hace parte de la organización se logra mediante diferentes procesos de inclusión, es decir que estamos hablando de la gestión del talento humano, en donde se busca el personal idóneo de la empresa y se retiene a aquellos que aportan valor a la organización, también se debe tener en cuenta que se debe ejercer un control sobre el personal.

Ninguna categoría de independiente, las categorías están ligadas unas con otras ya que de algunas depende el funcionamiento de otras, por ejemplo, las estrategias que se establezcan para mejorar el rendimiento de los colaboradores pueden estar a cargo de la categoría de liderazgo.

Para finalizar, es indispensable que cuando se usen estas herramientas con el fin de garantizar un personal que genere valor para la organización, las estrategias deben ser detalladas y claras para garantizar un ciclo de comunicación efectivo que permita hacer retroalimentación y ejercer control sobre el impacto que se está generando.

Referencias

- A. Al Ariss, WF Cascio, J. Paauwe La gestión del talento: Las teorías actuales y futuras líneas de investigación. *Journal of World Business*, 49 (2) (2014), pp. 173-179 Artículo PDF (325 K) Ver registro en Scopus Citing articles (45)
- Alles, Martha Alicia. (2004). *Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias*. Ediciones Granica.
- Arturo, D. V. y Licy, S. G. (2015). La gestión humana, generador de valor agregado en la organización. *Revista de estudios UNACiencia*.
- Barea Maite y Billón margarita (2001). *Globalización y nueva economía*, Madrid: Encuentro Ediciones.
- Bustos, N. (2013). *Liderazgo y la importancia del Talento Humano para el éxito de una organización*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Calix, C. G., Vigier, H. P. y Briozzo, A. E. (2015). Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras. *Suma de Negocios*, 6(14), 130-137. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.10.005>
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia (2012). *Capacitación del personal: la clave para el empresarial*. Publicación en página oficial de Cámara de Comercio.
- Canals (2003). *La gestión del conocimiento*. Universidad Abierta de Catalunya, index, Barcelona
- Cardona, M., Montes, I. C., Vásquez, J. J., Villegas, M. N. y Brito, T. (2007). Capital humano: una mirada desde la educación. *Serie Cuadernos de Investigación*, (1692-694), 1-30.

- Castaño, E.T. (2012). Entorno organizacional y desarrollo humano. *Revista lasallista de investigación*, 9 (1), pp. 149-158
- Centeno, J.C. (2005). Competencias para el cambio organizacional. *Comunicación*, N. 132, pp. 26-31
- Charón Durive, Leonardo (2007). Importancia de la cultura organizacional para el desarrollo del sistema de gestión de la calidad. *Ciencia en su PC*, núm. 5, 2007, pp. 87-95 Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba Santiago de Cuba, Cuba.
- Comunidad Experta: Gestión humana. (2004). *Acciones para un desempeño sobresaliente. "Human Performance Improvement promueve el trabajo orientado hacia el resultado a través de la capacitación efectiva"*. Recuperado de: <http://www.gestionhumana.com>
- De Agbibo. Entre la corrupción y el desarrollo: La economía política de robo estado en Nigeria. *Journal of Business Ethics*, 108 (3) (2012), pp. 325-345 CrossRef Ver registro en Scopus Citing articles (17)
- Dessler, Gary (2009). *Administración de los Recursos Humanos*. 11 ed. Pearson.
- Díaz, O., Cardona, M. y Aguirre, D. (2014). Aportes teórico-conceptuales a la dinámica de la gerencia desde el área de gestión humana. *Suma de Negocios*, 5(10), 22-28. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70005-9](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70005-9)
- Fernández, G. (2004). Adaptación del puesto de trabajo. *Revista Capital Humano*, No. 181, p.16. Madrid. Ed. Capital Humano.
- García-Carbonell, N., Martín-Alcázar, F. y Sánchez-Gardey, G. (2016). The views of Spanish HR managers on the role of internal communication in translating HR strategies into HRM systems. *European Management Journal*, 34(3), 269-281. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.11.007>
- García, D. E. H. y Manuel, J. (2003). Gestionando el valor de la función de los recursos humanos.
- García J. (2006). *Haga que lo hagan*. Madrid: Ed. Fundación Café Metal.
- Gómez, A., y Ballesteros, P.P. (2003). Un nuevo enfoque de la administración del desarrollo humano en la dinámica organizacional de hoy. *Scientia et Technica*. N. 22, pp. 113-118.
- Gomez, C. F. y Rodríguez, J. K. (2001). Teorías de la cultura organizacional. *Revista Anthropologica*, (October).
- Gutiérrez Alvarado, J. J. A. (2011). La gestión del talento y la generación de valor en la empresa. *Cuaderno de Investigación EPG de La UPC*, (15), 1-20. Retrieved from [http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/761/La gestión del talento y la generación de valor en la empresa.pdf](http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/761/La_gestión_del_talento_y_la_generación_de_valor_en_la_empresa.pdf)
- Ickis, J. C. (2016). Executive rotation and corporate values: The case of Excel in Central America. *Journal of Business Research*, 69(10), 4536-4543. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.019>

- Kerber, K. (2005). Rethinking organizational change: Reframing the challenge of change management. *Organization Development Journal*, 3(23), 23–38.
- Low y Cohen (2004). *La Ventaja Invisible*. *Gestión del Conocimiento*. Ediciones Urano.
- Lussier, R. N. y Achua, C. F. (2005). *Liderazgo*. Cengage Learning Editores
- M. Acquah (2007). Gestión de capital social, la orientación estratégica, y el rendimiento de la organización en una economía emergente. *Strategic Management Journal*, 28, pp. 1235–1255 CrossRef Ver registro en Scopus Citing articles (181)
- Marleny Cardona a; Isabel C. Montes G; J. José Vásquez M; María Villegas G; Tatiana Brito (2007), Capital humano: una mirada desde la educación y la experiencia laboral, *Cuadernos de investigación*, universidad EAFIT.
- Mayo, E. (1945). *The social problems of an industrial civilization*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Mtro. Ramiro, A, (2001). El desempeño del capital humano por gestión de competencia. *Revista El Buzón de Pacioli*, Número 75 octubre.
- Noriega, María Guadalupe (2008). La Importancia Del Liderazgo En Las Organizaciones. *Ensayo*, 12, 5. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Pardo Enciso, C. E. y Díaz Villamizar, O. L. (2014). Desarrollo del talento humano como factor clave para el desarrollo organizacional, una visión desde los líderes de gestión humana en empresas de Bogotá D.C. *Suma de Negocios*, 5(11), 39–48. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70018-7](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70018-7)
- Patricia, C. y Morales, C. (2014). *Importancia del clima organizacional en la productividad laboral*. Bogotá: Universidad militar nueva granada, 1–28.
- Peláez-León, J. D., García Solarte, M. y Azuero Rodríguez, A. R. (2014). La relación estratégica entre gestión humana y la responsabilidad social empresarial: Avances de una explicación en un caso colombiano. *Suma de Negocios*, 5(11), 15–28. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70016-3](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70016-3)
- Prieto Bejarano, P. G. (2013). Gestión del talento humano como estrategia para la retención del personal, 89. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Saldarriaga Ríos, J. G. (2013). Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. *Estudios Gerenciales*, 29(126), 110–117. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(13\)70026-3](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(13)70026-3)
- Sandoval Duque, J. L. (2014). Los procesos de cambio organizacional y la generación de valor. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 162–171. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.005>

- Serrano Orellana, B. J. y Alexandra Portalanza, C. (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](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70026-6)
- Suárez, M. K. C. y Mesa, A. O. (2012). La influencia de los recursos de capital humano, social y financiero sobre la velocidad del proceso exportador de las empresas familiares. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 21(4), 306–315. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2012.07.003>
- Sunder, S. (2005). *Teoría de la contabilidad y el control*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Tinoco Bernal, C.E y Soler Manilla, SM. (2011). Aspectos generales del concepto “capital humano” *Criterio libre*, 9 (14), 203-226.
- Tung, R. (2015). New perspectives on human resource management in a global context. Trad: fines académicos. 51(1), pp. 142-152

› Capítulo 2

Economía y finanzas

Administración financiera de las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia

Iris A. Jiménez Pitre¹
Rodrigo Daniel Gámez Pitre²
Geomar Molina Bolívar³

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar la administración financiera de las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia. En el área de administración financiera se sustentó teóricamente con autores como: Robles (2012), Gitman y Zutter (2012), entre otros. Metodológicamente, la investigación fue de tipo descriptiva, con un diseño no experimental, transeccional descriptiva y de campo. La población estuvo conformada por 18 personas adscritas al departamento de gerencia financiera de las empresas carboníferas de la zona norte de Colombia. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario conformado por cincuenta y cuatro (54) preguntas de escala tipo Likert, el cual fue validado por cinco (5) expertos y la confiabilidad determinada por el coeficiente Alpha de Cronbach con un valor de 0,86. Los resultados de las dimensiones que conforman la

-
- 1 Ingeniera de Sistemas, magíster en Informática Educativa, Dra. en Proyectos de Ciencia y Tecnología, docente de la Universidad de La Guajira, iajimenez@uniguajira.edu.co
 - 2 Universidad de La Guajira, Colombia. Grupo de Investigación BIEMARC, rodagapi@gmail.com
 - 3 Lic. Biología y Química, Esp. en Ciencias Ambientales, magíster en Ciencias Biológicas: Ecología Acuática, Dr. en Ciencias Naturales para el Desarrollo. Docente de la Universidad de La Guajira, gmolinaz@uniguajira.edu.co

variable administración financiera permiten concluir que esta tiene un alto cumplimiento en el baremo establecido, donde se observa que en las empresas carboníferas se aplican una serie de acciones, las cuales son enfocadas para lograr un propósito financiero específico, optimizando los recursos financieros para el logro de los objetivos de la organización con mayor eficiencia y rentabilidad.

Palabras clave: administración, finanzas, gerencia, empresas.

Introducción

La administración financiera es una disciplina que optimiza los recursos financieros con mayor eficiencia y rentabilidad para el logro de los objetivos de la organización. Se refiere al uso adecuado del dinero, por ello es importante en la organización, tanto para el desarrollo de las operaciones como para las inversiones que se realizan.

El presente estudio tiene cuatro capítulos y un instrumento que sirvió para la recolección de datos en las empresas objeto de estudio. Se inició la investigación formulando y sistematizando el planteamiento del problema objeto para esta investigación, seguidamente se recopiló la información de estudios realizados sobre la variable administración financiera; de igual manera, se desarrollaron las bases teóricas de esta, las cuales se encuentran respaldadas bibliográficamente por varios autores expertos en el área.

En la metodología de la investigación se especifica el tipo y diseño de esta, la población, la técnica y el instrumento de recolección de datos. De igual manera, se presentó la validez y confiabilidad de dicho instrumento; además del procedimiento empleado para el análisis de los datos obtenidos y la exposición de los resultados de la investigación, donde se determinó el cumplimiento de los objetivos del estudio al confrontar los datos arrojados con la fundamentación teórica desarrollada en el capítulo II. Además, se incluyeron las tablas pertinentes para una mejor comprensión.

Por otro lado, se elaboraron los lineamientos dando respuesta a las debilidades arrojadas en el capítulo cuatro de dicha investigación. Por último, la investigación finalizó derivando conclusiones y recomendaciones, las cuales podrían ser analizadas por los gerentes de finanzas, de la población objeto de estudio, con la finalidad de aplicar los correctivos necesarios para el mejoramiento de sus actividades.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la administración financiera de las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia.

Objetivos específicos

1. Identificar los estados financieros utilizados en las empresas carboníferas de la zona norte de Colombia.
2. Describir la administración financiera del capital de trabajo en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia.
3. Caracterizar la administración financiera de tesorería en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia.
4. Describir las técnicas para el manejo de administración de inventarios en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia.
5. Identificar las técnicas de selección para el otorgamiento de créditos en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia.

Marco referencial

Esta investigación tuvo en cuenta los siguientes referentes:

Administración financiera: según Robles (2012, p. 10) “la administración financiera es una disciplina que optimiza los recursos financieros para el logro de los objetivos de la organización con mayor

eficiencia y rentabilidad”. La administración financiera se refiere al uso adecuado del dinero, por ello es importante en la organización tanto para el desarrollo de las operaciones como para las inversiones que se realizan.

Para las empresas privadas, en las que el propósito es el fin lucrativo, en este caso, obtener ganancias financieras, los recursos financieros se convierten en los más importantes, ya que el objetivo es el lucro. Es necesario hacer una distinción entre las finanzas y la administración financiera: las finanzas se refieren únicamente a la función financiera, es decir, al manejo de los recursos monetarios; y la administración financiera, hace referencia al trabajo coordinado para manejar adecuadamente los recursos financieros.

Para Van Horne (2010, p. 2) “la administración financiera se ocupa de la adquisición, el financiamiento y la administración de bienes con alguna meta global en mente. Así, la función de decisión de la administración financiera puede desglosarse en tres áreas importantes: decisiones de inversión, financiamiento y administración de bienes”.

En este orden de ideas, Gitman y Zutter (2012, p. 3), afirman que: “la administración financiera se refiere a las tareas del gerente financiero de la empresa”. Los gerentes financieros administran los asuntos financieros de todo tipo de organizaciones, tanto privada como públicas, grandes y pequeñas, lucrativas o sin fines de lucro. Los autores refieren que la administración financiera involucra tareas financieras tan diversas como el desarrollo de un plan financiero o presupuesto, el otorgamiento de crédito a clientes, la evaluación de gastos mayores propuestos, y la recaudación de dinero para financiar las operaciones de la organización.

Estados financieros: según Robles (2012) la utilización de estados financieros es una actividad básica para las empresas, ya que implica una evaluación de la información financiera, la importancia de los estados financieros para su respectivo análisis no es solamente la aplicación de una fórmula y obtener un resultado, se trata de interpretar adecuadamente los números y generar soluciones para mejorar o remediar ciertas situaciones que se presenten en la empresa. Van Horne (2010, p. 128) sustenta que los estados financieros permiten el análisis financiero de la organización, que consiste en el arte de transformar

los datos de los estados financieros en información útil para tomar una decisión informada; por su parte, Córdoba (2012) dice que los estados financieros son documentos que se preparan en la empresa al terminar cada ejercicio contable, para conocer su situación financiera y sus resultados económicos; son resúmenes esquemáticos que incluyen cifras, rubros y clasificaciones, reflejan hechos contabilizados, convencionalismos contables y criterios de las personas que lo elaboran.

Según los investigadores, los estados financieros constituyen el producto final de la contabilidad, ellos describen la situación económica y financiera de una empresa, donde el sistema contable presenta la información acerca de la posición de la organización a través de estos estados, para que estos sean útiles y fidedignos deben ser preparados en el tiempo oportuno y ser certificados por auditores profesionales. Finalmente, Polimeni, Fabozz y Adelberg (2013) enuncian que el estado financiero muestra la integración y cuantificación de la materia prima, mano de obra y gastos indirectos que nos ayudan a valorar la producción terminada y transformada para conocer el costo de su fabricación.

Capital de trabajo: sobre este concepto Córdoba (2012) considera que es un elemento fundamental para el progreso de las empresas, pues mide en gran parte el nivel de solvencia y asegura un margen de seguridad razonable para las expectativas de los gerentes y administradores de alcanzar el equilibrio adecuado entre los grados de utilidad y el riesgo que maximizan el valor de la organización. La definición más común de capital de trabajo que se utiliza es la diferencia entre los activos y pasivos circulantes de una empresa. También afirma el autor, lo que da origen y la necesidad del capital de trabajo, es la naturaleza no sincronizada de los flujos de caja de la empresa. Esta situación tiene lugar debido a que los flujos de caja provenientes de los pasivos circulantes (pagos realizados) son más predecibles que aquellos que se encuentran relacionados con las entradas futuras a caja, pues resulta difícil predecir con seguridad la fecha en que los activos como las cuentas por cobrar y los inventarios que constituyen rubros a corto plazo se convertirán en efectivo.

Esta investigación toma como referente la posición de diferentes autores como Gitman y Zutter (2012), dado que la administración del capital de trabajo persigue lograr un equilibrio entre la rentabilidad y el riesgo que contribuya a aumentar el valor de la empresa, específicamente las

empresas carboníferas de la zona norte de Colombia. Y teniendo en cuenta aspectos mencionados por Horngren, Harrison Jr. y Oliver (2010), en los cuales esta investigación puso total interés, como son: *administración de los activos corrientes y la administración del pasivo circulante*. Administración financiera de tesorería: según Olsina (2009) la gestión de tesorería es el conjunto de técnicas y procedimientos destinados a gestionar óptimamente los fondos monetarios de la empresa, persiguiendo los siguientes objetivos:

- a) Disminuir las necesidades de financiación del corto plazo, sea a través de mejora de los circuitos, escogiendo los mejores medios de cobro y pago, reduciendo los volúmenes de financiación o concentrando saldos como también posiciones bancarias en un grupo de empresas.
- b) Reducir en lo posible los costes financieros mediante negociación de las mejores condiciones con las entidades financieras o bien utilizando los instrumentos adecuados de financiamiento a corto plazo.
- c) Rentabilizar los excedentes de fondos monetarios mediante los instrumentos adecuados, tanto en el ámbito de la empresa como en los mercados monetarios.
- d) Atender en todo momento y en las mejores condiciones de las obligaciones monetarias a fin de asegurar la liquidez de la empresa.

Los procesos desarrollados en la administración financiera de tesorería tienen en cuenta: el flujo de cobro y el flujo de pago.

Técnicas para el manejo de administración de los inventarios: en las empresas comerciales e industriales, un departamento fundamental son los almacenes, ya que ahí se encuentra la mayor parte de la inversión, aunque en la actualidad han cambiado algunos hábitos en el uso de sistemas de calidad para el manejo de inventarios, como es tener disponible únicamente lo necesario para poder producir o vender, la forma de realizar las compras, así como cuánto comprar y la rotación que tienen los inventarios.

Según Robles (2012), la administración de inventarios es fundamental para todas aquellas empresas comerciales e industriales, debido a que un gran porcentaje de su inversión se encuentra en ese rubro, por eso es importante el manejo correcto de los productos para lograr mayores

ventas, así como también es esencial la materia prima para producir más rápidamente un artículo para su venta.

El uso de estas técnicas tiene el objetivo de minimizar la inversión en los inventarios, al evitar tener los productos o materia prima almacenada y sin movimiento, es decir, que se encuentre detenida generando únicamente más gastos, como los de almacenamiento o de mantenimiento; para evitar todos esos gastos innecesarios se aplican diversas técnicas para disminuir el riesgo, y así tener únicamente lo necesario para producir o vender.

Probablemente para muchos estudiosos el término inventario presenta una connotación desde la perspectiva de operaciones, sin embargo, como se ha manifestado, el administrador financiero debe ser garante de las actividades relacionadas con el inventario, para lo que se acoge la propuesta de Gitman y Zutter (2012), porque recomiendan como técnicas más usadas para el manejo de los inventarios: *el método ABC*, *cantidad económica de pedido (CEP)*, *punto de reposición* y *sistema justo a tiempo (JIT)*.

Técnicas de selección para el otorgamiento de créditos

La selección para el otorgamiento de crédito consiste en la aplicación de técnicas con la finalidad de determinar quiénes podrían recibir crédito. Este proceso implica evaluar la capacidad crediticia del cliente y compararla con los estándares de crédito de la compañía, es decir, los requisitos mínimos de esta para otorgar crédito a un cliente.

Gitman y Zutter (2012, p. 558) señalan que “una técnica de uso común para determinar si se otorga un crédito se denomina las cinco C del crédito, la cual conforma un marco de referencia para el análisis detallado del crédito”. Debido al tiempo y los gastos implicados, este método de selección se usa en solicitudes de crédito de grandes montos de dinero. Las cinco C son:

1. Características: se refiere al historial del solicitante para cumplir con obligaciones pasadas.
2. Capacidad: se trata de la viabilidad que tiene el solicitante de reembolsar el crédito, determinada por medio de un análisis de

estados financieros centrado en los flujos de efectivo disponibles para enfrentar las obligaciones de deuda.

3. Capital: la deuda del solicitante en relación con su capital patrimonial.
4. Colateral: el monto de activos que el solicitante tiene disponible para garantizar el crédito. Cuanto mayor sea el monto de activos disponibles, mayor será la probabilidad de que una compañía recupere sus fondos si el solicitante no cumple con el pago.
5. Condiciones: esto es, las condiciones económicas existentes generales y específicas de la industria y cualquier condición peculiar en torno a una transacción específica.

El análisis por medio de las cinco C del crédito no resulta en una decisión específica de aceptación o rechazo, de modo que su uso requiere de un analista experimentado que se encargue de revisar y aceptar las solicitudes de crédito. La aplicación de este esquema asegura que los clientes de crédito de la empresa pagarán, sin tener que presionarlos, dentro de los términos y plazos establecidos.

Este método es únicamente para obtener más información de los clientes y está a consideración de quien lo aplica, por eso es recomendable que lo efectúe alguien con criterio sólido en relación al crédito, con experiencia en el giro, con sentido común y que pueda obtener la mayor cantidad de información sobre el cliente, de manera interna o externa, esto le permitirá asegurar la recuperación del crédito en las condiciones normales establecidas desde su otorgamiento.

Se puede concluir que el analista de crédito centra su atención, sobre todo, en las dos primeras C (características y capacidad) porque representan los requisitos básicos para la concesión del crédito; las tres últimas (capital, garantía colateral y condiciones) son importantes para elaborar el contrato de crédito y tomar la decisión de crédito final, que depende de la experiencia y el criterio del analista de crédito. De este modo, se fija una posición con lo expuesto por Robles (2012), ya que proporciona una orientación clara en cuanto al otorgamiento de créditos a clientes, específicamente en las empresas carboníferas de la zona norte de Colombia.

Metodología

La presente investigación es un estudio de tipo descriptivo, cuya intención fundamental es analizar la administración financiera de las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia. Según Hernández, Fernández, Baptista (2010) las investigaciones de este tipo indagan para detallar las propiedades, las características, los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos u objetos que se sometan a un análisis.

Esta investigación se centró en aportar recomendaciones, las cuales constituirán alternativas de solución para los problemas que se justifiquen en el proceso de analizar la administración financiera de las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia. Sometiéndolo a un análisis para brindar opiniones de posibles representaciones ajustadas a la práctica. La investigación se aborda con un *diseño no experimental transeccional descriptivo*. También se cataloga de *campo*, puesto que es preciso dirigirse al sector objeto de estudio. De esta manera las definiciones para los autores Hernández, Fernández, Baptista (2010), que el diseño no experimental podría definirse como la investigación que se efectúa sin transformar intencionadamente las variables. Es de señalar, si se llevan en estudios donde no se modifican de modo intencional las variables independientes para percibir su resultado sobre otras variables. Lo que hacen en la investigación no experimental es no perder de vista en fenómenos tal como se proporcionan en su contexto natural, para luego determinarlos.

Para tal efecto, el autor refiere que el objeto de estudio de analizar la administración financiera de las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia implica en hechos pasados no se pueden manipular de forma consecuente que está basada en la experiencia y en la observación de los eventos.

Se estudiarán las características de tres empresas del sector carbonífero de Colombia: Drummond, Cerrejón y Prodeco; la población está conformada por empleados directos y supervisores de las compañías objeto de estudio. Cada empresa cuenta con seis directivos y doce coordinadores, distribuidos por departamento.

Tabla 1. Características de la población.

Unidades informantes		
Empresas carboníferas	Directivos	Coordinadores
Drummond	2	4
Cerrejón	2	4
Prodeco	2	4

Fuente: elaboración propia, (2017).

Para obtener la información necesaria sobre la administración financiera de las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia se elaboró y aplicó un instrumento de recolección de datos a través de un cuestionario, con preguntas de respuesta única, considerando una variable, cinco dimensiones, dieciocho indicadores, que constan de 54 ítems. Las opciones de respuesta fueron: siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca.

De acuerdo con los autores Hernández y otros (2010), la confiabilidad de un instrumento de medición representa al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto ocasiona consecuencias iguales. En concordancia con los autores, se puede decir que para determinar la confiabilidad en el instrumento de recolección de datos debe existir una técnica establecida para la medición para así comprobar con exactitud de los resultados para la cual se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach la cual estará sustentada bajo el régimen de prueba piloto de una población de diez (10) sujetos no pertenecientes al censo poblacional, pero con iguales características o con características similares, ubicadas en el departamento adyacente a la de objeto de estudio. Además, se utilizó la herramienta de Baremo en la cual está establecido el puntaje que se le impuso a los valores obtenidos mediante el instrumento de recolección de datos de la variable y los cuales se les dividirá de manera equitativa en las escala de siempre, casi siempre, algunas veces, casi siempre o nunca, arrojando un puntaje para la variable estudiada.

Tabla 2. Baremo resultados de la investigación.

Escala	Puntaje	Rango	Categoría
Siempre	5	4,25-5,00	Muy alta
Casi siempre	4	3,41- 4,20	Alta
Algunas Veces	3	2,60- 3,40	Moderado
Casi Nunca	2	1,81- 2,60	Bajo
Nunca	1	1,00- 1,80	Muy bajo

Fuente: elaboración propia, (2017).

Resultados

Este aspecto reseña el análisis e interpretación de los datos recolectados mediante la aplicación de la encuesta sobre la relación de la administración financiera en las empresas carboníferas de la zona norte de Colombia. Los datos obtenidos se presentan en tablas, donde se observan los valores de frecuencias, absolutos y relativos, de las respuestas proporcionadas por la población objeto de estudio, además de la media aritmética alcanzada para la dimensión y los indicadores.

De acuerdo con ello se hace la interpretación a cada dimensión por separado, por cuanto cada una tiene aspectos distintos respectivos a la variable administración financiera; tomando en consideración los conceptos teóricos pertinentes, con el fin de confrontar los resultados con los señalamientos hechos por los autores, permitiendo dar cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos de la investigación.

En la tabla 3 se muestran los resultados del Estados financieros. En cuanto al indicador *balance general* se observó que el 38.89% de los sujetos encuestados respondió siempre, un 33.33% casi siempre, 16.67% algunas veces, un 7.41% casi nunca y 3.70% nunca.

Obteniendo una media de 3.96, lo cual lo califica como de alto cumplimiento dentro del baremo planteado, esto indica que en las empresas carboníferas se expresa la situación financiera a través de las obligaciones contraídas, bienes y capital de los accionistas en un período específico, Lo anterior converge con lo planteado por Robles

(2012), quien señala que la utilización de estados financieros es una actividad básica para las empresas, ya que implica una evaluación de la información financiera. Los estados financieros no son solamente la aplicación de una fórmula y obtención de resultados, consisten en interpretar adecuadamente los números y generar soluciones para mejorar o remediar ciertas situaciones que se presenten en la empresa.

Tabla 3. Estados financieros.

Dimensión: Estados Financieros							
Indicadores	Escala de respuestas					TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA \bar{X}
	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)		
Balance General	38.89	33.33	16.67	7.41	3.70	100.00	3.96
Estado de Resultado	22.22	33.33	18.52	14.81	9.26	100.00	3.48
Estado de cambios en la situación financiera	15.94	22.22	16.67	18.52	18.52	100.00	4.05
Estado de variaciones en el capital contable	24.07	24.07	24.07	12.96	11.11	100.00	4.19
Estado de costo de producción y costo de producción de lo vendido	24.07	27.78	22.22	12.96	12.96	100.00	4.33
Promedio Dimensión	21.36	24.69	20.99	14.81	14.20	100	4.19

Fuente: elaboración propia, (2018).

La tabla 4 muestra la dimensión Capital de trabajo. En cuanto al indicador *Administración de los activos corrientes* el 37.04% de los sujetos encuestados respondió la opción casi nunca, el 35.19% se inclinó por la opción algunas veces y finalmente la opción casi siempre con un 27.78%, donde se refleja una tendencia positiva en cuanto al manejo de los *activos corrientes*.

Con una media de 3.74 se demuestra un alto cumplimiento, lo cual denota que las empresas carboníferas convierten los activos corrientes a formas más líquidas para honrar sus obligaciones a la fecha exigida, interpretando que los activos corrientes muestran el margen con que rebasan el monto de las salidas, para así saldar los pasivos corrientes.

Tabla 4. Muestra capital de trabajo.

Dimensión: Capital de Trabajo								
Indicadores	Escala de respuestas						TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA \bar{X}
	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca			
	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)			
Administración de los activos corrientes	0.00	27.78	35.19	37.04	0.00	100.00	3.74	
Administración del pasivo dr.....	11.11	22.22	35.19	22.22	9.26	100.00	1.80	
Promedio Dimensión	6.58	25.00	15.19	****	****	100	****	

Fuente: elaboración propia, (2018).

Esto concuerda con los sustentos teóricos de Gitman y Zutter (2012), quienes mencionan que es la conversión de los activos corrientes del inventario a cuentas por cobrar, luego a efectivo, lo que da como resultado el efectivo que se usa para pagar los pasivos corrientes. Los desembolsos de estos para el pago de los pasivos corrientes son relativamente previsible.

Tabla 5. Administración de tesorería financiera.

Dimensión: Administración de Tesorería Financiera								
Indicadores	Escala de respuestas						TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA \bar{X}
	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca			
	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)			
Flujo de cobro	0.00	18.52	31.48	35.19	14.81	100.00	3.28	
Flujo de Pago	18.52	22.22	18.52	18.52	22.22	100.00	3.81	
Promedio Dimensión	9.28	20.37	25.00	28.85	18.52	100	3.64	

Fuente: elaboración propia, (2018).

La tabla 5 muestra la dimensión administración de tesorería. En cuanto al indicador flujo de cobro el 35.19% de los sujetos encuestados respondió casi nunca, el 31.48% algunas veces, el 18.52% casi siempre y el 14.81% la opción casi nunca, es decir, los resultados evidencian una tendencia en cuanto al movimiento del flujo de cobro, es decir,

entradas de efectivo un resultado moderado por parte de las empresas carboníferas.

El resultado muestra una media del 3.26, lo que evidencia un moderado cumplimiento dentro del baremo planteado. Así, en las empresas carboníferas los ingresos líquidos producto de las ventas realizadas no mantienen niveles de liquidez adecuado, medianamente recuperan los fondos a tiempo para afrontar las obligaciones contraídas y los flujos de entrada se acortan imposibilitando en el cumplimiento de las obligaciones.

Esto discrepa de los fundamentos teóricos de Olsina (2009) quien señala que la gestión de cobros es como la savia que alimenta a la empresa, puesto que, si este flujo de entrada de fondo se acorta o simplemente se retrasa, la empresa puede sufrir tensiones financieras o incluso perecer, también, señala que, en términos generales, cobranza se refiere a la percepción de dinero, en concepto de la compra o el pago por el uso de algún servicio.

Tabla 6. Técnicas para el manejo de administración de los inventarios.

Dimensión: Técnica para el manejo de administración de los inventarios							
Indicadores	Escala de respuestas					TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA X
	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)		
Método ABC	0.00	18.52	18.52	42.59	20.37	100.00	3.02
Cantidad económica de pedido (CEP)	22.22	27.78	11.11	20.37	18.52	100.00	4.05
Punto de reposición	22.22	24.07	14.81	22.22	16.67	100.00	4.02
Sistema a tiempo (JIT)	5.58	33.33	31.48	25.93	3.70	100.00	4.00
Promedio Dimensión	13.89	28.70	23.15	24.07	10.19	100	4.01

Fuente: elaboración propia, (2018).

Después de los datos presentados en la tabla 6, correspondiente a la dimensión *técnicas para el manejo de administración de los inventarios*, se expresan los siguientes resultados para el indicador *método ABC*: el 42.59% de los sujetos encuestados respondió casi nunca, un 20.37% nunca, el 18.52% algunas veces y casi siempre, respectivamente.

Lo anterior resulta en una media de 3.02, lo cual lo califica como de moderado cumplimiento dentro del baremo planteado, esto indica que en las empresas carboníferas medianamente se controla el inventario de los artículos, además, en la media no se clasifican los artículos por grupos con base en la cantidad de dinero invertido.

Así pues, después de analizar el indicador *método ABC*, los resultados encontrados discrepan de la definición establecida por Gitman y Zutter (2012), quienes afirman que es una técnica de administración de inventarios que clasifica el inventario en tres grupos, A, B y C, en orden descendente de importancia y nivel de supervisión, con base en la inversión en dólares realizada en cada uno.

Tabla 7. Técnicas de selección para el otorgamiento de créditos.

Variable: Administración Financiera							
Indicadores	Escala de respuestas					TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA \bar{X}
	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)		
Carácter	1.85	22.22	25.93	33.33	16.67	100.00	3.33
Capacidad	25.93	29.63	14.81	14.81	14.81	100.00	4.33
Capital	20.37	29.63	16.67	11.11	11.11	100.00	3.90
Colateral	20.37	27.78	16.67	22.22	12.96	100.00	4.12
Condiciones	22.22	24.07	16.67	20.37	16.67	100.00	4.05
Promedio Dimensión	20.99	27.16	16.67	17.90	13.58	100	4.02

Fuente: elaboración propia, (2018).

Después de los datos presentados en la tabla 7, correspondiente a la dimensión *técnicas de selección para el otorgamiento de créditos*, se expresan los siguientes resultados para el indicador *carácter*, donde se observó que el 33.33% de los sujetos encuestados respondió casi nunca, un 25.93% algunas veces, el 22.22% afirmó casi siempre, un 16.67% respondió nunca y finalmente un 1,85% respondió siempre.

Esto revela una media de 3.33 lo cual lo califica como de moderado cumplimiento dentro del baremo planteado, donde se observa que la empresa de carbones al otorgar un crédito recurre al historial del solicitante para cumplir con obligaciones pasadas, también, al otorgar

un crédito considera los aspectos concernientes a la personalidad del solicitante. Sin embargo, las empresas carboníferas medianamente realizan un análisis detallado del cliente para obtener mayor certeza sobre sus referentes crediticios.

Lo anterior discrepa de la definición emitida por Robles (2012), quien afirma que carácter es el estudio del comportamiento anterior que han tenido los clientes para cumplir con sus obligaciones de manera oportuna y en condiciones normales.

Tabla 8. Administración financiera.

Variable: Administración Financiera							
Indicadores	Escala de respuestas					TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA \bar{X}
	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)	FR(%)		
Estados Financieros	20.75	36.42	20.37	4.32	4.32	100.00	4.33
Capacidad de trabajo	5.56	25.00	35.19	29.63	4.63	100.00	3.82
Administración financiera de tesorería	8.33	22.62	30.95	41.67	25.00	100.00	3.33
Técnicas para el manejo de administración de los inventarios	5.56	33.33	31.48	25.93	3.70	100.00	4.36
Técnicas de selección para el otorgamiento de créditos	22.22	24.07	16.67	20.37	16.67	100.00	4.02
Promedio Dimensión	11.64	28.01	28.84	25.21	11,32	100	3.83

Fuente: elaboración propia, (2018).

La tabla 8 refleja los resultados acerca del comportamiento de la variable *administración financiera*, donde las unidades informantes respondieron en promedio la opción algunas veces con un 28.84%, casi siempre 28.01%, casi nunca 25.21%, siempre 11.54% y nunca 11.32%. Se originó una media de 3.83 lo cual se ubica en un nivel de alto cumplimiento en el baremo establecido. Se observa que en las empresas carboníferas se aplican una serie de acciones enfocadas a un

propósito financiero específico, optimizando los recursos para el logro de los objetivos de la organización con mayor eficiencia y rentabilidad. Esto concuerda con los sustentos teóricos de Robles (2012), quien enuncia que la administración financiera es una disciplina que optimiza los recursos financieros para el logro de los objetivos de la organización con mayor eficiencia y rentabilidad, esta se refiere al uso adecuado del dinero, por ello es importante en la organización, tanto para el desarrollo de las operaciones como para las inversiones que se realizan.

Conclusiones

Luego de la recolección de la información y de haber realizado el análisis respectivo, se concluye que, para el primer objetivo, *identificar los estados financieros utilizados en las empresas carboníferas de la zona norte de Colombia*, las empresas expresan su situación financiera a través de las obligaciones contraídas, bienes y capital de los accionistas en un período específico. También, los ingresos, los gastos, así como la utilidad neta como resultado de sus operaciones. Así como el flujo de efectivo proveniente de sus operaciones normales, de financiamiento y el flujo de efectivo dirigido a la inversión en activos.

Además, se realizan los cambios en las cuentas de capital, de inversión de los propietarios, asimismo, los cambios que entre dos fechas determinadas ha experimentado el capital de trabajo neto en estas organizaciones objeto de estudio. Por último, muestra a través de un documento contable la inversión para la elaboración de sus productos, así como el movimiento del costo de las unidades terminadas y la valoración de esto.

En relación con el objetivo 2, *describir la administración financiera del capital de trabajo en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia*, se observa que estas convierten los activos corrientes a formas más líquidas para honrar sus obligaciones a la fecha exigida, lo que indica que este tipo de activos muestran el margen con que rebasan el monto de las salidas, para así saldar los pasivos corrientes.

Desde la perspectiva de los pasivos corrientes, las empresas incrementan las deudas acumuladas producto de un aumento en las ventas, también, obtienen financiamiento a corto plazo sin dar en garantía de activos específicos. De igual forma aumentan sus deudas para financiar activos que surgen de sus operaciones normales.

Por otra parte, en el análisis del objetivo 3, *caracterizar la administración financiera de tesorería en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia*, se puede discernir que en estas organizaciones los ingresos líquidos producto de las ventas realizadas no mantienen niveles de liquidez adecuados, medianamente recuperan los fondos a tiempo para afrontar las obligaciones contraídas y los flujos de entrada se acortan imposibilitando en el cumplimiento de las obligaciones.

Sin embargo, poseen iniciativa de escoger instrumentos de pago que impliquen su realización lo más tarde posible, a su vez maximizan el período de tiempo desde la recepción de la mercancía hasta el pago efectivo de la misma, también se evidencia que al presentar problemas de liquidez no incurrir en demora de los pagos.

En lo que respecta al objetivo 4, *describir las técnicas para el manejo de administración de inventarios en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia*, se identificó que en este tipo de organizaciones medianamente se controla el inventario de los artículos y estos no se clasifican por grupos con base en la cantidad de dinero invertido.

Las empresas también determinan el volumen óptimo de pedido para la compra de materiales y estiman la cantidad de artículos del inventario solicitados, de manera que los costos totales se minimicen en su período y toma en cuenta la cantidad de artículos a utilizar para disminuir sus costos.

De igual forma, en las empresas objeto de estudio, se conoce el momento para realizar una nueva orden de pedido, también, se toma en consideración el punto de reposición para evitar futuros desabastecimientos, a su vez, conocen el uso diario de la cantidad de artículos en el inventario. Por último, los inventarios se incorporan a la producción en el momento en que se necesitan, de igual forma, disminuyen al mínimo la inversión en inventario haciendo que la

materia prima llegue al momento en que se requiere, finalmente, realizan compras altamente eficientes adquiriendo lo necesario.

En lo referente al objetivo 5, *identificar las técnicas de selección para el otorgamiento de créditos en las empresas carboníferas en la zona norte de Colombia*, cuando las empresas carboníferas otorgan un crédito recurren al historial del solicitante para cumplir con obligaciones, también consideran los aspectos concernientes a la personalidad del solicitante. Sin embargo, las empresas carboníferas medianamente elaboran un análisis detallado del cliente para obtener mayor certeza sobre sus referentes crediticios.

También, al otorgar un crédito recurren a la información financiera del solicitante, toman en cuenta flujos de efectivo que dispone los clientes al momento de aprobar una venta a crédito, asimismo, se estudia si los solicitantes de un crédito cuentan con capacidad de pago. Así mismo, determina si el cliente cuenta con los fondos monetarios suficientes en relación con el monto otorgado en crédito, también, analiza a deuda del solicitante en relación con su capital patrimonial, asimismo, posee información de los activos del cliente para respaldar sus obligaciones.

Por otro lado, exige garantías tangibles al cliente para responder por el pago del crédito, considera los activos que el solicitante tiene disponible para garantizar el crédito, pues estos solventarán una eventual morosidad. Así como evalúa el entorno antes de otorgar un crédito al solicitante, aplica restricciones especiales a cuentas que no inspiran confianza para la concesión de crédito, también, organización toma en cuenta la situación futura del solicitante para obtener mayor certeza de la recuperación del crédito.

Los resultados presentados sobre las dimensiones que conforman la variable *administración financiera* permiten concluir que esta tiene un alto cumplimiento en el baremo establecido, donde se observa que en las empresas carboníferas se aplica una serie de acciones, las cuales son enfocadas para lograr un propósito financiero específico, optimizando los recursos financieros para el logro de los objetivos de la organización con mayor eficiencia y rentabilidad.

Referencias

- Córdoba, M. (2012). *Gerencia financiera empresarial*. 2^{da} edición. Bogotá: Editorial Eco-ediciones.
- Gitman L. y Zutter Ch. (2012). *Principio de administración financiera*. (10 ed.), México, DF: Editorial Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Hurtado, J. (2012). *Metodología de la investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia*. 4 ed. Caracas: Ciea-Sypal y Ediciones Quirón S.A.
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista, P. (2011). *Metodología de la investigación*. 5ta ed. Chile: Editorial Mc Graw Hill.
- Hornngren (2012). *Contabilidad de Costos. Un Enfoque Gerencial*. 4 ed. Editorial Pretice/ Hall International.
- Hornngren, Harrison Jr. y Oliver (2010), *Contabilidad*. 8 ed. México: Editorial Pearson Educación de México, S.A.de C.V.
- Polimeni, Fabozz, y Adelberg (2013), *Contabilidad de Costos, conceptos para la aplicación para la toma de decisiones gerenciales*. 2 ed. Editorial MC. Graw-Hill.
- Robles, L (2012), *Fundamentos de administración financiera*. México: Red tercer millenium.
- Van Horne, J. y Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Editorial Prentice Hall.

Implementación de las NIIF en las organizaciones: redes de colaboración y clústeres temáticos en la investigación científica global

Deivi Fuentes Doria¹
Héctor García Alarcón²
Aníbal Toscano Hernández³

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo identificar las principales tendencias globales en la producción científica, las redes de colaboración internacional y los clústeres temáticos de investigación con mayor relevancia en la investigación sobre la implementación de las NIIF en las organizaciones en todo el mundo. La metodología aplicada fue de carácter documental, dado que se sustenta en publicaciones de revistas científicas indexadas en Scopus, junto con la utilización del software conocido como VOSviewer que facilita la visualización de mapas bibliométricos. En efecto, este es el primer estudio bibliométrico que informa sobre las principales redes de colaboración y los clústeres temáticos de la producción científica relacionada con la implementación de las NIIF en las organizaciones en el mundo, a partir de la exploración de literatura académica disponible en Scopus. La estrategia de búsqueda empleada permitió identificar 1.224 documentos de producción científica relacionados con la implementación de NIIF en las organizaciones, que permiten visualizar la importancia de este

- 1 Contador Público, especialista en Gerencia Financiera, magíster en Dirección Financiera, doctor en Gerencia, docente del programa de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, deivi.fuentesd@upb.edu.co
- 2 Contador Público, magíster en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas. Docente de la Universidad Cooperativa de Colombia, Seccional Montería, hectorgarcia10960@hotmail.com
- 3 Economista, magíster en Administración, doctorando en Economía y Empresa. Integrante del Grupo de Investigación en Gestión Organizacional Sostenible (griegos), anibalentriquetoscano@gmail.com

campo de estudio en la literatura académica, lo cual se refleja en el incremento superior al 99% en el número de publicaciones anuales entre los años 1989 y 2018. Dada la rigurosidad de la metodología y el enfoque global del ámbito de estudio, los resultados del documento facilitan la identificación efectiva de las direcciones de la investigación sobre la implementación de NIIF y se posiciona como una valiosa herramienta para que los investigadores accedan a la literatura de mayor relevancia en este campo de estudio.

Palabras clave: implementación de NIIF; análisis bibliométrico; análisis de citas, análisis de redes.

Introducción

El crecimiento de la economía, las nuevas tendencias de mercado mundial han generado que todas las organizaciones adapten nuevos modelos financieros en relación con su información financiera. Las organizaciones en el mundo han asumido retos en las aplicaciones de nuevos marcos normativos contables, denominados normas internacionales de información financiera (en adelante NIIF), enfocadas al reconocimiento, medición y revelación de las partidas contables con el fin de brindar información veraz, confiable, que permita comparar los resultados y valorar la gestión internacional para la toma de decisiones.

Respecto a las NIIF, estas han generado diferentes cambios en las presentaciones de información contables en las empresas, dado que el enfoque de la información anterior a la norma se basaba en registros de operaciones que cumplieran con normatividades fiscales, dejando de lado la presentación contable, representando la realidad económica de la organización.

De acuerdo con lo anterior, Colombia en busca de unificar criterios internacionales adoptó mecanismos para disponer de un lenguaje contable común en el manejo de información financiera. Es así como se creó la Ley 1314 del 2009, con el objetivo de armonizar la información contable, definiendo principios y normas de carácter general utilizadas por todos los países (Congreso de la República, 2009).

De esta manera, se inició la organización del conjunto de normas, direccionamiento, reglas que buscan generar información financiera comprensible, eficiente y que permitan presentar de forma uniforme las decisiones administrativas y financieras que se realizan en las empresas, las cuales sirven como base para la presentación de los estados financieros para el sector económico mundial.

Para tal fin, se busca con el estudio identificar las tendencias globales de investigación relacionada con las NIIF, identificando la evolución de la producción científica en las últimas décadas, las redes de colaboración científica que registran mayores niveles de relevancia en la investigación en el campo de las NIIF (que incluye autores, organizaciones y países), así como los clústeres temáticos de la investigación científica sobre la implementación de NIIF. Estos resultados permitirán proporcionar información valiosa para los intereses de investigaciones actuales y direcciones futuras en este campo de estudio.

Objetivos

Objetivo general

El objetivo general de este trabajo es investigar las tendencias globales de la producción científica relacionada con la implementación o adopción de las NIIF en las organizaciones.

Objetivos específicos

1. Analizar las principales tendencias en la producción científica relacionada con la implementación de las NIIF.
2. Determinar las redes de colaboración internacional en la investigación científica relacionada con la implementación de las NIIF.
3. Explorar los clústeres temáticos en la investigación científica relacionada con la implementación de las NIIF.

Marco referencial

Normas internacionales de información financiera

La norma internacional de información financiera surge para las PYMES COMO un producto adaptado de las NIIF para las entidades que no tienen la obligación de emitir información financiera para el público en general. El desarrollo regulatorio en esta norma toma como referencia la evolución de las NIIF completas, efectuándose interpretaciones a través de las citadas preguntas y respuestas. Actualmente, se está cerrando el primer ciclo de revisión de la versión de 2009, lo que proporciona estabilidad al marco contable a aplicar por las PYMES.

Del mismo modo, Vásquez y Franco (2014) definen las NIIF como la aplicación de los nuevos marcos técnicos contables de la Ley 1314 del 2009 en los registros de información contable de las empresas en Colombia, dejando de lado el Decreto 2649 (Presidencia de la Republica, 1993) en relación a la presentación, reconocimiento y medición de las partidas contable en las operaciones diarias del ente económico.

Adopción de las NIIF en Colombia

Los procesos de adopción de las normas internacionales de información financiera definidas por el CTCC (2008, p. 59) como un cambio, que concibe como la sustitución de la regulación local por la regulación global, mediante un proceso de exclusión del entorno y del contexto en el que desarrollan los hechos económicos. Del mismo modo Vargas (2017, p. 22) define los procesos de adopción como la adaptación de la regulación internacional en la regulación local a través de acciones normativas que permite la armonización de la información contable sin afectar las operaciones de la organización. Del mismo modo la adaptación contable busca que las organizaciones implementen y se adapten a los nuevos requerimientos normativos, bajo información internacional que permitirá presentar información con mayor capacidad de entendimiento para los usuarios de la información.

Metodología

Este trabajo realiza una revisión de la investigación científica de mayor relevancia en el mundo, a partir de un análisis bibliométrico. Con este propósito se planteó un procedimiento, como resultado de un consenso razonable que ha surgido en cuanto a las características deseables para reportar los resultados de una revisión de la literatura (Tranfield, Denyer y Smart, 2003), basados en pasos replicables y transparentes.

Este procedimiento se desarrolló considerando la propuesta metodológica de Moher et al. (2009) y el trabajo de Toscano-Hernández, Álvarez-González y Sanzo-Pérez (2017). De esta forma, a continuación, se describe el procedimiento que se utilizó para el desarrollo de este análisis bibliométrico, que considera tres etapas: planeación, ejecución y reporte.

Planeación

Inicialmente, se definen los objetivos del análisis bibliométrico, se identifican las fuentes de información y se precisan los criterios para la identificación de la investigación científica. Dado que los objetivos de este trabajo fueron expuestos anteriormente en este documento, se identifica la fuente de búsqueda de información en la base de datos *Scopus* de *Elsevier*, considerada una de las más completas, con estándares de indexación más exigentes y una poderosa capacidad de análisis de citas (Bartels, 2013; Falagas, Pitsouni, Malietzis y Pappas, 2008). Lo cual permite garantizar la mayor cobertura en nuestro análisis bibliométrico y minimizar el sesgo que origina la búsqueda en bases de datos específicas.

En este trabajo, dado el objetivo de investigación, las expresiones de búsqueda fueron escogidas al considerar que los términos “*implementation*” y “*IFRS*”, juntos con sus equivalentes, están siendo utilizados de formas alternativas en la literatura científica. Se opta por establecer la búsqueda sin límite temporal y restringiéndola a los campos temáticos de las negocios, economía, finanzas, contabilidad y ciencias sociales. Así, la búsqueda de la producción científica se realiza con la siguiente expresión: ((TITLE-ABS-KEY (implementation OR adoption

OR introduction) AND TITLE-ABS-KEY (IFRS OR International Financial Reporting Standard OR International Accounting Standards OR IAS)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, BUSI) OR LIMIT-TO (SUBJAREA, ECON) OR LIMIT-TO (SUBJAREA, SOCI)).

Ejecución

Seguidamente, se desarrollan los pasos de identificación inicial de la producción científica. En efecto, como resultado de la aplicación de la estrategia de búsqueda descrita anteriormente, se logró la caracterización inicial de un total de 1224 referencias científicas relacionadas con la implementación de las NIIF, publicadas entre 1989 y junio de 2018.

Adicionalmente, con el fin de seleccionar las publicaciones científicas de mayor relevancia y de facilitar el análisis de sus datos bibliográficos, se identificaron las publicaciones indexadas en *Scopus* que cumplieran los siguientes criterios: 1) únicamente los documentos tipo artículos científicos; 2) publicados en revistas científicas; 3) documentos escritos originalmente en inglés; y 4) publicados entre 1989 y 2018. De esta manera, se logra la identificación de un total de 994 publicaciones de mayor relevancia.

Reporte

Finalmente, el reporte de los resultados, a partir de la información extraída de las publicaciones científicas relacionadas con la implementación de las NIIF, se muestra en tres partes descritas a continuación. En la primera parte, se presenta un análisis descriptivo de las principales tendencias de la producción científica, a partir de una caracterización cuantitativa que consideró: año de publicación, tipos de documentos, revistas y número de citas registradas hasta junio de 2018. En la segunda parte, se describen las principales redes de colaboración en la producción científica de mayor relevancia en el mundo, a partir de un análisis de coautoría incluyendo: autores, organizaciones y países. En la tercera parte, se exponen los principales clústeres temáticos de las publicaciones más importantes en el mundo, a partir de un análisis de coocurrencia de palabras clave.

Se debe señalar que en los análisis de coautoría y coocurrencia se utilizan herramientas bibliométricas, a partir de la construcción de mapas de red basados en datos bibliográficos de publicaciones, conocidos como mapas bibliométricos. Estos mapas bibliométricos proporcionan una representación gráfica de las redes de relación entre los términos más comunes en la descripción de los registros bibliográficos de las publicaciones (Perianes-Rodríguez, Waltman y Van Eck, 2016), por lo que son especialmente útiles en la identificación de grupos de elementos relacionados entre las publicaciones científicas (Perianes-Rodríguez et al., 2016; Van Eck y Waltman, 2010). Ahora bien, considerando la funcionalidad del software *VOSviewer* para la visualización de *mapas bibliométricos* de una manera fácil de interpretar (Perianes-Rodríguez et al., 2016), cuyo desarrollo ha sido apoyado por el *Centre for Science and Technology Studies* de *Leiden University*, se construyen y analizan los *mapas bibliométricos* utilizando este software.

Resultados

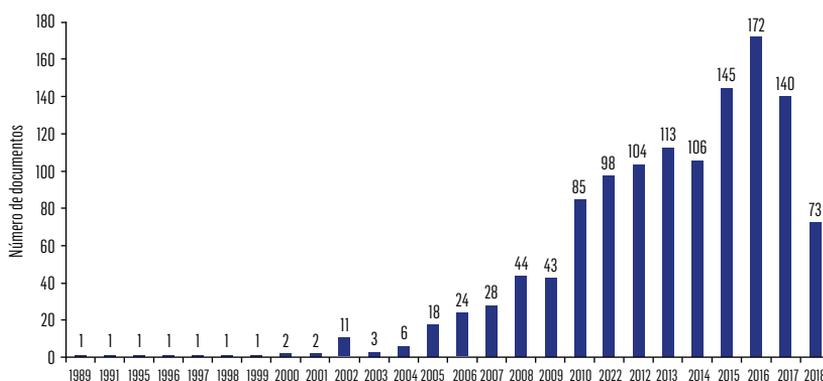
Tendencias de la investigación

La búsqueda inicial permitió encontrar un total de 1.224 publicaciones académicas, con 13.715 citas, relacionadas con la implementación de las NIIF en organizaciones en el mundo, entre los años 1989 y 2018. En la figura 1 se evidencia el incremento en el número de publicaciones anuales, al pasar de 1 a 140 documentos entre 1989 y 2017, lo cual representa un aumento superior al 99%. De hecho, se registra un promedio anual de 49 publicaciones y un crecimiento anual promedio de las publicaciones de 39%, en este periodo.

Sin embargo, se debe señalar que entre 1989 y 1999 se registra un documento anual en este campo de estudio; mientras entre 2000 y 2004 hay menos de 10 publicaciones anuales, con excepción de 2002 cuando se registran 11 publicaciones relacionadas. Solo a partir de 2005 se presenta un crecimiento significativo sostenido en el número de publicaciones anuales, con excepción de los años 2009 y 2014, siendo el año 2016 el de mayor auge en lo que se refiere a la producción científica.

Entre las publicaciones identificadas se incluyen documentos de conferencias, libros, capítulos de libros, revisiones bibliográficas, cartas a editores y artículos publicados en revistas científicas que representan el 84.2% de las publicaciones y el 86.4% de las citaciones, como se muestra en la tabla 1. En segundo lugar, en importancia, se ubican las revisiones bibliográficas que registran el 4.2% de los documentos y 8.2% de las citaciones.

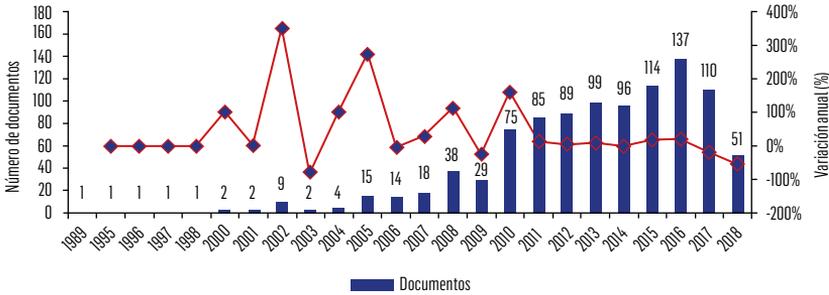
Figura 1. Número de documentos de la producción científica relacionada con la implementación de NIIF por año, 1989-2018.



Fuente: elaboración propia a partir de información de Scopus.

Ahora bien, con el propósito de identificar la producción científica de mayor relevancia académica, la búsqueda inicial de producción científica fue refinada con el fin de incluir solo artículos escritos originalmente en inglés y publicados en revistas científicas indexadas en *Scopus*, obteniendo un total de 994 artículos científicos. En la figura 2 se presenta la evolución cuantitativa de las publicaciones de mayor relevancia, que pone de manifiesto el aumento en el número de artículos científicos en la investigación sobre la implementación de las NIIF en las organizaciones.

Figura 2. Evolución temporal de artículos científicos relacionados con la implementación de NIIF por año, 1989-2018.



Fuente: elaboración propia a partir de información de Scopus.

En el análisis temporal de los artículos científicos, se observa un promedio de 41 publicaciones por año y un crecimiento promedio de 48% en el número de publicaciones anuales entre los años 1989 y 2017.

Los resultados muestran que los artículos científicos sobre la implementación de las NIIF en las organizaciones entre 1989 y 2018 fueron publicados en 235 revistas científicas (ver tabla 2), de las cuales 10 revistas concentran el 28.9% de los artículos científicos, mientras el 71.1% restante de las publicaciones se distribuye en 225 revistas. Sin embargo, al comparar la concentración de artículos científicos por periodo de tiempo, se evidencia que las 225 revistas con el menor número de artículos solo agrupan el 57% y 64% de las publicaciones en los periodos 1989-2000 y 2001-2018. Vale la pena señalar cómo la revista con el mayor número de publicaciones, *Australian Accounting Review*, solo registra su primera publicación relacionada a partir del año 2006.

TTabla 4. Evolución temporal de artículos científicos relacionados con la implementación de NIIF por revistas, 1989-2018.

Nombre de las revistas	1989-2000	2001-2010	2011-2018	Total	
				Documentos	Participación porcentual
Australian Accounting Review	0	14	25	39	3.9%
International Journal of Accounting	2	9	26	37	3.7%
Accounting in Europe	0	5	31	36	3.6%
Advances in Accounting	0	12	20	32	3.2%
Journal of International Accounting, Auditing and Taxation	0	10	19	29	2.9%
European Accounting Review	1	14	11	26	2.6%
Journal of Applied Business Research	0	2	20	22	2.2%
Accounting and Finance	0	5	16	21	2.1%
Academy Accounting and Financial Studies Journal	0	1	20	21	2.1%
Otros 225 revistas	4	132	571	707	71.1%
Total general	7	206	781	994	100%

Fuente: elaboración propia a partir de información de Scopus.

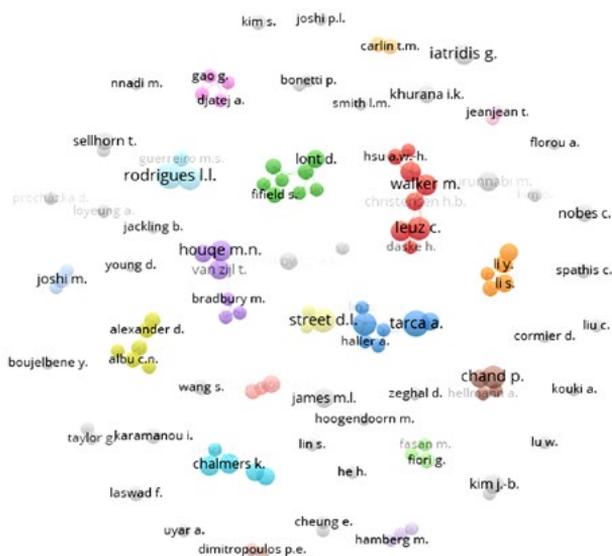
Redes de colaboración

En el análisis de coautoría se evidencia cómo las 994 publicaciones de mayor relevancia registran un total de 1753 autores, asociados a 1666 organizaciones (instituciones, universidades, centros de investigación, etc.), de 98 países.

Por un lado, a pesar de que fueron identificados un total de 1752 autores con al menos una publicación, los 118 autores con tres publicaciones y una citación son agrupados en 53 clústeres que en su mayoría reúnen a los coautores de una publicación relevante, como se observa en la figura 3. De hecho, 23 de los 53 clústeres están conformados por un solo autor. La mayoría de estos clústeres no se encuentran relacionados entre sí, con excepción de los tres clústeres que agrupan a: *Brown P.*, *Tarca A.*, *Haller A.*, *Morris R.D.*, *Hellman N.*, *Gray S.J.*, *Lin Z.*, *Street D.L.*, *Cereola S.J.* y *Nichols N.B.* De igual manera, se identifican cinco

clústeres con una coocurrencia superior al resto, que agrupan al menos a cinco autores, y se encuentran conformados por: (1) *Chan A.L., Christensen H.B., Daske H., Hail L., Hsu A.W., Lee E., Leuz C. y Walker M.*; (2) *Crawford I., Dunne T., Fifield S., Hellliar C., Lont D., Mardini G.H. y Power D.*; (3) *Brown P., Gray S.J., Haller A., Hellman N., Lin Z., Morris R.D. y Tarca A.*; (4) *Albu N., Alexander D., Alon A., Hodgson A. y Strouhal J.*; (5) *Bradbury M., Hooks J., Houqe M.N., Monem R.M., Stent W. y Van Zijl T.*

Figura 3. Red de autores de artículos científicos relacionados con la implementación de NIIF, 1989-2018.



Fuente: elaboración propia a partir de información de Scopus.

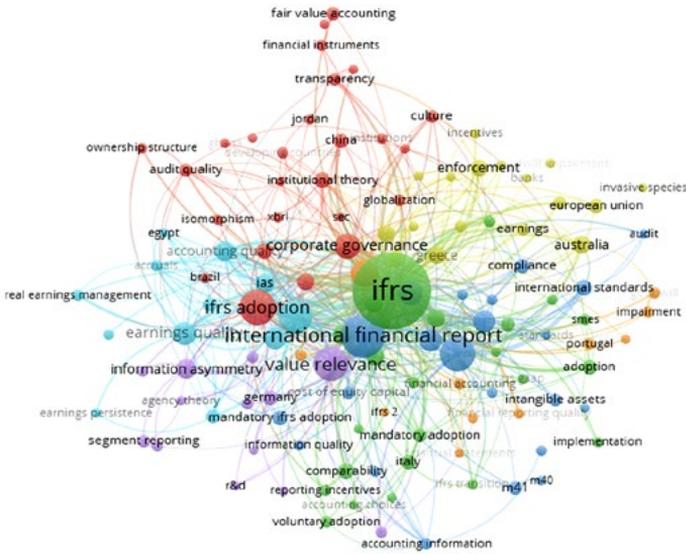
Por otro lado, en esta figura se puede observar la red de 100 organizaciones con al menos dos documentos y una citación, agrupadas en 65 clústeres. Se debe mencionar que 42 de los 65 clústeres de organizaciones están conformados por una sola organización y solo 7 organizaciones están relacionadas entre sí a partir de las coautorías de artículos relevantes. En efecto, solo seis organizaciones registran cinco o más publicaciones: *California State University* (Estados Unidos), *Macquarie University* (Australia), *School of Accounting of the RMIT*

entre sí por publicaciones conjuntas con otros países (Chile, Eslovaquia, Ucrania, Dinamarca y Croacia).

Clústeres temáticos

El análisis de coocurrencia, a partir de las palabras clave de los artículos de mayor relevancia, permite visualizar la complejidad y variedad de los hallazgos en la investigación científica relacionada. En la figura 6 se presentan la red de 128 palabras clave con mayor ocurrencia, entre un total de 2093 palabras clave que caracterizan las publicaciones objeto de estudio.

Figura 5. Red de palabras claves de artículos científicos relacionados con la implementación de NIIF.



Fuente: elaboración propia a partir de información de Scopus.

Ahora bien, excluyendo las palabras clave incluidas en las expresiones de búsqueda detallada en la metodología de este trabajo, se destacan 10 palabras clave con la relación más estrecha y mayor coocurrencia en la red de términos clave que caracterizan los artículos científicos de mayor relevancia, relacionados con la implementación de las NIIF en

organizaciones: *value relevance, earnings management, corporate governance, earnings quality, disclosure, accounting quality, information asymmetry, convergence, accounting regulation, harmonization y enforcement.*

Discusión y conclusiones

Los resultados de este trabajo resultan en un importante aporte al campo de estudio de la contabilidad y las finanzas, dada la rigurosidad de su metodología y el enfoque global del ámbito de estudio. En efecto, este es el primer estudio bibliométrico que informa sobre las principales redes de colaboración y los clústeres temáticos de la producción científica relacionada con la implementación de las NIIF en las organizaciones en el mundo, a partir de la producción científica disponible en *Scopus*.

Las tendencias de la investigación científica evidencian el enorme interés generado en este campo de estudio, lo que se refleja en la identificación de un total de 1.224 publicaciones académicas, con 13.715 citas relacionadas con la implementación de las NIIF en organizaciones de todo el mundo, entre los años 1989 y 2018. Se debe mencionar cómo en este campo de estudio se registra un significativo incremento en el número anual de publicaciones, al pasar de 1 a 140 documentos entre 1989 y 2017, lo cual representa un incremento superior al 99%. No obstante, lo anterior debe considerarse con cautela dado que entre 1989 y 1999 se registra un documento anual en este campo de estudio; mientras entre 2000 y 2004 se reconocen menos de 10 publicaciones anuales, con excepción de 2002 cuando se inspeccionan 11 publicaciones relacionadas. Solo a partir de 2005 se presentan un crecimiento significativo sostenido en el número de publicaciones anuales, con excepción de los años 2009 y 2014, siendo el año 2016 el de mayor auge en lo que se refiere a la producción científica.

Ahora bien, el análisis descriptivo de las redes de colaboración científica y clústeres temáticos, a partir del análisis de coautoría y coocurrencia de las publicaciones de mayor relevancia, permite visualizar la variedad y la complejidad de la red de colaboración en la producción científica relacionada con la implementación de las NIIF en las organizaciones. Por un lado, en relación con las redes de colaboración, se evidencia como

las 994 publicaciones de mayor relevancia identificadas registran un total de 1753 autores, asociados a 1666 organizaciones, de 98 países. Por otra parte, respecto a los clústeres temáticos, en la información bibliográfica de las publicaciones de mayor relevancia se identificó una red de 128 palabras clave con mayor ocurrencia, entre un total de 2093 palabras clave que caracterizan las publicaciones.

Se puede resaltar cómo Estados Unidos y Australia, junto con sus organizaciones, juegan un papel dominante de la investigación científica relacionada, mientras que los investigadores que presentan el mayor número de publicaciones y mayor cantidad de citas como coautores de la producción científica relevante sobre la implementación de las NIIF en las organizaciones son: *Leuz, C.* de la *University of Chicago* (Estados Unidos), *Hail, L.* de la *University of Pennsylvania* (Estados Unidos), *Li, S.* de la *Santa Clara University* (Estados Unidos), *Tarca, A.* de la *University of Western Australia* (Australia); *Christensen, H.B.* de la *University of Chicago* (Estados Unidos); *Kim, J.-B.* de la *City University of Hong Kong* (Hong Kong); *Iatridis, G.* de la *University of Thessaly* (Grecia); *Rodrigues, L.L.* de la *University of Minho* (Portugal); *Chalmers, K.* de la *Monash University* (Australia); y *Craig, R.* de la *Victoria University* (Australia).

En lo referente a las temáticas de investigación preferidas relacionadas con la implementación de las NIIF en las organizaciones, se puede argumentar que los temas de mayor interés están relacionados con los términos que registran una relación más estrecha y mayor coocurrencia entre las demás palabras clave: *value relevance*, *earnings management*, *corporate governance*, *earnings quality* y *disclosure*. De esta forma, estos términos permiten inferir la importancia y potencial futuro de cinco temáticas de estudio o tendencias de investigación relacionadas: (1) el impacto de la adopción de las NIIF sobre la valoración razonable de los libros; (2) los efectos de la adopción de las NIIF en la gestión de ganancias; (3) la relación entre los sistemas de gobierno corporativo y la adopción de las NIIF; (4) los efectos de la adopción de las NIIF en la calidad de las ganancias contables y la información de los estados financieros; (5) las consecuencias económicas de la divulgación y la regulación de informes financieros.

Referencias

- Bartels, E. M. (2013). How to perform a systematic search. *Best Practice and Research: Clinical Rheumatology*, 27(2), 295–306. <http://doi.org/10.1016/j.berh.2013.02.001>
- Congreso de la República. Ley 1314 (2009). Colombia: Diario Oficial No. 47.409 de 13 de julio de 2009.
- Falagas, M. E., Pitsouni, E. I., Malietzis, G. a y Pappas, G. (2008). Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: strengths and weaknesses. *The FASEB Journal : Official Publication of the Federation of American Societies for Experimental Biology*, 22(2), 338–42. <http://doi.org/10.1096/fj.07-9492LSF>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., Altman, D., Antes, G., ... Tugwell, P. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7). <http://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Perianes-Rodríguez, A., Waltman, L. y Van Eck, N. J. (2016). Constructing bibliometric networks: A comparison between full and fractional counting. *Journal of Informetrics*, 10(4), 1178–1195. <http://doi.org/10.1016/j.joi.2016.10.006>
- Presidencia de la Republica. Decreto 2649 (1993). Colombia: Diario Oficial 41156 de diciembre 29 de 1993.
- Toscano-Hernández, A., Álvarez-González, L. I. y Sanzo-Pérez, M. J. (2017). Tendencias de la Investigación en Calidad de Servicio en la Universidad 2007–2016. In E. Álvarez-Arregui, S. Agudo, B. Rodríguez, L. Álvarez, M. García y J. Llamas (Eds.), *Universidad, Investigación y Conocimiento: Avances y retos* (pp. 147–152). Oviedo (España): Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.
- Tranfield, D., Denyer, D. y Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <http://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Van Eck, N. J. y Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <http://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Vargas Restrepo, C. M. (2017). *Contabilidad Tributaria*. (ECO Ediciones, Ed.) (Segunda). Bogotá (Colombia).
- Vasquez Bernal, R. y Franco Franco, W. (2014). *Aplicación por primera vez de las NIIF*. (Legis Editores S.A., Ed.) (Primera Ed). Bogotá (Colombia).

› Capítulo 3 Innovación y emprendimiento

Gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira, Colombia

Iris A. Jiménez Pitre¹
Katherine Acuña²
Geomar Molina Bolívar³

Resumen

La presente investigación estuvo dirigida al análisis de la gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira, del departamento de La Guajira, Colombia. Las teorías estuvieron fundamentadas en Martínez (2010), Baena (2009), López (2007), González (2011) entre otros. Se utilizó un tipo de investigación de carácter descriptivo, con un diseño de campo, no experimental transversal, la población de estudio se concentró en 47 directivos de las cinco sedes de la Universidad. La información se recolectó a través de un cuestionario con 36 ítems, empleando un tipo de escala con cinco alternativas de respuestas sometidas a la evaluación por cinco expertos de contenido. Para medir la confiabilidad se aplicó la fórmula Alfa Conbrach para la variable *gestión de la innovación*, con un resultado

- 1 Ingeniera de Sistemas, magíster en Informática Educativa, Dra. en de Proyectos de Ciencia y Tecnología, docente de la Universidad de La Guajira, iajimenez@uniguajira.edu.co.
- 2 Contadora pública, Universidad de La Guajira.
- 3 Lic. Biología y Química, Esp. en Ciencias Ambientales, magíster en Ciencias Biológicas: Ecología Acuática, Dr. en Ciencias Naturales para el Desarrollo, Docente de la Universidad de La Guajira, gmolinaz@uniguajira.edu.co.

de 0.70, que señala confiabilidad. Los resultados fueron analizados, principalmente la media y la desviación estándar. La gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira, Colombia, se desarrolla básicamente a través de los elementos de la cultura de innovación; en cuanto a los procesos de la gestión de la innovación por medio de la vigilancia del entorno; y en lo que respecta a las fases de los proyectos de innovación, se enfocan en la planificación de los proyectos de innovación y de la explotación para obtener un beneficio económico, principalmente.

Palabras clave: gestión de la innovación, proyecto de innovación y cultura de la innovación.

Introducción

Las universidades constituyen uno de los pilares de generación y transmisión de conocimiento en nuestra sociedad. Se trata de entidades públicas o privadas, que no suelen tener ánimo de lucro y cuyos principales fines son la docencia, la investigación y la transferencia de conocimiento. Hoy en día las universidades constituyen uno de los motores de la innovación empresarial, en el sentido de que son capaces de aportar el suficiente conocimiento y calidad para permitir a las empresas competir en los mercados actuales. El sistema de gestión de la innovación dentro de las universidades es un proceso que va encaminado a coordinar, distribuir y planificar los recursos existentes, tanto humanos como técnicos, económicos y de capital, para conseguir un aumento de conocimientos que generen nuevas formas de organización y que redunden en el valor añadido para los clientes.

La creación de una cultura de innovación es un factor decisivo para configurar una empresa innovadora, y por tanto, constituye otra forma de producir innovaciones de éxito, entonces se hace necesario que las universidades desarrollen una cultura de innovación donde se contemplen aspectos como la actitud de la dirección hacia la gestión de la innovación (importancia, recursos asignados), la estructura organizacional existente o el papel del equipo humano responsable de

producir las innovaciones en el día a día. Se trata, en definitiva, de la manera en que se gestiona el proceso de innovación.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira, del departamento de La Guajira, Colombia.

Objetivos específicos

1. Identificar los elementos de la cultura de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira.
2. Describir los procesos para la gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira.
3. Determinar las fases de la gestión de proyectos de innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira.

Marco referencial

Gestión de la innovación

De acuerdo con Velásquez y Medellín (2005):

La gestión de la innovación es el proceso estratégico que desarrolla una empresa para integrar necesidades de mercado con oportunidades tecnológicas detectadas dentro y fuera de la organización, con el objetivo de introducir nuevos productos o servicios, o mejorar los existentes, para diferenciarse de los que ofrece la competencia.

Según Xochipiltecatl y otros (2015), la gestión de la innovación es esencial para la competitividad, a tal grado que debería considerarse estratégica en cualquier organización. La innovación se considera como

la principal fuerza motriz del progreso y la prosperidad, tanto en los individuos como en la economía en general; la falta de innovación es un obstáculo para el crecimiento de la institución.

La gestión de la innovación es motivo ahora de diversas investigaciones, debido a la observación y ejecución de prácticas de gestión, procesos y las estructuras para potencializarla. Esto se observa porque las invenciones tecnológicas están acompañadas por todo un complemento de innovaciones, gestión, ecología, desarrollo sostenible, desarrollo humano, etc.

Según Olmo (2009), la innovación se refiere a las razones que mueven a las empresas a innovar, están la búsqueda de ventajas competitivas, la necesidad de diferenciación, la creación de riqueza o el crecimiento sostenible. La I+D+I (investigación, desarrollo tecnológico e innovación) resulta fundamental para la supervivencia de las organizaciones, ya que contribuye a situarlas en una posición adecuada para afrontar los nuevos desafíos que surgen en un mercado cada vez más globalizado.

Por otro lado, Martínez (2010) acota que la gestión de la innovación es el proceso que le permite a la empresa lanzar y mejorar productos o procesos, adquirir una mayor capacidad de adaptación, de anticipación, e incluso provocar rupturas que le dejan renovar sus ventajas competitivas en el momento oportuno, determinar su competitividad en el mercado y sobre todo crear capacidades productivas y tecnológicas en el marco empresarial.

Cultura de la innovación

Martínez (2010) refiere que la cultura de la innovación logra transformar los avances tecnológicos en nuevos procesos y productos de aprendizajes, con una calidad notable superior a los existentes, que les permite a las compañías competir en mercados globales y que además se puedan cubrir los costos y obtener beneficios. Es por ello por lo que cada uno de los miembros de una organización debe asumir la cultura innovadora como parte integrante de la manera de hacer negocio, para así poder sobresalir y, en definitiva, ser competitivos.

González (2011) comenta que la creación de una cultura de la innovación es un factor decisivo para configurar una institución innovadora, y, por tanto, constituye otra forma de producir innovaciones de éxito. Se contemplan en esta área aspectos tales como la actitud de la dirección de la institución hacia la gestión de la innovación (importancia, recursos asignados, etc.), la estructura organizativa existente o el papel del equipo humano responsable de producir las innovaciones en el día a día. Se trata, en definitiva, de la manera en que las instituciones gestionan sus procesos de innovación.

De acuerdo con Birla (2005), una cultura de la innovación se refiere a la capacidad continua de generar, aceptar e implementar ideas creativas, esto se puede hacer creando continuamente muchas ideas y escogiendo las que mejor se adapten al problema que se trae entre manos o que mejor aprovechan las oportunidades de satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes.

Metodología

Esta investigación está enfocada en analizar la gestión de la innovación de las sedes de la Universidad de La Guajira. El tipo de investigación es de carácter *descriptivo*, fundamentado en lo que plantean Hernández, Fernández y Baptista (2010); los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Del mismo modo, los estudios descriptivos pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o sobre la variable a la que se refiere, puede ofrecer la posibilidad de predicciones o relaciones, aunque sean poco elaboradas.

De acuerdo con el objetivo principal de la investigación en cuanto a la gestión de la innovación de la Universidad de La Guajira y sus sedes, se puede decir que dado el momento en que se recolectan los datos, el *diseño del estudio es transeccional, descriptivo*, el cual, según Méndez (2009), tiene como propósito medir la variable y proporcionar su descripción.

Por último, de acuerdo con Hernández y otros (2010) se clasifica como *de campo* por cuanto la investigación se desarrollará en el mismo lugar donde ocurren los acontecimientos, en este caso, dentro de las instalaciones físicas de la Universidad de La Guajira, y sus sedes en el departamento de La Guajira, Colombia.

La población objeto de análisis para esta investigación está conformada por directivos de la Universidad de La Guajira y sus sedes. Además, la Escuela Técnica y Tecnológica que funciona dentro de las instalaciones de la Universidad, las sedes de Fonseca, Maicao y Villanueva están ubicadas en el departamento de La Guajira, mientras que la sede de Montería se encuentra ubicada en la ciudad de Montería, capital del departamento de Córdoba, Colombia.

Para Arias (2012) las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Para esta investigación es importante lo citado por Sierra (2008) quien aporta que uno de los puntos más importantes de esta técnica es la selección de un instrumento de medición, para así desarrollar el estudio, y que sea válido y confiable, porque de lo contrario no se pueden establecer conclusiones de los resultados.

Según Hernández y otros (2010) la validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mida la variable que pretenda. A este respecto, la validez del contenido del instrumento de recolección de 57 datos se realizará a través de un *juicio de expertos*, el cual, según Méndez (2009), es una técnica que consiste en someter a evaluación por parte de un conjunto calificado de expertos y una serie de aspectos, elementos o etapas de un proyecto o programa de innovación con fines de obtener su opinión acerca de la validez, relevancia, factibilidad, coherencia, tipo de deficiencia, tipo de decisiones, entre otros aspectos.

Para la validación del instrumento se someterá a evaluación por parte de cinco profesionales, todos con posgrado y amplia experiencia en gerencia de investigación de proyectos de investigación, desarrollo e innovación, atinente al área de gestión de innovación. Por otra parte, vale destacar que la confiabilidad del instrumento de medición se refiere en opinión de Chávez (2007, p. 92) al “[...] grado de congruencia con el

cual se realiza la medición de una variable”, por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 277) la definen como “el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”.

A fin de estimar la confiabilidad del instrumento, se aplicará una prueba piloto a organizaciones con características similares a la población objeto de estudio. Así mismo, se emplea el método coeficiente Alfa Cronbach, tal como lo recomienda Chávez (2007, p. 102). Por último, este coeficiente se aplica en test con ítems de varias alternativas de respuestas y cuya intervención requiere una sola medición.

Resultados

Una vez que se ha obtenido un índice de confiabilidad en la categoría *alto*, según la tabla de interpretación, entonces se procede al análisis de los datos del cuestionario con las respuestas de los informantes clave de la población definitiva. Los cuales primero se tabularon, lo que representa en esta parte la presentación de los resultados. Para exponer el resumen de estos datos se elaboraron unas tablas que además evidencian los valores de la media y la desviación estándar, los cuales son los valores de la estadística descriptiva, que se usaron para los análisis por cada dimensión de la variable *gestión de la innovación*.

La tabulación de los datos y el cálculo de los valores estadísticos se realizaron con el soporte de una hoja de cálculo de *Microsoft Office Excel*

Variable: *gestión de la innovación:*

Dimensión: *cultura de la innovación.*

Para lo cual se obtuvieron previamente los resultados de la media y la desviación estándar por cada uno de los indicadores y por cada una de las dimensiones de la variable. El análisis se realizó tomando en cuenta en primera instancia el indicador con mayor valor de la media hasta llegar al análisis del indicador con más bajo valor. Para luego cerrar con el análisis de la dimensión correspondiente. Estos resultados se

registraron en las tablas que se presentan a continuación, las cuales también muestran la frecuencia absoluta y relativa.

Como se puede observar en la tabla 1, los resultados de la primera dimensión *cultura de la innovación* producen una media de 4.24 para el indicador *responsabilidad de la dirección*, con una desviación estándar de 0.51, la cual se puede considerar de media dispersión, lo que se traduce en cierta contradicción de las respuestas por parte de los encuestados, con una muy alta presencia de la categoría. Es de acotar, que se observa una opinión dividida representada en esta tabla, por las frecuencias relativas de las alternativas de respuestas *totalmente de acuerdo* y *de acuerdo*, las cuales son ambas de tendencia positiva.

Finalizado el análisis de los indicadores y observando el promedio que presenta la tabla 1, la categoría *cultura de la innovación* tiene una media de 3.97 y una desviación de 0.54, se puede entonces decir que hay suficientes rasgos que demuestran que hay evidencias para la cultura de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira.

Tabla 1. Frecuencias absolutas (n), relativas (%), media (\bar{x}) y desviación estándar (DE) en los indicadores de la dimensión cultura de la innovación.

Dimensión	Indicador	TDA	DA	I	ED	TED	Total	\bar{x}	DE
		n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)		
Cultura de la innovación	Responsabilidad de la dirección	20 (41,8)	21 (44)	4 (8,5)	3 (5,7)	0 (0)	47 (100)	4,24	0,51
	Políticas de I+D+I	26 (55,3)	5 (9,9)	9 (19,2)	7 (15,6)	0 (0)	47 (100)	4,08	0,67
	Estrategias de la innovación	3 (5,7)	28 (58,9)	12 (24,8)	5 (10,6)	0 (0)	47 (100)	3,59	0,45
Promedio								3,97	0,54

TDA: totalmente de acuerdo, **DA:** desacuerdo, **I:** ni de acuerdo ni desacuerdo, **ED:** en desacuerdo, **TED:** totalmente en desacuerdo.

Variable: *gestión de la innovación.*

Dimensión: *procesos para la gestión de la innovación.*

Para la *dimensión procesos para la gestión de la innovación*, según se observa en la tabla 2, los valores obtenidos del cálculo de los estadísticos descriptivos por dimensión, arrojaron que el indicador *vigilancia del entorno*, presenta el mayor de la media, valorado en 3.72 y una desviación estándar de 0.50; lo que determina entonces la presencia favorable de la dimensión en la categoría de alto nivel y con una media dispersión entre las demás respuestas. Seguidamente, del indicador *implementación de la innovación*, con 3.15 de media y una alta desviación de 0.80, lo que hace complejo tomar una posición sobre la presencia de este indicador. Esto se puede observar mejor en los valores de las frecuencias relativas, que se encuentran en mayor porcentaje en la categoría *ni de acuerdo ni en desacuerdo* y *en desacuerdo*.

De acuerdo con los resultados de la tabla 3, en la dimensión *fases de la gestión de proyectos de innovación*, que implica las cuatro fases en categoría de indicadores, se puede observar que la fase de *planificación* es la que manifiesta el mayor valor de la media, en 3.92, y con una dispersión representada por la desviación estándar en 0.85, lo que significa que tiene muy alta dispersión.

Variable: *gestión de la innovación.*

Dimensión: *fases de la gestión de proyectos de innovación.*

Al revisar los valores calculados de la frecuencia relativa, se puede observar que esta desviación se debe a que las percepciones del personal encuestado están divididas entre las alternativas de respuestas *totalmente de acuerdo* y *de acuerdo*, es decir, un 29.79% y un 50.35%, respectivamente. Las alternativas *ni de acuerdo ni en desacuerdo* (I) y *en desacuerdo* (ED) presentan igual frecuencia relativa, es decir un 9.93% de los encuestados seleccionaron esta opción de respuesta; mientras que ninguno seleccionó la alternativa *totalmente en desacuerdo*. Estos resultados indican que definitivamente, la fase de *planificación* se observa con muy alto nivel de presencia en estas sedes de la Universidad de La Guajira.

Tabla 2. Estadísticos de la dimensión *procesos para la gestión de la innovación*.

Dimensión	Indicador	Alternativas de respuestas												Total		Media	Desviación estándar
		TDA		DA		I		ED		TED		Fr	%				
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%						
Procesos para la gestión de la innovación	Vigilancia	0,33	0,71	32,67	69,50	13,00	27,66	1,00	2,13	0,00	0,00	47,00	100,0	3,72	0,50		
	Selección	0,00	0,00	0,00	0,00	36,67	78,01	10,33	21,99	0,00	0,00	47,00	100,0	2,80	0,35		
	Implementación	9,00	19,15	8,67	18,44	10,67	22,70	18,67	39,72	0,00	0,00	47,00	100,0	3,15	0,80		
Promedio	Aprendizaje	4,75	10,11	5,50	11,70	18,50	39,36	18,25	38,83	0,00	0,00	47,00	100,0	2,95	0,59		
		4,58	9,75	4,72	10,05	21,94	46,69	15,75	33,51	0,00	0,00	47,00	100,0	2,97	0,56		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Estadísticos de la dimensión fases de la gestión de proyectos de innovación.

Dimensión	Indicador	Alternativas de respuestas												Total		Media	Desviación estándar
		TDA		DA		I		ED		TED		Fr	%				
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%						
Fases para la gestión de proyectos de innovación	Ideación	1,33	2,84	1,33	2,84	26,67	56,74	17,67	37,59	0,00	0,00	47,00	100,0	3,72	0,50		
	Planificación	14,00	29,79	23,67	50,35	4,67	9,93	4,67	9,93	0,00	0,00	47,00	100,0	2,80	0,35		
	Ejecución	1,33	2,84	0,67	1,42	25,33	53,90	19,67	41,84	0,00	0,00	47,00	100,0	3,15	0,80		
Promedio	Explotación	14,00	29,79	18,67	39,72	9,00	19,15	5,33	11,35	0,00	0,00	47,00	100,0	2,95	0,59		
		9,78	20,80	14,33	30,50	13,00	27,66	9,89	21,04	0,00	0,00	47,00	100,0	2,97	0,56		

Fuente: elaboración propia (2015).

La siguiente fase es *explotación*, la cual como se puede observar en el siguiente cuadro, tiene una media de 3.46 con una desviación estándar de 0.47; al ubicar estos valores en la tabla del baremo de la media, se encuentran en la categoría de alto nivel de presencia. Esta media dispersión, se debe a los valores de la frecuencia relativa que indican una división en la opinión de los consultados, ya que 29.79% manifestó estar *totalmente de acuerdo* con esta categoría y un 39.72% seleccionó estar *de acuerdo*, contra un 19.15% que señaló *ni estar de acuerdo ni en desacuerdo* y un 11.35% seleccionó *estar en desacuerdo* con las evidencias de esta fase del proceso de gestión de proyectos de innovación.

En lo que respecta a la fase de *ejecución*, se presenta con una media de 3.10 y una desviación estándar de 0.61, que según el baremo para el análisis se encuentra en la categoría de alto nivel de presencia y alta dispersión, lo que se debe a que un 53.90% de la población encuestada respondió *ni de acuerdo ni en desacuerdo* con estas afirmaciones, mientras que un 41.84% opinó estar *en desacuerdo* con las manifestaciones de este indicador.

La tabla 4 muestra, a manera de resumen, los valores de los parámetros estadísticos que determinan el nivel de presencia de cada dimensión en el desempeño de la variable de estudio *gestión de la innovación*. Las cuales quedan representadas por los promedios de los datos calculados para el análisis de estos. La gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira, del departamento de La Guajira, Colombia, presenta características favorables de la dimensión *cultura de la innovación* con un alto nivel de presencia, la cual está representada en sus tres componentes, es decir, por responsabilidad de la dirección, políticas de investigación, desarrollo e innovación y en menor escala, pero igual con evidencias de presencia, las estrategias de innovación.

En cuanto a la dimensión *procesos de la gestión de la innovación* los valores obtenidos en el promedio de la media indican una presencia de nivel neutro, pero, es de acotar que el proceso de *vigilancia del entorno* es el único que se evidencia en esta dimensión en la categoría de alta presencia.

Tabla 4. Estadísticos para la variable *gestión de la innovación*.

Dimensiones	Alternativas de respuestas												Media	Desviación estándar
	TDA		DA		I		ED		TED		Total			
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%		
Cultura de innovación	16,11	34,28	17,67	37,59	8,22	17,49	5,00	10,64	0,00	0,00	47,00	100,0	3,97	0,54
Procesos para la gestión de innovación	4,58	9,75	4,72	10,05	21,94	46,69	15,75	33,51	0,00	0,00	47,00	100,0	2,97	0,56
Fases de la gestión de proyectos de innovación	9,78	20,80	14,33	30,50	13,00	27,66	9,89	21,04	0,00	0,00	47,00	100,0	3,30	0,63
Promedio	10,16	21,61	12,24	26,05	14,39	30,61	10,21	21,73	0,00	0,00	47,00	100,0	3,41	0,58

Fuente: elaboración propia.

Discusión y conclusiones

Cabe resaltar que la dimensión *cultura de innovación* representa y ocupa la primera posición en cuanto a la presencia dentro de la variable de estudio. En este sentido, se obtiene que los resultados coinciden con los postulados de Martínez (2010), el cual menciona que la cultura de la innovación permite transformar los avances tecnológicos en nuevos procesos y productos de aprendizajes con una calidad notable superior a los existentes, que le permite en este caso a la Universidad de La Guajira, competir en un contexto más amplio obteniendo beneficios, que puedan a su vez cubrir costos de operación. El nivel de presencia alta de esta dimensión significa que los miembros de la organización han asumido la cultura innovadora como parte integrante de la manera de aprovechar las oportunidades de negocio y prestar un mejor servicio educativo, para así poder sobresalir y, en definitiva, ser competitivos.

Para la dimensión *procesos para la gestión de la innovación*, el nivel de presencia intermedia con tendencia negativa, concuerda en el caso del primer indicador *vigilancia del entorno*, con lo planteado por López y otros (2007) cuando exponen que la exploración y búsqueda en el entorno de señales sobre la innovación potencial que pueda generar la institución es una necesidad del mercado actual. Estas señales pueden proceder de necesidades sin satisfacer de clientes, tanto externos como internos (empleados), del comportamiento de los competidores, de la aparición de nuevas tecnologías o de cambios en la legislación. Todo esto conlleva a sistematizar la búsqueda y selección de fuentes de innovación para detectar amenazas y oportunidades para el cambio.

En cuanto al indicador *implementación de la innovación*, no coincide con las teorías de López y otros (2007) quienes argumentan que la implementación de la innovación consiste en transformar una idea innovadora en algo real: un nuevo producto, nuevo proceso o forma organizativa. Esta etapa es la del desarrollo de la innovación, para ello hay que seguir tres pasos: a) adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar la innovación, b) ejecutar el proyecto y c) lanzar la innovación; a su vez, se da un contraste con lo afirmado por Hidalgo (2011) cuando sostiene que la implementación de la innovación constituye el núcleo del proceso y es donde la innovación

se va a hacer realidad. En esta fase se define el equipo de proyecto, las responsabilidades y dedicación de sus integrantes. Además, se requiere contar con un proceso de trabajo definido, una buena gerencia de proyecto y habilidades de gestión del cambio.

Conclusiones

Con respecto al primer objetivo, enfocado a identificar los elementos de la cultura de innovación en las sedes de la Universidad La Guajira, departamento de La Guajira, Colombia, se concluye que todos los elementos conformados por: responsabilidades de la dirección, políticas de investigación, desarrollo e innovación y estrategias de innovación están con presencia alta, siendo la responsabilidad de la dirección ante la innovación la más presente, debido a que la dirección comunica a los empleados de la organización sobre la importancia de la innovación, a través de reuniones con los departamentos y además asegura la disponibilidad de presupuesto para las actividades de investigación y desarrollo; y luego resultan las estrategias de innovación como la menos presente, debido a que existen debilidades en las actividades formativas relacionadas con la innovación para que el personal desarrolle las competencias necesarias.

En relación con el segundo objetivo específico, orientado a describir los procesos para la gestión de la innovación en las sedes de la Universidad La Guajira, del departamento de La Guajira, Colombia, se concluye que de todos los procesos estudiados *vigilancia del entorno*, basado en la exploración de fuentes externas con el objetivo de buscar información sobre la oportunidad de innovaciones potenciales y la identificación de los recursos humanos que pueden ser asignados para tareas de innovación, es el más presente; seguido del proceso de *implementación de la innovación*, con una intermedia presencia debido a que, a veces, se conforman equipos de trabajos capacitados para el desarrollo de la innovación.

En tercero y cuarto lugar con presencia baja están los procesos de *aprendizaje y selección*, esto debido a que muy poco se establecen procedimientos formales para asimilar nuevos conocimientos para el

desarrollo de proyectos educativos y tampoco existe una sistematización para la selección de las mejores ideas que puedan ser desarrolladas y conlleven a una innovación.

Una vez que se ha detectado una idea potencial tratan de explotarla y protegerla buscando los recursos para su transformación en valor económico para beneficio institucional que puede desarrollarse en producto o servicio. Las fases de ideación y de ejecución están bastante comprometidas, ya que no se estimula la creatividad mediante técnicas donde participen todas las personas de la organización y no se lleva un seguimiento y control sistematizado en todas las áreas de proyectos.

La gestión de la innovación en las sedes de la Universidad de La Guajira, Colombia, se desarrolla básicamente a través de los elementos de la cultura de innovación, como la responsabilidad que demuestran los directivos hacia la innovación y las políticas de investigación y desarrollo; en cuanto a los procesos de la gestión de innovación por medio de la vigilancia del entorno; y en lo que respecta a las fases de los proyectos de innovación, las más evidentes se enfocan en la planificación de los proyectos de innovación y de la explotación para obtener un beneficio económico, principalmente.

Referencias

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. 6ta.Ed. Caracas: Editorial Espíteme.
- Baena y col (2009) *Guía para la autoevaluación de la Gestión de la innovación empresarial*, Instituto Andaluz tecnología.
- Birla, M. (2005) *FedEx cumple*. Colombia: Editorial Norma.
- Chávez, N. (2007), *Introducción a la Educación Educativa*. Venezuela: Editorial ARS GAPHIC.
- González, J. (2011) *Universidad: motor de la innovación empresarial*. España: Editorial Netbiblo.
- Hidalgo, A. (2011) Procesos de innovación en las organizaciones de salud y educación en Venezuela. Universidad del Zulia. Venezuela. *Revista Venezolana de gerencia*, vol. 16.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista (2010) *Metodología de la investigación*. 5ta.ed. México: McGraw-Hill Interamericana.
- López, N. (2007) *Cómo gestionar la innovación en las PYMES*. España: Editorial Netbiblo.
- Martínez, L. (2010) *Gestión del cambio y la innovación en la empresa*. España: Editorial Ideas propias.
- Méndez, C. (2009). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México: Editorial Limusa.

Perspectiva teórica del impacto de las prácticas de gestión humana en la innovación

José Luis Duque Ceballos¹
Juan Camilo Gaviria Gómez²

Resumen

A continuación, se presenta un estudio realizado desde la perspectiva teórica del proyecto *Impacto de las prácticas de gestión humana en la innovación de las PYMES*, teniendo en cuenta tres aspectos importantes que se abordarán a lo largo de la investigación que serán: la gestión de los recursos humanos, la innovación y la gestión del conocimiento, con el fin de dar valor al tema asociado a sus objetivos de investigación. Por otra parte, este proyecto propone tener como resultado final la identificación de la relación entre las prácticas de gestión humana y la innovación y, de esta manera, sugerir estrategias o actividades que le permita a las PYMES ser más eficientes en sus procesos innovadores.

En este capítulo se pretende dar a conocer la fase de la investigación relacionada con los temas desarrollados para lograr identificar el impacto que tienen las prácticas de gestión humana en cuanto a la innovación, en donde el tema se abordará como una investigación de tipo cualitativa y por el método deductivo. Como resultado inicial se presenta el marco teórico del proyecto de investigación en donde se hablará de la relación que este tema tiene con las empresas y su importancia en relación con el desarrollo competitivo en cuanto a innovación de las organizaciones.

Palabras clave: gestión del conocimiento, innovación, gestión humana.

1 Administrador de Empresas, magíster en Ciencias de la organización, candidato a doctor en Administración. Director de la maestría en Dirección Empresarial, Universidad Santiago de Cali, joseduque@usc.edu.co.

2 Administrador de Empresas. Docente Universidad Santiago de Cali, juan.gaviria03@usc.edu.co.

Introducción

Esta investigación hará un aporte cualitativo a las prácticas de gestión humana en las PYMES del sector alimentos para ayudar a desarrollar sus procesos de innovación o mejorarlos, permitiendo que las organizaciones puedan orientarse en innovación para mejorar su nivel competitivo en el mercado. En el trabajo desarrollado se tienen en cuenta las teorías que han abordado el tema desde la óptica de la innovación, gestión humana y gestión del conocimiento; también es importante mostrar cómo se están comportando las PYMES ante el entorno, es decir, de qué manera están aprovechando las prácticas de gestión humana para lograr desarrollos innovadores y por ende mayor nivel competitivo o diferenciador en cuanto a sus procesos o sus productos.

Además, hoy en día la innovación es una temática que abordan la gran mayoría de las empresas, ya que en ella encuentran la oportunidad de generar mayor nivel competitivo en el mercado y permite tener factores diferenciadores que garanticen la sostenibilidad de una organización. Por otra parte, la gestión humana también es tema de desarrollo en las organizaciones, pues constantemente se está evaluando el desempeño que esta área garantiza a la empresa en el orden productivo, pero, es claro que el conocimiento está concentrado aquí y se debe estimular las prácticas que ayuden a mejorar los procesos mediante nuevas ideas innovadoras que garanticen el crecimiento de la organización.

Esta investigación se asocia directamente con el eje temático de innovación y emprendimiento, pues centra su interés en el impacto de las prácticas de gestión humana en la innovación, para esto se tendrán en cuenta las PYMES del sector alimentos en Colombia. Dando así, una noción de lo que las PYMES hoy en día están desarrollando internamente como estrategias competitivas asociadas entre gestión humana e innovación.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el impacto de las prácticas de gestión humana en los procesos de innovación en las PYMES.

Objetivos específicos

1. Identificar las prácticas de gestión humana desde una perspectiva teórica.
2. Determinar las prácticas de gestión humana que implementan tres PYMES del sector de alimentos.
3. Caracterizar los procesos de innovación que desarrollan tres PYMES del sector de alimentos.
4. Evidenciar la relación entre las prácticas de gestión humana y la innovación aplicada por las tres PYMES del sector de alimentos.

Marco teórico

Gestión de recursos humanos

Las investigaciones de campo de la ingeniería basadas en el factor humano y como resultado nace la psicología industrial, han evidenciado que las organizaciones han tenido que irse adaptando a las nuevas tendencias en relación con la gestión del talento humano a medida que se modernizan las funciones de los recursos humanos.

Colombia no ha estado muy alejada de los comportamientos mundiales en materia de la gestión humana, ya que durante la década de los noventa, también comenzaron a verse sistemas y procesos adaptativos a las nuevas estructuras, creando técnicas que permiten fortalecer a las organizaciones para afrontar nuevos retos y así facilitar la gestión del talento humano, dando así importancia a una herramienta estratégica, estos sucesos en otros términos empezaron a darse a raíz de la economía colombiana en el siglo xx y comienzos del xxi en donde su implementación se fundamentó en el incremento de la productividad, competitividad y la calidad de las organizaciones colombianas.

La gestión de talento humano, según González (2012) “ha sido una herramienta que se ha fundamentado desde un principio por seis aspectos claves” (p. 6). Estos aspectos han influido en la creciente importancia que hoy se le da a la gestión de los recursos humanos:

1. Aumento de la competitividad y, por tanto, de la necesidad de ser competitivo.
2. Los costos y ventajas relacionados con la gestión del recurso humano.
3. La crisis de la productividad.
4. El aumento del ritmo y complejidad de los cambios sociales, culturales, normativos, demográficos y educacionales.
5. Los síntomas de las alteraciones en el funcionamiento de los lugares del trabajo.
6. Las tendencias para la próxima década.

Estos asuntos han puesto sobre el panorama la relevancia del talento humano en las organizaciones, teniendo en cuenta su influencia en el aspecto competitivo desde el punto de vista productivo.

Es por eso por lo que diferentes autores han tratado de definir el concepto de la gestión del talento humano, entre ellos Dolan y Raich (2010) quienes enuncian que:

La globalización desempeña un importante papel en el desarrollo de la gestión de recursos humanos en muchos países. A medida que se eliminan las barreras económicas entre los países, las compañías que desean participar en un ámbito internacional necesitan entender la importancia de tener un sistema eficaz de GRH³ a través de toda la organización (p. 35).

Esto nos orienta a hacer una actualización constante del concepto de la gestión de recursos humanos en las organizaciones y posibilita una noción correcta del manejo de los recursos humanos desde el punto de vista competitivo, ya que estar actualizados sobre las nuevas tendencias en el mundo sobre las prácticas de la gestión de recursos humanos nos permitirá competir de manera igualitaria.

Dolan y Raich (2010) aseguran que la “gestión de recursos humanos es la transformación de la gestión de personal, que pasa de ser una función centrada en el bienestar del empleado a una gestión de personas que se ajusta a objetivos organizativos e individuales y ofrece a los empleados

recompensas intrínsecas y extrínsecas” (p. 17). Las organizaciones están mancomunadas con sus colaboradores y es por eso por lo que las organizaciones hacen una gestión en donde prevalezcan los objetivos organizacionales y al mismo tiempo se dé importancia al desarrollo personal de los colaboradores.

Por otro lado, encontramos autores que definen la gestión de los recursos como Núñez-Paula (2007) quien dice que “[...] es la concepción teórica de una función consciente y deliberada en la cual se integran diversas áreas de conocimiento para su tratamiento científico, por lo que tiene esencialmente un carácter transdisciplinar” (p. 7). Donde se hace una alusión sobre la relación entre colaboradores y organización, pues es sumamente necesario contar con capital humano especializado que sea capaz de afrontar retos organizacionales en cualquier área.

Desde otra perspectiva, Jaramillo (2005) define la gestión del talento humano como:

[...] “el conjunto de procesos necesarios para dirigir a las personas o recursos humanos dentro de la empresa, partiendo del reclutamiento, selección, capacitación, recompensas, evaluación del desempeño, salud ocupacional y bienestar, entre otros que conduzcan a la obtención de valor agregado para la empresa, los empleados y el entorno” (p. 107).

La cita habla de la importancia de un proceso en la gestión de los recursos humanos en donde se cataloga como importante y fundamental la labor que se cumple con el personal de una organización, es decir la manera en cómo la organización aprovecha el talento de sus colaboradores. Asimismo, asegura que está compuesto por procesos que son las fases tradicionales que se conocen en cuanto a la gestión de los recursos humanos, como el reclutamiento, selección del personal, evaluación del desempeño, entre otras; sin embargo, la que más llama la atención para los autores que tratan de definir el concepto hacen énfasis en la capacitación y la orientación del personal hacia los objetivos organizacionales y los objetivos individuales en donde garantizan el bienestar de los trabajadores.

La gestión de recursos humanos es una herramienta indispensable para las empresas, ya que el personal de una organización posee las características o habilidades que necesita una empresa para lograr competir en el mercado y hacer nuevas propuestas, es decir la empresa necesita al recurso y este debe de ser administrado de manera adecuada en donde el recurso humano y los objetivos organizaciones estén asociados y de esta manera lograr un beneficio mutuo en cuanto a la medición del desempeño organizativo y del personal, además Jaramillo (2005) asegura que “la gestión del talento humano es la responsable de la excelencia de organizaciones exitosas y del aporte de capital intelectual en plena era de la información” (p. 35).

Innovación

La trayectoria investigativa en innovación se desarrolló en el proceso llamado “*Design Thinking*” elaborado por Rolf State, lo que para entonces se asumía como el concepto de innovación que significa “Diseña Pensando”.

La innovación empieza a cobrar mayor importancia con los procesos de desarrollo económico que se dan en el mundo y las negociaciones entre las naciones, lo que se conoce como la apertura económica, esto ha obligado a las organizaciones a hacer cambios de manera drástica, por ende, obligándolas a crear nuevas estrategias competitivas ante la globalización.

Por otra parte, para hacer un acercamiento al concepto de innovación, vale la pena citar el Manual de Oslo de la OCDE (2005) “la innovación se refiere a la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores” (p. 14), lo que invita a considerar una transformación de la realidad, es decir por un lado la innovación significa crear, porque sus objetivos van dirigidos hacia lo nuevo a diseñar o materializar algo que aún no existe, algo que en un mercado global despierte necesidades y, por otra parte, significa rediseñar, en donde se considera que se transforma lo que ya existe, haciendo mejoras

incrédulos y funcionales que permiten avanzar a escala organizacional, competitiva o de mercado.

Además, González (2011) complementa diciendo que la innovación se resume en cuatro tipos de innovación: producto, proceso, organización y de mercado; que pueden presentarse de diferentes maneras, en diversas áreas y a diferentes ritmos. También hace un acercamiento a la innovación definiéndola como un proceso donde se creen factores diferenciadores en el ámbito organizacional, cambios que garanticen una competencia de manera eficiente, es decir que la innovación está comprometida con el desarrollo y desempeño de una organización.

Teniendo en cuenta a Spiezia (2011) cuando interpretamos que, en su esencia, innovar comprende la noción de ‘novedad’, y su efecto puede manifestarse en una escala micro, en la empresa, por ejemplo, o en una escala macro, en el mercado o incluso, en el mundo. Podemos hacer un acercamiento hacia las organizaciones, es decir que la innovación es un proceso que abarca desde lo más pequeño hasta lo más grande, entonces cabe destacar que las empresas del mundo por su contexto de globalización y en el caso de las pequeñas empresas, por su desarrollo, deben adoptar prácticas innovadoras que garanticen que las organizaciones se mantengan y tiendan a crecer.

Además, se debe tener conocimiento sobre los tipos de innovación que puede desarrollar una organización con el fin de catalogar las estrategias organizacionales con un desarrollo específico, para eso hay dos formas de catalogar la innovación:

- **Innovación incremental:** se asocia con la adopción de tecnología extranjera.
- **Innovación social:** puede mejorar la efectividad de los negocios y servicios públicos.

Estas etapas pueden ser utilizadas en las organizaciones según su necesidad, sin embargo, algunos estudios señalan que en etapas posteriores a la innovación es cuando se debe optar por generar desarrollo en alta tecnología e investigación. La innovación es un riesgo que asume la empresa, pues Zucchetti (2017) en la publicación de la revista *Aptitus* dice “no existe una fórmula única para innovar, ya que

una parte de la innovación requiere de la invención, y esta se presenta de diferentes maneras” (p. 42), es decir que es imposible adelantarse a los resultados, todo depende del riesgo que los directivos de una organización estén dispuestos a correr, pues un proyecto innovador debe garantizar que se recuperaran los costos de la inversión; la innovación hace parte de toda empresa, ya que el mercado exige que sean más profesionales para superarse y tener éxito en un entorno tan competitivo.

Por otra parte, la Corporación Ruta N Medellín (2014) expone “se acepta que innovación es en esencia el resultado de conjugar nuevas ideas con su aplicación en la sociedad para generar valor. La una sin la otra no produce innovación” (p. 11). “Innovación= idea nueva y creación de valor”.

La Corporación hace una definición basada en dos partes importantes, que la idea nueva, puede ser considerada la primera parte del proceso de innovación, en donde está en fase de creatividad para empezar a ser puesto en desarrollo, hasta ese momento se considera una “idea innovadora”, posteriormente se habla de Creación de Valor, la segunda fase, es decir es una idea creativa y nueva puesta en marcha que garantiza la atención del público y crea valor mediante una acción que cambie la realidad.

Además, afirman que “a mayor impacto social mayor es la innovación” (p. 6). Lo que quiere decir que el impacto es la herramienta para medir dentro de un proyecto innovador, mientras más impacto positivo genere quiere decir que mayor aceptación hay y por ende un grado más alto de innovación, por otra parte, el indicador también puede ser evaluado de manera negativa.

Así mismo, Peter Drucker afirma que “la prueba de una innovación no es su novedad, ni su contenido científico, ni el ingenio de la idea [...] es su éxito en el mercado” (p. 154). Lo que anteriormente se decía sobre la medición de la innovación, podemos relacionar los textos de la Corporación con lo expuesto por Drucker, quienes en palabras diferentes expresan un mismo pensamiento y está orientado a la medición del desempeño a través del impacto que la innovación genere en la sociedad.

Auletta y Ojeda (2014) enuncian que “innovar es la necesidad inaplazable para empresas grandes, medianas y pequeñas. Identificar factores de diferenciación que puedan convertirse en ventajas sostenibles requiere una visión bifocal para detectar lo que exige el mercado y mirar al futuro con un pensamiento de diseño capaz de cambiar el juego competitivo” (p. 33). La innovación puede adoptar un significado universal, ya que su concepto está comprendido de igual manera por la gran mayoría de autores haciendo referencia hacia su significado e importancia en las organizaciones.

La innovación es un elemento que permite generar ideas nuevas en una organización de cualquier tamaño, ya sea grande, mediana o pequeña, que si se utiliza de manera eficiente permite lograr un mayor nivel competitivo en las organizaciones, además, es un elemento que admite obtener muchas ganancias por el valor agregado que este genere, puede llevar a una organización a un éxito increíble y además garantiza su supervivencia ante la competencia. Cabe destacar que innovación también puede ser sinónimo de riesgo en términos empresariales, pues sus resultados de impacto en lo social definen el éxito o el fracaso.

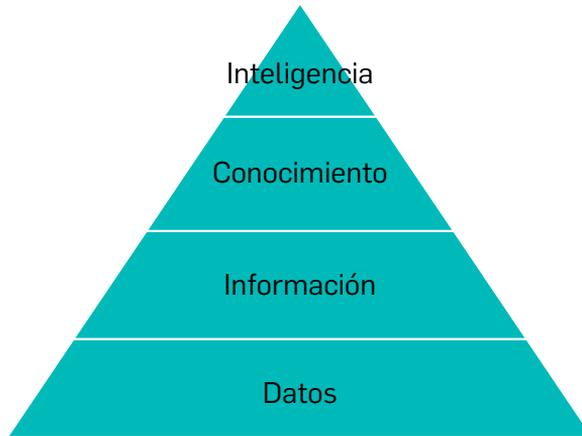
Gestión del conocimiento

El desarrollo de la gestión del conocimiento básicamente comienza cuando los primitivos se dan cuenta de que es muy probable que las experiencias vividas se empezaran a olvidar por sus predecesores, es decir que al olvidar se daba un estancamiento en el desarrollo, es por eso por lo que dan un segundo paso y ese paso fue dirigido hacia la escritura en donde empezaron a construir textos y, por ende, a dar paso a la sabiduría.

La escritura a través del tiempo ha venido evolucionando y permitiendo concebirla de una mejor manera, trayendo así un gran elemento para evitar que el conocimiento se pierda y así sobre el desarrollo ya realizado se hagan posibles mejoras, por otra parte, Pérez y Couting (2005) señala que existen diferentes etapas en el proceso humano en donde se pueden diferenciar factores asociados con el conocimiento.

Además, presenta esta pirámide llamada la pirámide del conocimiento, en donde se evalúan diferentes etapas que se viven para catalogar que un individuo realmente posee esta gran herramienta intangible.

Figura 1. Pirámide del conocimiento



Fuente: elaboración propia.

La pirámide del conocimiento puede verse como el escalonamiento en cuanto a la rigurosidad en el manejo de fuentes de conocimiento para ser aplicado, la base más simple es una tarea que ya hoy en día se hace mediante un ordenador que facilite el manejo de datos sin nosotros tener que hacer algún tipo de esfuerzo, por otra parte un ordenador no es capaz aun de procesarlo pues según Pérez y Couting (2005) el conocimiento es identificar, estructurar y sobre todo utilizar la información para obtener un resultado. Requiere aplicar la intuición y la sabiduría, propios de la persona, a la información, lo que hace que sea necesario depender de primera instancia de la experiencia sobre el reto a enfrentar para aplicar el conocimiento.

Además, Según Nonaka y Takeuchi (1995) existen dos tipos de conocimiento.

Tipos de conocimiento

Conocimiento tácito: este tipo de conocimiento es el que no está registrado por ningún medio, es producto de la experiencia, la sabiduría, la creatividad, y resulta difícil expresar o formalizar. Es entonces aquel conocimiento que la persona tiene incorporado sin tenerlo permanentemente accesible a la conciencia, pero del cual el individuo hace uso cuando las circunstancias lo requieren y que es utilizado como instrumento para manipular el fenómeno que se está analizando, y que solo es posible transmitir y recibir consultando directa y específicamente al poseedor de estos conocimientos.

El conocimiento explícito: se puede expresar mediante palabras y números, y es fácil de transmitir. Es un conocimiento formal que puede plasmarse en los documentos de una organización, tales como informes, patentes, manuales, imágenes, esquemas, software, productos o diagramas organizativos. El conocimiento explícito define la identidad, las competencias y los activos intelectuales de una organización con abstracción de sus empleados.

Por otra parte, Núñez-Paula (2003), señala un modelo llamado “AMIGA” que es un modelo funcional y flexible para introducir gradualmente la Gestión del Aprendizaje en la Organización y garantizar el desarrollo del Capital Intelectual, y el mejoramiento continuo (innovación tecnológica). Se compone de un Sistema Conceptual, una Guía Metodológica para desarrollar sus procesos, y una serie de Anexos que constituyen herramientas para facilitar su aplicación; lo que permite que las organizaciones puedan encaminarse hacia la ruta del conocimiento permitiendo a sus colaboradores desarrollarse para ayudar a desarrollar la organización.

Además, Gates (1999) (citado por Cuesta, 2010) indicó que. “La gestión del conocimiento encuentra en cualquier empresa cuatro áreas de especial utilidad: la programación, el servicio al cliente, la formación interna y la colaboración en los proyectos (p. 22)”. Lo que quiere decir que una organización depende del 100% del conocimiento y es ahí en donde hacer una buena gestión del conocimiento ayudar a fortalecer su nivel competitivo.

Ríos (2005) dice que “el conocer es un proceso a través del cual un individuo se hace consciente de su realidad y en este se presentan un conjunto de representaciones sobre las cuales no existe duda de su veracidad. Además, el conocimiento puede ser entendido de diversas formas: como una contemplación porque conocer es ver; como una asimilación porque es nutrirse y como una creación porque conocer es engendrar” (p. 67). Demuestra una vez más como los autores anteriores las importancias de la experiencia.

En este sentido, autores como Venzin y Roos (1998) apuntan una serie de razones que destacan la importancia de este activo y las implicaciones que tiene su naturaleza y gestión para las organizaciones. Dichos autores señalan, entre otras, las siguientes razones:

1. El conocimiento implica una distribución de recursos heterogénea y sostenible, lo que se deriva de su naturaleza compleja e idiosincrásica. Así, el desarrollo de una estrategia basada en el conocimiento valioso de la organización es probable que permita una ventaja competitiva sostenible.
2. El conocimiento cambia la naturaleza de las decisiones de inversión en recursos. Una empresa debe ser capaz de identificar el conocimiento actual dentro y fuera de la empresa y decidir sobre proyectos de desarrollo de conocimiento.
3. El conocimiento cambia la naturaleza del trabajo y de la propiedad y esto hace que se desarrollen nuevas relaciones laborales. Así, por ejemplo, las empresas atraen las personas que puedan ofrecer interesantes proyectos de desarrollo de conocimiento.
4. El conocimiento enfatiza el contexto social haciendo necesario compartir experiencias y conocimientos con otros trabajadores.

También, Nonaka y Takeuchi (1995) definen la gestión del conocimiento diciendo que “es un proceso humano dinámico de justificación de la creencia personal en busca de la verdad. Esta concepción destaca la naturaleza activa y subjetiva del conocimiento, representada en términos de compromiso y creencias enraizadas en los valores individuales” (p. 324), haciendo referencia a las experiencias que se compone de toda su trayectoria por la vida, es ahí donde se genera el conocimiento.

Resultados y discusión

La gestión humana es uno de los factores empresariales que se ha abordado de una manera cada vez más detallada, con el fin de lograr los objetivos organizacionales; se logra mediante el potencial que el recurso humano posee, es decir, que para las empresas es indispensable contar con personal altamente capacitado que tenga habilidades necesarias para desarrollarse en la organización y contribuir con la orientación de las actividades que se desempeñan, para ir hacia el objetivo general de la empresa, pues la gestión humana es la mayor responsable de la excelencia de organizaciones exitosas y del aporte de capital intelectual en plena era de la información, destacando que todas las prácticas que se desarrollen en sus diferentes procesos en la gestión humana deben garantizar que la organización sea competitiva por el potencial humano que posee.

Las organizaciones en la actualidad deben contar con personas idóneas, algunas de sus características generales serán la capacidad de afrontar nuevos retos, la habilidad de adaptarse al medio y su creatividad para hacer innovación, ya sea en cualquiera de las cuatro maneras de innovar (en el producto, en la organización, en el mercado o en los procesos). Es ahí donde se asumen los procesos de desarrollo económico con mayor importancia, pues una empresa que se ocupa que la innovación es porque piensa en su ubicación en el mercado global y sabe que debe competir de manera estratégica para acaparar el mercado.

Es importante resaltar la estrecha relación que existe entre la gestión humana y la innovación, ya que son dos factores que tienen en su poder el desarrollo de una organización para hacerla sostenible y competitiva, es por eso por lo que cuando se hable de innovación deberá hablarse también de la gestión humana en cuanto a las diferentes prácticas que abordan las estrategias competitivas y de desarrollo innovador, es decir qué están haciendo las empresas para incentivar la innovación.

Referencias

- Auletta, Nunzia y Ojeda, Edwin (2014). Desafíos de la innovación empresarial en América Latina. Volumen XIX; Debates IESA: abril – junio 2014
- Corporación Ruta N Medellín. (2014). Qué es Innovación y cuál es su Impacto Socio-Económico. Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín (Plan CT+i). Área de Políticas Públicas en Ciencia, Tecnología e Innovación CT+i. v (10).
- Cuesta, Armando (2010). Gestión del talento humano y del conocimiento. 2 ed. ECOE ediciones.
- Dolan, S. L., & Raich, M. (2010). La gestión de las personas y los recursos humanos en el siglo XXI: cambio de paradigmas, roles emergentes, amenazas y oportunidades. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 35–52.
- Drucker, P. (1994) La innovación y el empresario innovador: La práctica y los principios. Barcelona: Editorial Hermes.
- González, F. G. (2012). Conceptos Sobre Innovación. Plan Estratégico 2013–2020,1–57.https://doi.org/http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- González, S. (2011). La innovación como fuente de desarrollo. Publicación: Página oficial del Ministerio De Tecnologías de La Información y Comunicación de Colombia; http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-6308_recurso_1.pdf.
- Habana, 6-10 de diciembre de 2004. 28p
- Habana, 6-10 de diciembre de 2004. 28p
- Jaramillo, O. L. (2005). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. *Pensamiento y Gestión*, (18),103–137.
- Manual de Oslo de la OCDE (2005). Innovation definitions and fundamentals. World Bank Group; The innovation Policy Platform.
- Martínez, A. y Ríos, F. (2006). Los Conceptos de Conocimiento, Epistemología y Paradigma, como Base Diferencial en la Orientación Metodológica del Trabajo de Grado- Cinta Moebio 25: pp.111–121
- Nonaka y Takeuchi (1995). La organización creadora de conocimiento, Oxford University Press, New York.
- Núñez-Paula, Israel A. (2003). AMIGA. v. 3.0. De la Auditoría de Información al Aprendizaje Organizacional. En: Memorias del IV Taller Internacional sobre Inteligencia Empresarial y Gestión del Conocimiento en la Empresa, INTEMPRES 2003. En CD, formato html, 299 Mb.

- Consultoría BIOMUNDI. IDICT. La Habana, 1618 de octubre del 2003. Disponible en: <http://www.intempres.pco.cu/Intempres20002004/Intempres2003/Ponencias/Israel%20Auditoria.pdf>
- Núñez-Paula, Israel A. (2007). Gestión humana a o de personas en la construcción de las sociedades del conocimiento. *ACIMED*, 16(3)
- Núñez Paula, Israel A.; Yiny Núñez Govín. Bases Conceptuales del Software para Gestión del Conocimiento. En: *Memorias del*
- Núñez Paula, Israel A.; Yiny Núñez Govín. Bases Conceptuales del Software para Gestión del Conocimiento. En: *Memorias del*
- Pérez Rodríguez, Y. y Coutín Domínguez, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Acimed*, 13(6). Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_6_05/aci04605.htm.
- Spiezia, Vincenzo (2011). Are ICT Users More Innovative an Analysis of ICT-Enabled Innovation in OECD Firms. *OECD Journal: Economic Studies*, 2011(1).
http://dx.doi.org/10.1787/eco_studies-2011-5kg2d2hkn6vg
- Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiosos de La Información y la Comunicación. ICOM, 2004. Ciudad de La
- V Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiosos de La Información y la Comunicación. ICOM, 2004. Ciudad de La
- Venzin, M., von Krogh, G. y Roos, J. (1998). Future research into knowledge management. In G. von KroghJ. Roos & D. Kleine (Eds.), *Knowing in firms: Understanding, managing and measuring knowledge* (pp. 26-66). London: SAGE Publications Ltd doi: 10.4135/9781446280256.n3
- Zucchetti, Felipe (2017). Innovación – 35. *Revista: Aptitus*; Artículo de Capital Humano e Innovación; Marzo; Lima, Perú.

Innovación de las PYMES industriales del municipio de Montería a partir de su desarrollo organizacional

Patricia Milena Cassab Martínez¹

Luis Miguel de la Espriella²

Nicolás Ganem Espinosa³

Daniel Porto Gómez⁴

Iván Sepúlveda Calderín⁵

Resumen

Esta investigación se realizó con el propósito de identificar la innovación de las PYMES industriales de Montería por medio del diagnóstico de su desarrollo organizacional durante el período 2012 – 2017, con el fin de caracterizar las capacidades necesarias de innovación. Para cumplir con este propósito se partió de la investigación de aspectos como la visión de liderazgo, la cultura organizacional, la misión y estrategia, y el desempeño individual y organizacional; estos aspectos permitieron dar a conocer el compromiso de las PYMES industriales en Montería para llevar a cabo innovaciones en cuanto a sus productos, procesos,

- 1 Administradora de Empresas, especialista en Gerencia de Servicios Sociales, magíster en Innovación para el Desarrollo Empresarial. Docente de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Montería. Miembro del grupo de investigación Estudios Económicos y Administrativos para el Desarrollo Regional – ESDER. Correo electrónico: patricia.cassab@upb.edu.co
- 2 Estudiante de VII semestre de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Montería, miembro del semillero de investigación Huellas Administrativas – HUAD. Correo electrónico: luis.lae@upb.edu.co
- 3 Estudiante de VII semestre de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería, miembro del semillero de investigación Huellas Administrativas – HUAD. Correo electrónico: nicolas.ganeme@upb.edu.co
- 4 Estudiante de VII semestre de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Montería, miembro del Semillero de Investigación Huellas Administrativas – HUAD. Correo electrónico: daniel.portog@upb.edu.co
- 5 Estudiante de VII semestre de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Montería, miembro del semillero de investigación Huellas Administrativas – HUAD. Correo electrónico: ivan.sepulvedac@upb.edu.co

mercadotecnia y prácticas que conducirán a establecer las capacidades requeridas para innovar. La metodología tuvo un enfoque mixto, donde se analizaron variables cualitativas y cuantitativas, la población fue de 30 PYMES industriales registradas en la Cámara de Comercio de Montería a 2017; la herramienta de investigación utilizada fue una encuesta con 25 preguntas cerradas que permitieron recopilar información para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación. Los resultados muestran que el 92.9% de las PYMES industriales de Montería cuenta con una misión y visión definida, el 42.9% presenta un liderazgo autocrático, el 57.1% maneja una cultura de confianza, el 71.4% aplica estrategias solo para nuevos productos; estas características les ha permitido llevar a cabo innovaciones incrementales en un 92.9% de las empresas estudiadas.

Palabras clave: innovación, empresas, transformación, desarrollo organizacional.

Introducción

A partir de la crisis económica mundial que se vivió en el año 2009, la cual trajo consigo despidos masivos, cierre de empresas y caídas en la actividad económica de diferentes países, las empresas innovadoras buscan siempre nuevas estrategias para sobrevivir ante la falta de mercado dispuesto a demandar sus bienes y servicios (Álvarez, A., 2015).

Con el objeto de mejorar las condiciones económicas y sociales en Montería, el Gobierno Municipal establece en el plan de desarrollo 2016–2019, la estrategia de desarrollo productivo para la equidad, la educación y la competitividad, mostrando con esto que directa o indirectamente su apoyo contribuye al avance de las empresas monterianas y al mejoramiento de toda la población; hasta el momento la contribución en obras físicas han sido las siguientes: remodelación y ampliación del Aeropuerto de Montería, mejoras en el sistema estratégico de transporte público de Montería, obras de infraestructura asociadas a la rehabilitación de corredores y andenes, intercambiadores viales, puentes vehiculares, peatonales y paraderos, entre otros proyectos como “Montería Ciudad Inteligente” que busca promover el desarrollo

sostenible, la innovación y la integración de servicios (Alcaldía de Montería, 2016).

De esta manera el Gobierno de Montería ha hecho importantes avances que han permitido a algunos empresarios contar con herramientas que les ayuden a fortalecerse en el mercado. Sin embargo, estos avances no son suficientes y se requieren cambios sustanciales en las empresas que les permitan innovar de forma incremental, semirradical o radical (Dávila, Epstein y Shelton, 2005).

La innovación organizacional se da teniendo en cuenta la visión de la alta gerencia, el compromiso de cada uno de los trabajadores, la aplicación de estrategias para innovar en los productos, en los procesos, en la organización y en la mercadotecnia.

Es así como la innovación se trabaja desde el liderazgo, la capacitación y el manejo de la cultura organizacional, para que su personal trabaje con compromiso en productos o servicios, procesos, formas de organizar y mercadear de manera que los resultados sean los esperados y vayan de acuerdo con los objetivos organizacionales.

A fin de identificar la innovación de las PYMES industriales del municipio de Montería, esta investigación busca caracterizar las necesidades de innovación por medio del diagnóstico de su desarrollo organizacional durante el período 2012-2017.

Objetivos

Objetivo general

Identificar la innovación de las PYMES industriales de Montería por medio del diagnóstico de su desarrollo organizacional durante el período 2012-2017 con el fin de caracterizar las capacidades necesarias de innovación.

Objetivos específicos

1. Identificar la innovación que desarrollan las PYMES industriales de Montería a través de la matriz de innovación.
2. Realizar el diagnóstico del desarrollo organizacional de las PYMES del sector industrial de Montería en el período 2012-2017 que inciden en su innovación.
3. Caracterizar las capacidades necesarias por las PYMES industriales de Montería para innovar.

Marco referencial

El cambio constante de los factores del macro y microentorno obliga a las empresas competitivas a cambiar continuamente para no quedarse atrás en innovación o en su desarrollo organizacional por factores sociales, económicos, tecnológicos, gubernamentales, por factores internos o por el desconocimiento de los gustos y preferencias de los clientes. Es por esto por lo que para esta investigación se relacionan teorías referentes a los tipos de innovación, al desarrollo organizacional y a las estrategias de cambio y transformación organizacional que servirán de apoyo para identificar la innovación de las PYMES industriales de Montería por medio del diagnóstico de su desarrollo organizacional en el período de 2012 al 2017 con el fin de caracterizar las capacidades necesarias de innovación.

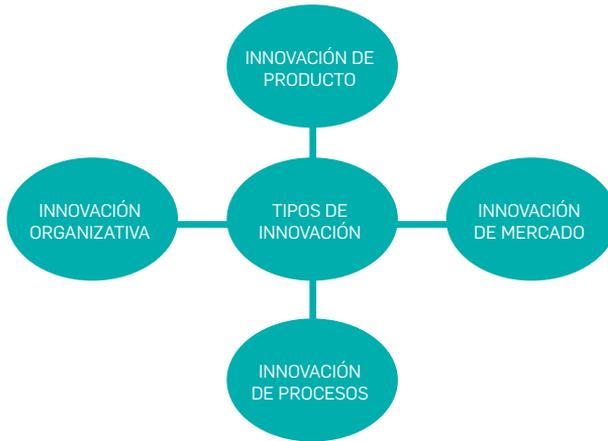
La innovación en las pequeñas y medianas empresas

Las pequeñas y medianas empresas tienen dificultades al momento de innovar, debido a los altos costos que pueden traer y en ocasiones no cuentan con recursos propios para la financiación, es por esto por lo que buscan innovación a través de interacciones con otras empresas para lograr ayuda mutua en el conocimiento y en actividades de comercialización (Manual de Oslo, 2005).

Tipos de innovación

Los tipos de innovación expuestos en el Manual de Oslo (2005), se dividen en cuatro: la innovación de producto, dada cuando se realiza una mejora significativa en un producto o con la introducción de un bien o servicio totalmente nuevo; la innovación de proceso, se refiere a la mejora de procesos ya existentes, la creación de procesos o técnicas que conlleven menores tiempos y costos para las empresas, teniendo en cuenta en todo momento la calidad del producto; la innovación de mercadotecnia, se refiere a nuevas formas de comercializar o generar estrategias, ya sea en el diseño del producto o en la promoción del mismo con el fin de llegar a nuevos mercados o tratar de satisfacer a los consumidores en un mayor grado; y la innovación de organización, se da cuando se introducen métodos organizativos con el fin de buscar mayor productividad por parte de los empleados y mejorar la satisfacción de estos, (figura 1).

Figura 1. Tipos de Innovación.



Fuente: elaboración propia adaptado del Manual de Oslo (2005).

Por otro lado, Dávila, Epstein y Shelton (2005), explican tres tipos de innovación: incremental, semirradical, radical. La innovación incremental conduce a pequeñas mejoras en productos existentes y

procesos empresariales, es la forma más prevalente de la innovación en la mayoría de las empresas; la innovación semirradical proporciona cambios cruciales para el entorno competitivo que una innovación incremental no puede, la innovación semirradical implica un cambio sustancial, ya sea al modelo de negocio o la tecnología de una organización, pero no a ambos; la innovación radical es un cambio significativo que afecta simultáneamente tanto el modelo de negocio y la tecnología de una empresa, las innovaciones radicales suelen traer cambios fundamentales al entorno competitivo en una industria (figura 2).

Figura 2. Matriz de Innovación

Technology	New	<i>Semi-Radical</i>	<i>Radical</i>
	Near to the Existing	<i>Incremental</i>	<i>Semi-Radical</i>
		Near to the Existing	New
		Business Model	

Fuente: Dávila, Epstein y Shelton (2005).

Desarrollo organizacional

El desarrollo organizacional ha evolucionado claramente durante los últimos años, demostrando ser una disciplina basada en el cambio organizacional. Al igual que toda disciplina, tiene fundamentos teóricos que sirven de modelo para lograr cambios definitivos en una organización que le permiten adaptarse y sobrevivir en el entorno actual (Garzón, M. 2005).

El desarrollo organizacional es un esfuerzo a largo plazo, guiado y apoyado por la alta gerencia para mejorar la visión, la delegación de

autoridad, el aprendizaje a los procesos de resolución de problemas de una organización, mediante una administración constante y de colaboración con la cultura de la organización con un énfasis especial en la cultura de los equipos de trabajos naturales y en otras configuraciones de equipos, utilizando el papel del consultor-facilitador y la teoría y la tecnología de las ciencias de la conducta aplicada, incluyendo la investigación acción (French, 1996).

Se habla del desarrollo organizacional como estrategia gerencial, que debe ser apoyada por la cúpula de la empresa, pues sin el concurso o compromiso de estos es muy probable que el programa fracase. Así mismo, apunta al cambio y a la necesidad de contar con personas que faciliten el mismo, pues representa un mejoramiento continuo dentro de la organización que, a su vez, va detectando necesidades que deben ser trabajadas implementando constantemente nuevas estrategias (Garzón, M. 2005).

La anterior definición toca implícitamente otros aspectos que también deben ser mejorados por la organización como: la visión de liderazgo, la capacitación, la negociación, el manejo de la cultura organizacional, con todos sus elementos; siendo este último aspecto uno de los más importantes pues el fundamento de toda organización es la cultura y gerenciarla es muy delicado, puesto que representa la estructura misma de la empresa.

Guízar, R. (2013), expone el modelo de desarrollo organizacional de Warner Burke y George Litwin, el cual enfoca el desarrollo organizacional desde seis dimensiones: el liderazgo, el ambiente externo de la empresa, el desempeño individual, la misión y la estrategia de la empresa, la cultura de la organización y el desempeño de la organización con el fin de provocar una “transformación organizacional”. Este modelo proporciona un enlace para la evaluación de la institución de manera amplia entre el contexto, el ambiente externo y el proceso de cambio dentro de una organización, así como se ve en la figura 3.

Figura 3. Modelo de Burke y Litwin



Fuente: elaboración propia adaptada del Modelo de Burke y Litwin. (Guízar, 2013).

Chiavenato (2004) menciona que el punto principal del desarrollo organizacional está en cambiar a las personas y la naturaleza y la calidad de sus relaciones de trabajo. Su énfasis está en el cambio de la cultura de la organización. En principio el desarrollo organizacional es un cambio organizacional planeado. En su libro *Introducción a la Teoría General de la Administración*, el autor menciona que el desarrollo organizacional es un proceso de ocho etapas que puede resumirse en tres:

- **Recolección de datos** (decisión de utilizar el DO), diagnóstico inicial, colecta de datos, retroalimentación de datos y confrontación.
- **Diagnóstico organizacional:** (identificación de los problemas, conflictos y puntos débiles de la organización, planeación de acción y de solución de problemas.
- **Acción de intervención:** desarrollo de equipos, desarrollo intergrupal, evaluación y acompañamiento.

El fenómeno del cambio y transformación

Chiavenato (2010) reflexiona sobre la manera en que las transformaciones organizacionales y culturales pueden impulsar el éxito empresarial, analizando todos los elementos que constantemente están modificando el ambiente organizacional de las empresas y muestra los factores de éxito en el cual las empresas deben repercutir.

Para Achilles de Faria (1983) el “cambio” puede definirse como la modificación de un estado, condición o situación, es una transformación de características, una alteración de dimensiones o aspectos más o menos significativos. El siglo xx se presenta con cambios radicales y con un ritmo sin precedentes en la historia de la humanidad.

Así mismo expresa la capacidad de percibir y entender los cambios y sus reflejos sobre el hombre y la institución, de adaptarse a las exigencias de los hechos nuevos y si fuera posible anticiparse ante la llegada de los cambios y a los nuevos hechos para a ser una condición vital. Además, el proceso de cambios internos es una característica de los organismos vivos, cuando cesan los cambios en el organismo, este muere, ya que vida es sinónimo de cambio, la propia muerte es cambio, es trascendencia de un estado a otro, pues “en la naturaleza nada se crea, nada se pierde, todo se transforma” según la frase de Lavosier.

Sandoval (2014) menciona que, ante las presiones del entorno competitivo, vale la pena preguntarse ¿por qué una organización debe enfrentar transformaciones tanto superficiales como profundas?

Al entender el cambio organizacional como una necesidad impuesta por las circunstancias competitivas del entorno, es posible comprender que la capacidad de transformación y adaptación competitiva puede convertirse en uno de los impulsores (*drivers*) más importantes o uno de los obstáculos más grandes para la generación de valor; hay dos causas principales para realizar cambio en las empresas: causas externas y causas internas; las causas externas para el cambio son las tendencias de los mercados, nuevos consumidores con nuevas necesidades, innovaciones tecnológicas, nuevos competidores, la evolución de la sociedad con nuevos estilos de vida y nuevas formas de pensar, la globalización y localización de los mercados, las presiones por la ecosostenibilidad, el desarrollo de los sistemas de comunicación e información y muchos elementos que indudablemente demandan un nuevo estilo de dirección en las empresas. Las causas internas pueden estar ligadas al desarrollo mismo de la organización, las nuevas visiones de futuro de la dirección, los cambios que se generen en la estructura o los procesos, nuevas estrategias competitivas u otras circunstancias como fusiones o alianzas.

Metodología

Se aplicó la metodología con un enfoque mixto, analizando variables cualitativas y cuantitativas; la población total fue de 30 PYMES industriales inscritas en la Cámara de Comercio de Montería al año 2017, las cuales registraron como actividad principal la fabricación, elaboración y procesamiento de productos; se recopiló la información de 15 empresas de la población objetivo debido a la dificultad en la obtención de información por parte de algunos empresarios ya que no brindan información al público en general. Las fuentes de recolección de información fueron la primaria y la secundaria; la primaria con una encuesta de 25 preguntas cerradas con opción múltiple dirigida a los gerentes de las empresas y la secundaria se obtuvo por medio de libros, bases de datos, artículos y otras investigaciones similares. Para analizar los resultados de la investigación en cuanto al diagnóstico del desarrollo organizacional se empleó el modelo de Burke y Litwin (Guízar, R. 2013) y para interpretar la innovación de las PYMES se utilizó el modelo propuesto por Dávila, Epstein y Shelton (2005).

Resultados

Los resultados muestran el diagnóstico del desarrollo organizacional de las PYMES industriales de Montería de acuerdo con el modelo Burke y Ludwin (Guízar, R. 2013) y la innovación que aplican según el modelo propuesto por Dávila, Epstein y Shelton (2005). En el diagnóstico del desarrollo organizacional se describen seis dimensiones que dejarán ver los hallazgos encontrados (tabla 1).

Tabla 1. Dimensiones del desarrollo organizacional en las PYMES industriales de Montería.

Dimensiones	Análisis empresas industriales de montería	Estrategias de cambios en los últimos años
Ambiente externo	<p>Amenazas presentadas: Las empresas reconocen que existen empresas competidoras formales y no formales que afectan la comercialización de los productos, así mismo el incremento de los impuestos les deja con poco capital para poder reinvertir en tecnología, materia prima o en otros requerimientos necesarios.</p> <p>Oportunidades: Las empresas industriales reconocen que tienen una alta demanda en el país y en el mundo; de igual forma hay una alta oferta de servicios financieros que apoyan a las empresas en los departamentos y en el país.</p>	<p>El 77.8% de las empresas encuestadas han asumido las amenazas presentadas ofreciendo productos variados, novedosos y de calidad, utilizando tecnología en sus procesos, y una buena infraestructura; el 22.2% restante afronta las amenazas bajo el criterio de tener un buen nombre y de estar posicionadas en el mercado.</p>
Liderazgo	<p>En las empresas industriales se presentan diferentes tipos de liderazgo, el 33.3% manifiesta que maneja un liderazgo carismático ya que los líderes tienen un buen control de los empleados, el 22.2% dijo que maneja un liderazgo igualitario ya que los empleados aportan estrategias para mejorar los diseños de los productos y venta, otro 22.2% menciona que el liderazgo manejado es el autocrático ya que los gerentes dan las instrucciones claras a los trabajadores sin permitir la opinión de los empleados.</p>	<p>Gerentes de las empresas han buscado hacer más partícipes a los empleados de sus decisiones, ya que es importante la opinión de todos los empleados y sobre todo de aquellos que tienen un mayor contacto con los clientes.</p>
Misión y estrategia	<p>A pesar de que las empresas tienen una amplia trayectoria en el mercado ya que van desde los 3 años de constitución hasta los 45 años, se encontró que un 11.1% no cuenta con misión, ni visión definida.</p>	<p>El 50% de las empresas se ha preocupado por actualizar su misión, visión, su identidad corporativa, su infraestructura y sus estrategias de venta.</p>

Dimensiones	Análisis empresas industriales de montería	Estrategias de cambios en los últimos años
La cultura organizacional	La cultura organizacional se identifica en un 33% por tener personal comprometido, responsable y con una cultura de confianza; un 22% se identifica con una cultura centrada donde todos los empleados se enfocan en sus labores cotidianas, un 15% tiene una cultura de liderazgo, otro 15% tiene una cultura diversa donde se permite la opinión de sus empleados de manera espontánea y otro 15% presenta una cultura de disciplina donde sus trabajadores trabajan en función de las labores encomendadas.	Por la exigencia del mercado, las empresas industriales deben cumplir con las necesidades que tienen sus clientes frente a los productos y servicios ofrecidos en cuanto a calidad, buenos precios, puntualidad en la entrega, valor agregado; por esto las empresas procuran mantener una cultura de compromiso, responsabilidad y de confianza, donde los empleados trabajen en función de las tareas asignadas.
Desempeño individual y organizacional	El desempeño individual y organizacional de los empleados de las empresas industriales va de la mano de las directrices impartidas por la gerencia, desde la cabeza de cada empresa se manejan las estrategias para guiar y cumplir con los objetivos planteados. Aquí el 91% de los gerentes motivan a sus empleados por los esfuerzos y trabajos realizados; la motivación va desde incentivos económicos, formación, comisiones, bonificaciones por cumplimiento de tareas, hasta brindarles tiempo libre para sus actividades personales; estas acciones mejoran el desempeño tanto individual como grupal de los empleados en las organizaciones. El 9% expresó no brindarles ningún tipo de motivación a sus empleados.	Para manejar un excelente desempeño tanto individual como organizacional, el 88.9% de las empresas manejan un tipo de comunicación vertical descendente, lo que les permite a los gerentes tener un mayor control de sus empleados, pero dejan de lado las opiniones de ellos que son importantes en el desarrollo de la organización, solo un 11% maneja una comunicación en cadena donde se involucra la participación de los empleados.

Fuente: elaboración propia, teoría tomada de Guízar (2013).

La innovación en las PYMES se da en un 57.1% en su modelo de tecnología, trabajan en el desarrollo de nuevos productos o servicios, mejores procesos tecnológicos y adquieren tecnologías de apoyo, siendo esto una innovación semirradical; el 14.3% innova solo en su modelo de negocios, es decir, invierten en el valor agregado, en la cadena de suministros y en sus clientes objetivos, siendo esto también una innovación semirradical; por otro lado, el 7.1% innova en su modelo de tecnología y en su modelo de negocios siendo esto innovación radical; existe un porcentaje del 21.4% que innova un poco en el modelo de tecnología y un poco en el modelo de negocios, siendo esto considerado como innovación incremental.

Tabla 2. Matriz de innovación PYMES industriales de Montería.

<i>Semi-Radical</i>	<i>Radical</i> 7,1%
<i>Incremental</i> 21,4%	<i>Semi-Radical</i> 71,4%

Fuente: elaboración propia, adaptado de Dávila, Epstein y Shelton (2005).

Conclusiones

Chiavenato (2004) menciona que el punto principal del desarrollo organizacional está en cambiar a las personas y la naturaleza y la calidad de sus relaciones de trabajo.

Los cambios en las empresas van ligados a seis dimensiones según lo que plantea Guizar (2013) en el modelo de Burke y Ludwin: el liderazgo, el ambiente externo de la empresa, el desempeño individual, la misión y la estrategia de la empresa, la cultura de la organización y el desempeño de la organización, lo que provoca una “transformación organizacional”.

Las empresas industriales de Montería son empresas que se encuentran en una etapa de madurez, son empresas que llevan entre 3 y 45 años en el mercado, las cuales tienen un posicionamiento en el mercado siendo reconocidas y valoradas por sus clientes.

Así mismo su estructura organizacional es en un 25% de tres niveles, en otro 25% de cuatro niveles, en otro 25% de cinco niveles, el 12.5% de 2 niveles y el 12.5% de seis niveles.

La comunicación de las empresas es vertical descendente, lo que reafirma la cultura organizacional conservadora (centrada y disciplinada) con un 88.9%, refiriéndose a empresas que no tienen en cuenta la opinión de sus empleados; y lo que también reafirma que el 57% maneja un tipo de liderazgo carismático y autocrático.

Las empresas industriales del municipio de Montería evidencian pocos cambios internos en su organización, lo cual se evidencia en la adopción de reglas y normas de una cultura que, si bien es centrada y disciplinada, esta no acepta la opinión de cada uno de sus miembros ni sorprende creándole valor a las empresas.

En las estrategias de cambio y transformación organizacional que han aplicado las empresas industriales de Montería, el 50% expresa que se ha preocupado por actualizar su misión, visión, su identidad corporativa, su infraestructura y sus estrategias de venta.

Así mismo, el 91% de las empresas se preocupa por motivar a sus empleados por su buen desempeño, en las encuestas se evidenció que solo el 9% no ofrece ningún tipo de motivación.

Referencias

- Achilles de Faria, F, (1983), *Desarrollo organizacional enfoque integral*, Editorial Limusa.
- Chiavenato, I, (2010) *Innovaciones de la administración*, Editorial McGraw-Hill.
- Dávila, T, Epstein, M y Shelton, R, (2005). *Making innovation work*, Editorial Wharton School Publishing.

- Guízar, R. (2013). Desarrollo organizacional. (4a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Página 11. Tomado de <http://www.ebooks7-24.com>
- Hrebiniak, L, (2013). Making Strategy Work: Leading Effective Execution and Change, Pearson FT Press; Edición: 2nd edition.
- Manual de Oslo (2005). OECD/European Communities. (3ª. ed).
- Michael H. Morris, Donald F. Kuratko, (2010). Corporate Entrepreneurship y Innovation. Thomson South-Western. United States of América Littman, J, Kelley, T, (2005). The Ten Faces of Innovation, Currency/Doubleday; 1 edition.
- Osterwalder A., Pigneur Y. (2010) Business Model Generation.
- Yoram, W. y Crook, C. (2005). The Power of Impossible Thinking. Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing.

› Capítulo 4

Gerencia, estrategia y responsabilidad socioambiental

Competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca

Lina Marcela Vargas García¹
María Angélica Hernández Córdoba²

Resumen

Este artículo tiene como propósito analizar la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca. Las evidencias presentadas se basan en la información obtenida a través de un estudio descriptivo, utilizando la entrevista estructurada como herramienta principal de recolección de la información, la cual fue aplicada a cada uno de los gerentes de las PYMES del sector servicios de la muestra escogida. Se caracterizaron los principales factores, internos y externos, que afectan la competitividad de las PYMES, como la falta de componentes diferenciadores en los servicios ofrecidos, la falencia

1 Administradora de Empresas, magíster en Administración, PhD. (c) en Gerencia pública y Política social, Universidad Santiago de Cali, linamvargas@usc.edu.co

2 Estudiante de administración de empresas. Universidad Santiago de Cali, mahernandezcordoba@gmail.com

de innovación y la existencia de diversos impuestos que dejan pocas utilidades para invertir en las empresas, entre otras.

Palabras clave: competitividad, ventaja competitiva, PYMES, sector servicio, componentes diferenciadores.

Introducción

En Colombia las PYMES constituyen la principal fuente de generación de empleo y son parte fundamental del sistema económico, debido a que estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social al intervenir en la disminución de las situaciones de pobreza, subempleo y desempleo (Calderón, 2015).

Los principales obstáculos de las PYMES para su desarrollo en Colombia, según Sánchez (2007) son: las restricciones al crédito, las dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada, la formalización y absorción de nuevas tecnologías. Además de las limitaciones técnicas y competitivas que imponen las escalas de producción, la deficiente infraestructura física, la falta de asociatividad empresarial, la carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico y la dificultad de cimentar la articulación del sector con la gran empresa y con los sistemas de compras estatales (Hernández, Marulanda y López, 2014).

Las principales causas de mortalidad que presentan las PYMES son: falta de un plan de negocios, insuficiencia de capital, inadecuado uso del financiamiento, excesiva carga financiera, falta de capacidad para acceso a nuevos mercados y carencia de habilidades financieras (Navarrete y Sensores, 2011).

Estas causas se presentan por inexperiencia por parte de los propietarios, ya que la mayoría son empíricos en el manejo administrativo y financiero, por falta de conocimiento los lleva a cometer grandes errores los cuales pueden ser endeudamiento, desconocimiento del mercado, altos costos y desventaja frente a la competencia. En consecuencia, esto conlleva al fracaso y se aumenta el índice de mortalidad en las PYMES. En muchas ocasiones los propietarios de estas empresas, son personas

con falta de conocimiento en temas de administración y competitividad empresarial, igualmente con falencias en habilidades para la toma de decisiones, debido a esto, la manera como administran las empresas no es la más adecuada ya que no crean un plan estratégico que cumpla con objetivos necesarios para fortalecer los factores internos y externos de las empresas, para así alcanzar metas reales a través del buen manejo administrativo y empresarial.

Producto de lo anterior, nace la necesidad de analizar la competitividad, en este caso en las PYMES del sector servicios, del municipio de Palmira, y de esta manera contribuir al mejoramiento de algunas problemáticas anteriormente mencionadas, de modo que los empresarios puedan conocer sus falencias en cuanto a competitividad y así fortalecerse en el futuro.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca.

Objetivos específicos

1. Identificar los factores que afectan la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca.
2. Elaborar recomendaciones para fortalecer la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca.

Marco referencial

Competitividad

La escuela tradicional, que considera a los países como unidad de análisis, mide y define la competitividad cuantitativamente a través de su rendimiento comercial, balanza de pagos, comportamientos de

la tasa de cambio, entre otras medidas; y cualitativamente, a través de la actividad científica y tecnológica del país o los resultados de las instituciones de investigación y desarrollo. En el nivel microeconómico, son los sectores, empresas y productos en los que se evalúa la competitividad. Este nivel de análisis es evaluado por lo que se podría llamar la aproximación moderna de la competitividad. Algunas de las formas de medir y definir la competitividad en este nivel se basan cuantitativamente en la participación del mercado, indicadores de productividad o costo, márgenes de ganancia o beneficios netos. Al igual que en el nivel macro, existen mediciones y definiciones de tipo cualitativo como la investigación y desarrollo además de las estrategias gerenciales (Castaño y Gutiérrez, 2011 p. 25).

Hernández (2000) se refiere a la competitividad, como el estadio compartido con las mejoras continuas, por el cual deben transitar las empresas en su camino hacia el éxito, en leal y solidaria competencia con otras de su tipo, sobre la base de ofertar productos o servicios de elevada calidad, con precios atractivos y plazos de entrega oportunos y confiables, que le permitan de manera creciente ganar la confianza de sus clientes, tanto nacionales como extranjeros, garantía para lograr ventajas competitivas de sus productos o servicios en otros mercados.

Ventaja competitiva

Según Michael Porter (1991) las bases de lo que sería una teoría de la competitividad, enuncia:

La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional (Castaño y Gutiérrez, 2011, p. 24).

El Centro de Estudios de Competitividad de México (Abdel y Romo, 2005) establece que la competitividad de la empresa se deriva de la ventaja competitiva que ella tiene en sus métodos de producción y de organización, en relación con los de sus rivales en un mercado específico. Al referirse a los factores subyacentes de la competitividad de la empresa, el Centro señala los siguientes: a) investigación y desarrollo; b) calificación de los trabajadores; c) cooperación con otras empresas; y d) sistemas de manufactura y producción.

En este sentido la ventaja competitiva es un factor que toda empresa debe poseer ante las demás para sobresalir y obtener una mejor posición competitiva en el sector que se desenvuelve, siempre y cuando cumplan con los cuatro pilares regidos por el centro de estudios de competitividad de México.

Drucker (1998) afirma que “el conocimiento es el componente clave en la ventaja competitiva de cualquier empresa porque, como activo, tiene propiedades como las de multiplicarse cuando se comparte, ser la fuente de la dinámica de los demás recursos (por ejemplo, los recursos materiales no se dinamizan si no es con el uso del conocimiento) y ser un recurso con posibilidades de incremento infinitas” (citado por Bernal, Fracica y Frost, 2012, p. 306).

Competitividad empresarial

El trabajo de investigación se centra en la competitividad empresarial. Aquí se presentan algunas definiciones desde diferentes miradas:

Alic (1987) la define como “la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”. Por su parte, Urrutia (1994) afirma que “es la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales” (p. 23); y Reinel (2005) expone que “la competitividad de la empresa es el performance valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores” (Cabrera, López y Ramírez, 2011). Las empresas para ser competitivas deben de seguir ciertos elementos que favorezcan su desarrollo y sostenimiento a través del tiempo, para la OECD (1992), los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa son: a) la exitosa administración de los flujos de producción

y de inventarios de materia prima y componentes; b) la integración exitosa de planeación de mercado, actividades de I+D, diseño, ingeniería y manufactura; c) la capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas; d) la capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados; e) la capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor.

Sector servicios

Cabe resaltar que los servicios son bienes intangibles que son suministrados a la población para satisfacer las necesidades de las personas. Según el Gobierno Nacional, los servicios han tenido un desarrollo relevante en el país y el mundo. En Colombia, actualmente representan el 61% del PIB y el 65% del empleo que se genera en la nación. Lograr una mayor competitividad de los servicios es una pieza fundamental para escalar en las cadenas globales de valor de cualquier proceso productivo, según lo afirmó el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados en una reunión con empresarios nacionales.

Dado lo anterior se puede observar que este sector aporte más de la mitad al PIB y al desarrollo de empleo en Colombia, por lo tanto, es de mucha importancia invertir en competitividad para tener una mejor posición en el orden mundial.

Metodología

Para realizar el análisis de la competitividad de las PYMES fue necesario determinar los factores que afectan la competitividad de las PYMES del sector servicio en la ciudad de Palmira, por lo cual se planteó una investigación de tipo exploratorio y descriptiva, que utilizó los métodos de observación y deductivo.

La población estuvo constituida por las PYMES del sector servicios, legalmente constituidas en la ciudad de Palmira y consideradas dentro de la de sección del sector servicios de la clasificación de la Cámara de Comercio de Palmira en el año 2016. Existen 215 PYMES del sector

servicios registradas en esta entidad, 185 de ellas son pequeñas y 30 son medianas empresas. A esta población se le aplicó un muestreo no probabilístico por cuotas y se tomaron los siguientes criterios de selección:

- PYMES de servicios
- Ingresos hasta 15.000 SMLV
- Tiempo de laborar en el mercado superior a 3 años
- Sociedad por acciones simplificada

La Cámara de Comercio del municipio de Palmira brindó información de 50 empresas que cumplían con los criterios seleccionados, de acuerdo con este dato, se tomó una muestra de 48 empresas, que corresponde al 96% del total, que estuvieron dispuestas a participar en el estudio. Se hizo uso de información secundaria contenida en libros, publicaciones periódicas y otro tipo de textos, elaborados por autores que han trabajado en temáticas similares a la planteada en este estudio. La recopilación de la información primaria se hizo a través del uso de técnicas de observación no participante y entrevistas, para lo cual se diseñaron dos instrumentos de recolección.

Resultados

De acuerdo con las preguntas realizadas en la entrevista, el 85% de la PYMES adquieren préstamos bancarios ya que por su experiencia crediticia se les facilita la aprobación de esto; el 15% restante financia su empresa con recursos propios debido a que no llevan un periodo determinado en el mercado y los bancos no facilitan los créditos. Algunas ventajas de manejar los préstamos bancarios son poder invertir en una mayor infraestructura (maquinaria, materia prima, personal), logrando así una mayor oferta y demanda frente a cualquier tipo de mercado, además permite generar una mayor proyección y emprender con más seguridad, sirviendo como impulso para los pequeños y medianos emprendedores que gracias a estos créditos bancarios encuentran una gran oportunidad para darse a conocer con sus negocios.

En cuanto a la tecnología moderna el 45% de las empresas no poseen la última versión, debido a que es costosa y la empresa no posee los recursos suficientes para obtenerla, sin embargo, con la que cuentan en el momento les ayuda a cumplir con su actividad económica; el 55% restante de las empresas sabe la importancia de estar actualizado para ser competitivos y es por ello por lo que invierten en este aspecto.

El 100% de las empresas cumplen con las políticas legales y los impuestos, sin embargo, no provisionan de manera efectiva el dinero para pagarlos y se ven obligados a endeudarse para poder cumplir con estos, según los dueños de las empresas los impuestos son muy altos para las PYMES y por esta razón las utilidades obtenidas son muy bajas, lo cual conlleva a no tener mayores inversiones para ser competitivos en el mercado.

En cuanto a capacitación del talento humano, todas las empresas entrevistadas capacitan a sus colaboradores, algunas lo hacen cada mes, otras cada dos, tres o seis meses, dependiendo de la necesidad de la empresa y de los programas definidos por el área de recursos humanos, se debe tener en cuenta que la adquisición de conocimiento de los empleados es un factor importante para la competitividad, pues se traduce en personal altamente calificado disminuyendo errores en los diferentes puestos de trabajo.

En relación con las líneas de acción organizacional, tan solo el 10% de las empresas entrevistadas tienen definido el plan estratégico, donde se evidencia todas las acciones organizacionales que las empresas deben realizar para cumplir y lograr con las metas y los objetivos, el 90% restante no tienen conocimiento de estos aspectos ya que al hacer esta pregunta los dueños o gerentes de las empresas no sabían que responder.

De acuerdo con la competitividad, en el aspecto diferenciador con su competencia, tan solo el 30% de las MIPYMES ofrece algo diferente, lo cual les permite conservar clientes y de la misma manera ir captando nuevos siempre y cuando estas empresas generen un valor agregado hacia ellos, con el fin de ser preferidos a pesar de la alta competencia que existe en el mercado, por el contrario, el otro 70% de las empresas no considera ofrecer algo diferente. En este punto se puede inferir que las empresas son muy conformistas y no se muestran interesadas en crear estrategias de diferenciación que les permita avanzar y permanecer en el mercado.

El 35% de las empresas se considera innovador con sus servicios, mientras que el otro 65% no, los dueños o gerentes de las MIPYMES que se encuentran en este último porcentaje no saben la importancia de este aspecto para ser competitivos, y no tienen claro la relación de innovación con crecimiento rentable, ya que no implementan estrategias que les ayude a obtener más clientes y a fidelizarlos por medio de la satisfacción de necesidades, y de asegurar una posición estratégica en el mercado con el fin de obtener mayores márgenes de utilidad.

En cuanto a los costos, el 20% de las empresas respondió que sí tiene costos más bajos en comparación a la competencia, mientras que el 80% dice tenerlos estandarizados, es decir, iguales a la competencia, se debe tener en cuenta que al tener un costo más bajo se puede ofrecer mejores precios y esto permite ser competitivos en el mercado, siempre y cuando la empresa, a pesar de sus precios bajos, ofrezca servicios de calidad.

Factores que afectan a las PYMES prestadoras de servicios en el municipio de Palmira

De acuerdo con las entrevistas realizadas se puede evidenciar y clasificar los factores más relevantes que influyen en la competitividad de las PYMES del sector servicios, en la ciudad de Palmira, en la siguiente tabla.

Tabla 1. Factores internos que afectan la competitividad.

Factores que afectan la competitividad de las MIPYMES del sector servicio en Palmira
No poseen la última tecnología para realizar la actividad económica debido a que las utilidades no permiten invertir en ella
No cuentan con componentes diferenciadores
No innovan
Sus costos son iguales a los de la competencia, por ende, no pueden ofrecer precios más bajos
No tienen definido el plan estratégico
Existen diversos impuestos dejando pocas utilidades para invertir en la empresa

Fuente: elaboración propia.

El entorno económico actual se caracteriza por un acusado ritmo de progreso técnico, cuyos aspectos como la innovación, las nuevas tecnologías junto a la capacitación del recurso humano, se constituyen en factores determinantes para la competitividad, y más allá, para el crecimiento económico. Según Peñalosa (2007) la competitividad de una empresa puede proceder de diferentes factores como la innovación y la tecnología, constituyéndose en determinantes de la productividad, de la estructura de costos de la empresa, de los precios de los productos y de los salarios de los trabajadores, lo cual impacta positivamente en los niveles de empleo, en el crecimiento económico nacional y en la calidad de vida de la población.

De acuerdo con lo anterior, se establece que la tecnología en la mayoría de las empresas entrevistadas se ha convertido en un factor crítico, debido a que no poseen los recursos suficientes para obtenerla, sin embargo, es de suma importancia para llevar a cabo la actividad económica de manera eficiente permitiendo crecimiento competitivo en el sector.

Los altos impuestos que deben pagar las PYMES para cumplir con las normas legales que exige el país, lo cual no deja gran utilidad para invertir en la empresa, ya sea en infraestructura, tecnología o capital humano.

Una de las causas de mortalidad empresarial, que establecieron Navarrete y Senores (2011), fue la falta de un plan estratégico, ya que este documento presenta los objetivos, estrategias y metas que las empresas quieren lograr en un determinado tiempo, especificando las formas de financiamiento en las cuales se basará para cumplir con los propósitos establecidos. En este sentido, se evidencia que rara vez una pequeña empresa cuenta con un plan estratégico, lo que le impide identificar posibles fuentes de financiamiento. La realización de un plan estratégico permite conocer de manera anticipada los posibles problemas que puedan ocurrir dentro y fuera de la empresa, con él se obtiene una visión más amplia del mercado, permitiendo ser competitivos con los servicios prestados.

Con base en la falta de ventajas competitivas en las PYMES, la mayoría de las empresas entrevistadas no poseen ventaja competitiva ya que

según Drucker (1998) el conocimiento es el componente clave en la ventaja competitiva de cualquier empresa porque, como activo, tiene propiedades como las de multiplicarse cuando se comparte, ser la fuente de la dinámica de los demás recursos (por ejemplo, los recursos materiales no se dinamizan sino es con el uso del conocimiento) y ser un recurso con posibilidades de incremento infinitas (Bernal, Fracica y Frost, 2012, p. 306).

De acuerdo con la definición planteada anteriormente se puede evidenciar que las empresas no poseen conocimientos administrativos claros, ya que no concentran sus esfuerzos en ser competitivos, debido a la falta de organización y estudio de los mismos, de igual forma tampoco cumplen con el mapa de competitividad, en tanto no tienen definidas las oportunidades y amenazas y, por ende, no existe un plan estratégico.

En el diamante de Porter se encuentran diferentes factores como la oferta, la demanda, integración con empresas relacionadas y estrategias empresariales, los cuales permiten conocer qué tan innovadoras son estas en el momento de competir. En las entrevistas se pudo evidenciar que la mayoría de las empresas no cuentan con estrategias empresariales que permitan generar mayor crecimiento en el mercado por medio de la creatividad e innovación.

Discusión y conclusiones

La mayoría de las empresas entrevistadas carecen de factores que las hacen competitivas. Según Reinel (2005) la competitividad de la empresa es el *performance* valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores, con lo cual se puede evidenciar que las empresas no cumplen con esto, ya que menos de la mitad no cuenta con tecnología moderna para mejorar en su actividad económica y los impuestos establecidos no los dejan avanzar económicamente.

Se recomienda a las PYMES entrevistadas estructurar un plan estratégico, en donde consideren principalmente sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para que puedan realizar estrategias

competitivas, fortaleciendo aspectos como la innovación y la tecnología, ya que son factores clave en la generación de ventajas competitivas.

Las PYMES deben tener en cuenta la ventaja competitiva debido a que esta les ayudará a convertirse en empresa líder, potencializando efectivamente sus recursos, manteniendo y atrayendo nuevos clientes por medio de servicios innovadores y únicos en el mercado. La competitividad es la oportunidad que las empresas deben aprovechar para sobresalir ante su competencia, y de la misma manera ir creando un futuro sostenible a través del cumplimiento de metas de servicios, que esta ofrezca con atributos altamente efectivos y diferentes para así obtener mejores utilidades.

Referencias

- Abdel, G. y Romo, M. D. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Revista Comercio Exterior*, 55(3), 200-124
- Bernal, C. A., Fracica, G. y Frost, J. (2012). Análisis de la relación entre la innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial en una muestra de empresas en la ciudad de Bogotá. *Estudios gerenciales*, 28, 303-315.
- Cabrera, A. López, P y Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Calderón Díaz, A. (2015). *Análisis de la competitividad empresarial en las PYMES del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano*. Universidad Nacional de Colombia.
- Castaño, L y Gutiérrez, A. (2011). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO*. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2041/658406C346.pdf?sequence=1>
- Drucker, P. (1998). *La sociedad postcapitalista*. Bogotá: Norma.
- Franco, C., Bautista J., (2009) *Asociatividad empresarial camino a la competitividad*. Recuperado de http://www.aciem.org/bancoconocimiento/M/Mem_AsociatividadEmpresarial_caminoalacompeti/asociatividad%20empresarial%20camino%20a%20la%20competitividad2%20%5BModo%20de%20compatibilidad%5D.pdf.

- Gobierno Nacional. (2013). *MinCIT destaca importancia del sector de servicios como factor de desarrollo*. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=8051>
- Hernández, A., Marulanda, C. y López, M. (2014). Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de PYMES en Colombia. *Información Tecnológica*, 25 (2), 111-122.
- Hernández, P. (2000) *Competitividad y éxito. Algunas tendencias actuales y su repercusión para el sector empresarial*. (CEDE).
- Navarrete, E. y Sensores, E. (2011). El fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas en quintana roo, México: un análisis multivariante. *Revista internacional administración y finanzas*, 4 (3), 21-33.
- OECD (1992). *Competitiveness. First report to the president and the Congress*. Washington D.C.
- Peñalosa, M. (2007). Tecnología e innovación. Factores claves para la competitividad. *Actualidad Contable Faces*, 10 (15), 82-94.
- Porter, M (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Sánchez, J.J., J. Osorio y E. Baena. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES de Colombia. *Scientia et Technica*, Año XIII, 34, 321-324.

La responsabilidad social empresarial: esperanza de voluntad para el desarrollo sostenible

Amalfi Padilla Castilla¹
Eliécer Mayorca Capataz²
Dolly Yamile Mayorca Beltrán³

Resumen

Este texto se fundamenta en una revisión del concepto de la responsabilidad social empresarial, el cual ha ido evolucionando desde mediados de la mitad del siglo xx, hasta tomar una importancia para todas las empresas y organizaciones, constituyéndose en uno de los principales y estratégicos aspectos que deben considerar los directivos, pensando en organizaciones que le apunten al desarrollo sostenible desde el punto de vista productivo y en su gestión organizacional, para hacer de estas empresas más competitivas y coherentes entre lo que promulgan y ejecutan en todos sus procesos. Además de la creciente importancia que le dan los diversos grupos de interés, y sobre todo los clientes, que abogan por un buen comportamiento que conduzca con responsabilidad al desarrollo sostenible y abriga la esperanza de encontrar el punto de encuentro de ellos para el bienestar de las organizaciones.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible, empresa.

- 1 Trabajadora Social, doctora en Ciencias de la Educación, posdoctorado en políticas públicas, Universidad de Zulia; docente, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Cartagena, Colombia. Correo electrónico: apadillac1@unicartagena.edu.co
- 2 Administrador de Empresas, magíster en Administración, doctor en Ciencias Sociales, mención Gerencia, integrante del grupo de investigación Gestión del conocimiento y calidad educativa, Universidad de Cartagena. Correo electrónico: emayorcac@unicartagena.edu.co
- 3 Administradora Industrial, magíster en Ciencias de la Organización, integrante del grupo de investigación Estudios Económicos y Administrativos para el Desarrollo Regional – esder, Universidad Pontificia Bolivariana seccional Montería; docente programa de Administración de Empresas, Universidad de Cartagena. Correo electrónico: dmayorcab@unicartagena.edu.co

Introducción

En razón a los efectos de trascendencia y de incertidumbre que se experimentan en el ámbito del desarrollo de la sociedad en el mundo, la responsabilidad social empresarial surge como respuesta a las demandas relacionadas con la satisfacción de las necesidades del mercado, en los temas relevantes de abusos, cuidados y daños derivados de las actividades y operaciones de producción, extracción, transformación y comercialización de los productos y servicios, que las organizaciones causan al medio ambiente, a los mandatos de cada sociedad en cabeza de las personas que se vean impactadas por dichas operaciones con medidas apropiadas para contrarrestar los impactos.

Esta situación a partir de la década de los 50 en los Estados Unidos llevó a grupos de activistas religiosos con impacto mediático a la decisión de no apoyar ni invertir en compañías cuyos productos o servicios hicieran peligrar el tejido moral de la sociedad, pues consideraban no ético lucrarse de ello (Vergara y Vicaría, 2009). Estos movimientos lograron que muchas organizaciones dedicadas a promocionar productos como el alcohol, los juegos de azar, el tabaco, entre otras actividades, tuvieran que cambiar o cerrar su objeto social. Ello supone en medio de la crisis y las prioridades inmediatas de las empresas por su supervivencia, que la responsabilidad social no quede olvidada y lo que se considera un buen momento para evaluar que los esfuerzos, en recursos, experiencia y aprendizaje se constituyan en la esperanza de ayudar al desarrollo sostenible.

Objetivo

La situación de la economía real situada hoy en un contexto global, donde el papel de las empresas, con el apoyo de las administraciones públicas, organismos internacionales y otros agentes sociales se convierte en una ocasión propicia para que la responsabilidad social por su impacto en la sociedad (CE, 2011, p. 7) lleve a sus actores en el funcionamiento y gestión de las organizaciones a buscar nuevos caminos en donde se destaquen conductas responsables, unidos a buenos comportamientos que conlleven al desarrollo sostenible.

Sobre esta base se establece como objetivo para el siguiente trabajo, realizar una revisión teórica y conceptual de la responsabilidad social (RS), en tanto modelo de gestión que aboga por el buen comportamiento de las organizaciones, aportando elementos, orientaciones y relaciones para ayudar al desarrollo sostenible y a las organizaciones a ser mejores en el entorno actual. Para ello, se analiza de manera específica, la evolución y conceptualización de la responsabilidad social, y la relación de corresponsabilidad con el desarrollo sostenible.

Metodología

Es un trabajo que se caracteriza por el análisis de un fenómeno social y colectivo como es la responsabilidad social en la empresa y su conexión con el desarrollo sostenible, cuyo vínculo de unión es cualitativo; para ello, se realiza una revisión de los fundamentos teóricos, de las diferentes perspectivas, donde la diversidad conceptual y los hallazgos encontrados plantean el marco teórico circunscrito dentro el método de la revisión documental, con información secundaria actualizada de las diferentes fuentes de estudios sobre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. De esta manera se integra una bibliografía interdisciplinaria de textos, base de datos y referencias normativas o institucionales recientes como la del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas de la Unión General de Trabajadores Foretica Funf (2009) y la del Consejo de Responsabilidad Social de las empresas de la comunidad Económica Europea, lo que le da una validez y confiabilidad al documento.

Antecedentes

El concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) tiene sus orígenes en el mundo académico a partir del año 1953, cuando en el libro de Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, se plantea por primera vez el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben o no asumir con la sociedad (Raufflet y Félix, 2012).

Por otro lado, Bowen (1953) anota que la RSE “se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (citado en Duque, Cardona y Rendón, 2013, p. 197), dicho de otra manera, los empresarios deben actuar para servir a la sociedad en lugar de tener como único objetivo maximizar los beneficios económicos de la empresa.

Así, en la década de 1960, Davis (como se cita en Duque, Cardona, y Rendón, 2013) afirma que la “responsabilidad social se expresa en la ley, costumbres y los acuerdos institucionales que definen las condiciones para el uso responsable del poder”. Sin embargo, en 1973, este autor no solo argumenta en una actuación responsable por parte de la empresa sino “la obligación de la empresa en su procedimiento de toma de decisión, los efectos de sus decisiones sobre el sistema social externo de una forma tal que logre beneficios sociales junto con los aumentos económicos tradicionales que la empresa busca y que finalmente debe tener” (p. 198).

En la década de los 70 el economista Milton Friedman (1970) reflexiona que “la única responsabilidad de la empresa hacia la sociedad es la maximización de beneficios a los accionistas dentro del marco legal y ético del país”, Friedman (como se citó en Duque, Cardona, y Rendón, 2013, p. 198), señaló como irresponsable la donación y el gasto del dinero en actividades que no están directamente asociados con el manejo del negocio, lo cual generó una vinculación de la RSE con la filantropía, pues la segunda está íntimamente ligada a la donación y el asistencialismo, en tanto estos elementos no son usuales en la dinámica productiva y social empresarial. De esta manera, se perciben en el debate dos posturas: una que habla de una responsabilidad amplia y otra que está centrada en los beneficios económicos hacia los accionistas (Raufflet, et al., 2012, p. 27).

Durante los años 80, Friedman indicó que la RSE se basaba en la actuación de la empresa de acuerdo con una conciencia con visión social, donde se busca generar un impacto social, no un aumento en los resultados económicos. Esto implicaba que la responsabilidad no se limitaba únicamente a los accionistas sino también a los *stakeholders* o grupos de interés. Así, el objetivo de la empresa pasaba de ser planteado

en función a los accionistas, a ser responsable con su entorno ya que este tiene derechos y deberes con la sociedad.

Así surge la teoría de Friedman, donde se expresaba que la única responsabilidad social de los negocios se constituía en maximizar la rentabilidad para los accionistas dentro del marco de la ley, es decir mientras la empresa utilice sus recursos de la manera más eficiente posible, podrá ofrecer a la sociedad los mejores productos y servicios al precio más razonable, generar empleo y a su vez dinamizar la producción e inversión.

En la década de 1990 surgen grandes aportes al concepto y al quehacer de RSE, en los que se anota el de Wood (1991), quien conceptuaba “la idea básica de responsabilidad social corporativa es que las empresas y la sociedad están entrelazadas más que entidades diferentes; por lo tanto, la sociedad tiene ciertas expectativas para el comportamiento y resultados de negocios apropiados”. El desempeño social corporativo es la configuración de principios de responsabilidad social, procesos, políticas, programas y resultados medibles de respuesta social que reflejen la relación de la organización con la sociedad.

Por otro lado, Carroll (1999) plantea su definición de RSE que exige a la empresa el cumplimiento de todas las responsabilidades (económicas, legales, éticas, y filantrópicas), “la responsabilidad social corporativa de la empresa debe buscar lograr un beneficio, obedecer la ley, ser ética, y ser un buen ciudadano corporativo” (citado en Duque, Cardona y Rendón, 2013, p. 198). Este postulado ubica a los autores en un concepto muy actual y que se hace necesario ponerlo en práctica en todos los escenarios donde se dinamiza la sociedad y la economía, como es el de competencias ciudadanas concibiendo esta última como la manera de interactuar académica, social, política, ética y económicamente en una sociedad, para lograr el desarrollo de escenarios sostenibles de producción y con convivencia social.

A partir de la década del 2000 ingresan nuevas categorías en el concepto de RSE como lo son el desarrollo sostenible, la ética en los negocios, los negocios inclusivos, entre otras, definiendo como objetivo de la RSE la búsqueda de la sustentabilidad, dándose una convergencia entre dos conceptos que se encontraban separados. Por un lado, el

desarrollo sustentable, vinculado con actores de índole pública o social, especialmente con grupos preocupados por el medio ambiente; por el otro, la RSE en el sector privado, que ha buscado mejorar las relaciones con sus grupos de interés y reducir su impacto ambiental (Raufflet y Félix, 2012, p. 33).

Por otra parte, la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE, 2001) define la responsabilidad social como un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas (CCE, 2001, p. 4).

Las empresas iniciaron la elaboración de informes acerca de sus actividades y el impacto que generan al medio ambiente y a la sociedad en general, pero uno de los inconvenientes presentados es el cómo medir las acciones de RSE y sus resultados. Por tal motivo, surgen y cobran gran importancia varias normas y guías, entre las que se destacan el Pacto Mundial, el *Global Reporting Initiative* (GRI), SA 8000, AA 1000, la ISO 26000, AECA, los indicadores Ethos de RSE, entre otras.

Algunos de los objetivos y enfoques de RSE que establecen estas normas y guías son por ejemplo, como los que presentan en el caso de la ISO 26000, la cual busca, “proporcionar una guía a las organizaciones sobre los principios relacionados con la responsabilidad social y los métodos para implementar estos principios, en las actividades diarias de una organización, incluyendo aquellas actividades de involucramiento de *stakeholders*” o en el caso de la AA 1000, “este a su vez se constituye en un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias” (citado en Duque, Cardona y Rendón, 2013, p. 198).

Ligteringen y Zadek (2005) sostienen que el uso de indicadores de RSE tiene dos motivos, “el primero es gestionar e implementar prácticas de negocio más responsables y transparentes. El otro, es proveer de una visión clara acerca de cuáles son los principales conceptos del desarrollo sostenible y la RSE. En otras palabras, a través de la aplicación de indicadores se busca lograr que la empresa y los empleados realicen actividades correspondientes a los indicadores, es decir, se quiere incidir en el comportamiento de las personas involucradas. La “función de un sistema de control siempre ha sido la de cambiar el comportamiento de las personas”. En este caso, la finalidad sería un comportamiento más sostenible del personal y la integración de objetivos sostenibles en el funcionamiento de la organización (citado en Duque, Cardona y Rendón. 2013, p. 198).

Evolución del concepto de desarrollo sostenible

A lo largo de la historia, las personas han aprendido a aprovechar y utilizar los ecosistemas, herramientas y recursos que les ofrece el planeta para satisfacer las necesidades y deseos materiales e inmateriales, uniéndose el constante crecimiento poblacional a la demanda por diferentes recursos y el aumento de herramientas.

Es necesario entonces un término que abarque el tema ecológico en correlación con el de desarrollo, de manera que surge el concepto de desarrollo sostenible. Si bien, este se atribuye a diferentes autores en distintas épocas de la historia, puede decirse que, en términos generales, busca interrelacionar el desarrollo económico con el cuidado y la preservación del ambiente (García, 2015, p. 5).

El desarrollo sostenible se va formando y dando a conocer por la creciente necesidad de proteger el planeta y sus ecosistemas, tanto de la contaminación como de la presión que la humanidad ejerce sobre estos. Con la problemática ambiental que se viene dando desde el siglo xx, se encuentran algunos factores que ayudaron a dar forma al concepto de desarrollo sostenible, como las guerras que se vivieron en este siglo, explotación de las materias primas, superpoblación, extrema pobreza, entre otros.

De esta forma los problemas ambientales, la pobreza y el concepto de desarrollo van empezando a tomar lugar en el mundo político y académico. El concepto de desarrollo se introdujo en el libro *El análisis del cambio* de Schumpeter, en 1935; después el presidente de Estados Unidos, Truman, en su discurso de posesión en 1949 utilizó el término. El riesgo y deterioro progresivo del ambiente y de la naturaleza generados por los procesos productivos de la humanidad, alertaron de los grandes problemas que vivía la naturaleza en la época. Por estos motivos la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1987) y otras entidades que apoyan la conservación del medio ambiente comenzaron a llevar a cabo conferencias ambientales, redacción de contenidos que mostraban la importancia del ecosistema, llamados de atención para cuidar el medio ambiente, entre otras cosas. A continuación, se enuncian algunos eventos que tuvieron gran relevancia:

Fecha	Eventos
1948	Fundación de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).
1955	En Princeton se celebró un coloquio llamado "Man's Role in Changing the Face of the Earth", en el cual se da a conocer el rol de la humanidad en el cambio de la Tierra.
1972	Conferencia Mundial sobre medio ambiente en Estocolmo por parte de la ONU.
1976	En Vancouver, Canadá, se realizó la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Asentamientos Humanos.
1980	Estrategia Mundial para la conservación (IUCN-UNEP-WWF).
1983	Comisión Mundial de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CMNUMAD).
1992	Cumbre mundial sobre Ambiente y Desarrollo de Río de Janeiro por parte de la ONU.
2002	Cumbre mundial sobre Ambiente y Desarrollo de Johannesburgo por parte de la ONU.
2005	Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (ONU).
2007	IV Reporte del Panel Intergubernamental de Cambio Climático- IPCC.

Estos eventos, conferencias y reportes dejan ver los esfuerzos mundiales para generar una mayor conciencia y compromiso político y social con el problema y crisis ambiental, reiterando la progresiva intensidad de

este y el rol que ha venido jugando la actividad económica y los patrones de consumo de la humanidad (Pérez, Rojas y Ordóñez, 2010, p. 35).

Concepto de responsabilidad social empresarial (RSE)

La responsabilidad social se refiere al compromiso social y administrativo que deben tener las empresas, su personal administrativo y de servicios, constituido por los empresarios, trabajadores, clientes externos, grupos de interés, entre otros. También hace referencia a las negociaciones que deben hacerse basadas en las leyes y los principios morales éticos.

Hacer las negociaciones de acuerdo con la ley y los principios éticos traen beneficios como la lealtad de los clientes, el acceso a los diferentes tipos de mercado, credibilidad, mayor productividad, respeto de las demás compañías, entre otros.

Sierra (2014) enuncia que “la concepción moderna de la RSE va más allá no solo de la caridad o la filantropía sino del simple cumplimiento de la actividad empresarial y de la ley o de las normas jurídicas” (p, 12). La filantropía, cuya gran parte de su origen es gracias a la RSE ya que es inevitable que las compañías no ayuden a la sociedad en casos de extrema pobreza, sin embargo, no tiene un sentido estricto porque es de carácter personal de las empresas, la RSE no busca que las entidades se transformen en obras de beneficencia, ya que estas han sido diseñadas para dar una rentabilidad y crecimiento económico.

El objetivo principal de la RSE está en el impacto positivo que el equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social, el aprovechamiento de los recursos naturales y del medio ambiente forje en los distintos sectores con los que se relaciona una empresa.

Cuando las empresas involucran en su estructura y actividades conductas socialmente responsables, se transforman en empresas en las que su enfoque está relacionado con el desarrollo sostenible; Roca (citado en Vergara y Vicaría, 2009, p. 32) afirma:

[...] la capacidad que tiene la empresa de gestionar sustentablemente la relación entre los recursos económicos, ambientales y sociales, aplicados al desarrollo de su actividad, da lugar a que se encuentre en la capacidad de la empresa para relacionar y encontrar un equilibrio con los diferentes ejes de la entidad con sectores (económicos, culturales, ambientales y sociales).

Las ventajas de aplicar la responsabilidad social empresarial son:

- Mejoramiento de la contratación de trabajadores.
- Fortalecimiento de la imagen de la empresa.
- Mejoras en el desempeño financiero.
- Favorecimiento en el acceso de capital.
- Reducción de los costos de producción.
- Aumento en la productividad y la calidad.
- Aumento en la lealtad y confianza de los consumidores.

Desarrollo sostenible

Es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras y satisfacer sus propias necesidades” (ONU: WECD, 1987, p. 59). El desarrollo sostenible busca la mejora de la calidad de vida de las personas, pero sin aumentar la crisis ambiental, cuidando y valorando los recursos que se tienen. Para esto se debe tener en cuenta que toda acción va a tener una reacción, es decir, que todo lo que le causamos a la naturaleza (daño, deforestación, contaminación en los ecosistemas, etc.) va a generar consecuencias que terminarán afectando al colectivo humano y social acabando con lo que conocemos como Tierra.

Por ello se deben encontrar formas nuevas e innovadoras de cambiar las estructuras y políticas institucionales para influenciar, promover conductas individuales a favor de la conservación del medio ambiente. En este sentido, Mebratu (citado por Pérez et al., 2010) dice que las diferentes enseñanzas religiosas, filosofías medievales y creencias tradicionales proponen ideas y pensamientos relacionados con la

necesidad de vivir en armonía con la naturaleza y con los otros. Esto es en esencia la lógica de lo que nosotros hoy llamamos sostenibilidad.

Pérez et al. (2010) afirman que “el desarrollo sostenible puede ser entendido de manera global como el mantenimiento y mejoramiento de las condiciones de calidad del sistema de interrelaciones sociedad-naturaleza” (p. 37). Para que dichas relaciones puedan ser sostenibles y duraderas es necesario tener definido qué se pretende, qué se va a sostener, si el desarrollo de la sociedad o la base ecológica y ambiental. De estas dos divisiones se obtienen dos tipos de sostenibilidad, la primera es sostenibilidad débil, aquella que se basa en el crecimiento económico para alcanzar el desarrollo sostenible siendo esta la sostenibilidad fuerte que tiene como propósito preservar el ecosistema (base del desarrollo) para alcanzar el desarrollo sostenible.

Dentro de esta categoría es pertinente considerar el proceso que ha desarrollado la ciudad de Cartagena a través de la historia, siendo una de las ciudades más importantes e influyentes de algunos hechos decisivos en la historia de Colombia. Según Valdelamar (2017, p. 163), en los tiempos precolombinos, la ciudad era habitada por indios guerreros de la raza conocida como Caribe; esta comunidad indígena dio muchos problemas a las embarcaciones procedentes del antiguo continente, cuya pretensión de conquistar el nuevo territorio llevó a esas comunidades para ese momento de la historia a la construcción de grandes fortalezas para la protección y defensa; es decir, el fundamento no fue el crecimiento para alcanzar nivel de desarrollo.

Al estar la ciudad dotada con grandes fortalezas de defensas (murallas, castillos), con el transcurrir del tiempo, estas fortalezas se convierten para la nueva ciudad de Cartagena en su gran atractivo turístico e indudable valor histórico; es una ciudad que brinda muchas oportunidades para inversionistas nacionales y extranjeros. Según, Ayala y Meisel (2016, p. 1), en los últimos años, la ciudad ha experimentado un crecimiento económico notable, impulsado principalmente por el sector industrial, el turismo y la actividad portuaria, pero según Acosta (2012, p. 37) no se ha traducido en una mejoría significativa de los indicadores sociales, a pesar de ser una de las ciudades con mayores ingresos en Colombia, medida por el PIB.

Además, es una de las ciudades con mayor proporción de población por debajo de la línea de pobreza e indigencia. La ciudad no ha establecido como propósito prioritario la eliminación de la pobreza extrema ni la focalización de recursos propios a las zonas más vulnerables. Esto se evidencia al examinar los últimos planes de desarrollo locales y las precarias condiciones de vida en algunos barrios de Cartagena. Dicho de otra forma: en Cartagena hay inversión, solo que no les llega a los pobres (Ayala, et al., p. 5).

De acuerdo con la Revista Portafolio, en entrevista a Zully Salazar (2015) de la Corporación de Turismo de Cartagena, señala que a pesar de que ha tenido grandes logros, tales como la certificación como destino turístico sostenible, uno de los pocos en Colombia y el primero en el país en obtener este récord para su Centro Histórico, este éxito ha sacado a relucir tal vez como nunca antes la otra cara de la moneda, la que se ve más allá del centro histórico y las zonas turísticas. La enorme riqueza no está llegando de manera equitativa, ni se ha traducido en mejorar las condiciones en las que miles y miles de personas (Meisel, 2008, p. 13) que viven a diario en espacios con alto grado de marginalidad. Otro elemento que va ligado a esa marginalidad es el alto grado de violencia, donde se hace visible a través de grandes manifestaciones.

De igual forma se refleja en una oferta de empleos reducida, donde se visibiliza la exclusión social y el aumento de las brechas sociales (Acosta, 2012, p. 3). Eso, sin hablar de la incapacidad y corrupción que ha dominado buena parte de la clase dirigente y política. La situación es compleja y amerita decisiones urgentes (Rodríguez, 2016, p. 36); esto revela una falta de conocimiento y apropiación hacia lo que representa la responsabilidad social que debe ir unida al desarrollo sostenible.

Por todo lo anterior es necesario hacer uso teórico y conceptual de los tipos de enfoque que determinan los conceptos dentro del desarrollo sostenible, como:

- **Enfoque economista:** es el enfoque más común en los países. Es un ideal en el que se espera garantizar el bienestar de la sociedad y el crecimiento de la economía por medio de la satisfacción de las necesidades y deseos del hombre, la producción de bienes y la prestación de servicios a la sociedad.

- **Enfoque ecológico:** este ideal se basa en la preservación del medio ambiente, en considerar la escasez de recursos y en modificar la forma de la producción, explotación y consumo de los recursos.
- **Enfoque intergeneracional:** está relacionado con el anterior y lo que busca es crear conductas responsables en las actividades, tanto de consumo como de la producción de los recursos con el fin de que las siguientes generaciones puedan tener un ambiente que les permita tener buenos recursos.
- **Enfoque sectorial:** el desarrollo sostenible es aplicable en todos los sectores de una sociedad, gubernamental, agrario, empresarial, académico, etc., de forma parecida o distinta dependiendo del sector en el que se aplique. El desarrollo sostenible es un objetivo por alcanzar, un proceso a largo plazo y para lograrlo es necesario que se produzca un cambio de mentalidad de la sociedad.

De esta manera empresarios y directivos deben velar porque el crecimiento empresarial no se lleve a cabo a costa de la discriminación social y del deterioro del medio ambiente. Las administraciones públicas deberán diseñar políticas sociales que permitan el progreso económico y la generación de políticas ambientales que se sustenten en fundamentos científicos sólidos y conduzcan a ser económicamente eficientes. Otro aspecto importante es la participación ciudadana, puesto que finalmente es el Gobierno y la ciudadanía la que tendrá y tiene el compromiso de participar en los procesos de toma de decisiones y llevar a cabo prácticas sostenibles que generen cambios comportamentales en su vida cotidiana, etc. (Larrouyet, 2015, p. 21).

En consideración a lo expuesto, el desarrollo sostenible es un factor que influye en la responsabilidad social empresarial, en tanto permite que las empresas desarrollen sus actividades y negociaciones, de acuerdo con lo establecido en la ley, donde se propenda por la conservación del medio ambiente, desde la relación que cada empresa tiene con este. La unión de estos dos factores permite encontrar un equilibrio dentro de las empresas a través de las relaciones, empresa, economía, crecimiento y sostenibilidad de esta, así como la buena implementación de los recursos, siendo amigable con el medio ambiente que ofrece sin lugar a duda, gran parte del bienestar y sostenibilidad a los seres vivos.

Esta relación es necesaria en las empresas de un país o sociedad, pues permitirá que el ciclo de la economía fluya y tenga un crecimiento progresivo, de igual forma permitirá que, a medida que pase el tiempo, el ecosistema y el entorno no se vayan degradando y desgastando, puesto que existe un compromiso de vida con las próximas generaciones, como es satisfacer sus necesidades con los recursos disponibles.

Por otro lado, en la medida en que los países industrializados utilicen menos materiales biodegradables y menos energía, proporcionarán mercados, pequeños para los productos básicos y los ambientes se tornarán más saludables. Entonces, si las naciones en desarrollo encaminan sus esfuerzos a eliminar la pobreza y satisfacer las necesidades humanas esenciales, aumentará la demanda interna de productos agrícolas y manufacturados, así como de algunos servicios.

De allí, que la lógica del desarrollo duradero implique un estímulo interno para el crecimiento del tercer mundo (ONU: WECED, 1987, p. 70) y también que el desarrollo sostenible dure en las empresas y en la sociedad; por lo que es necesario estar dispuestos a incluir medidas que apoyen la conservación del medio ambiente, que este no se vea explotado por la ambición humana, porque es el que provee los recursos para poder tener los productos y satisfacer necesidades, por lo tanto, un manejo inadecuado del ambiente se estaría terminando con el ciclo económico y con la fuente de vida del planeta.

Relación desarrollo sostenible y responsabilidad social

La sostenibilidad es un concepto incluyente que forma parte integral de las decisiones empresariales Scade (2012, p. 12), por ello, una estrategia de sostenibilidad debe impulsar el entusiasmo de crear conciencia de alineamientos en todas las áreas de la organización y ayudar a la empresa a ser más responsable y sostenible. De acuerdo con la OCDE (2001), la responsabilidad social busca potenciar la contribución de las empresas al desarrollo sostenible, para ello debe garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y medioambientales.

De igual manera, la concepción de la Comisión Europea (2002) considera que una empresa es socialmente responsable cuando integra los temas sociales y medioambientales en sus operaciones y en interacciones con sus grupos o partes interesadas de manera voluntaria (Vidal, 2011, p. 5). En relación con los conceptos de sostenibilidad, la OCDE frente a la RSE solicita a las empresas que de manera progresiva incrementen sus capacidades organizativas, relacionales, de gestión que faciliten la construcción y el mantenimiento de la competitividad empresarial, la cohesión social y el respeto al medio ambiente (Vidal, 2011, p. 6).

Por otro lado, desde el pensamiento de John Scale (2012), en la responsabilidad social se hace énfasis en el desarrollo integral de las organizaciones, por lo tanto, tienen que ser respetuosas con los temas medio ambientales y sociales, puesto que de allí se gestan las bases para generar adentro y afuera de las mismas un proceso de gestión social sostenible que conlleva al desarrollo humano, que a su vez incide en la generación de beneficios económicos para los accionistas de la organización.

Entonces, en la medida en que la empresa asuma e integre los principios de responsabilidad social (RSE) y sostenibilidad en su modelo de gestión, estas generarán, casi que, de manera inmediata, una serie de procesos administrativos de gestión, culturales y sociales que inciden, tanto en sus grupos de interés, como en los grupos con los cuales interactúa, ya sea por relaciones comerciales o relaciones sociales. De esta manera, la empresa dentro de su gestión y políticas debe adelantarse a cambios permanentes en todas sus instancias que redunden en la RSE y la sostenibilidad, bien entendida como un asunto estratégico de primer orden y como tal se deben integrar en la gestión de la empresa (p. 9).

La memoria de responsabilidad social empresarial y de sostenibilidad debe responder a los temas relevantes como un ejercicio de transparencia y compromiso con los grupos de interés y como tal debe ser aceptables y creíbles. Para ello, la RSE debe estar enfocada a la sostenibilidad en su forma de gestión y es señal de un compromiso social con todo su entorno. Las empresas son sostenibles cuando ponen en el centro de sus objetivos la aplicación de buenas prácticas de responsabilidad social (RSE) y sostenibilidad, esto les permite identificar nuevas oportunidades, obtener mejores relaciones socioeconómicas, aprender, mejorar su posicionamiento y crear un valor para la sociedad y el medio ambiente.

Conclusiones

La empresa como organización especial es sin duda la principal organización económica, política y social en nuestra sociedad. El avance hacia la sostenibilidad es una tarea que requiere del esfuerzo y colaboración de todos los actores y las instituciones sociales. Sin la participación del mundo empresarial e institucional es impensable la esperanza para avanzar de manera firme hacia la sostenibilidad.

Las teorías avanzadas sobre la relación empresa y desarrollo sostenible consideran que el esfuerzo que se demanda a las empresas en relación con la responsabilidad social empresarial es un esfuerzo de las que estas van a ser las primeras beneficiadas. En donde una buena gestión de los recursos, de los sistemas, de los procesos administrativos, del talento humano, de los productos y servicios es de posicionamiento (socioeconómico y político) para la cuenta de resultados y positivo para el bienestar social y la salud ambiental.

La empresa forma parte de la sociedad y participa de sus preocupaciones, valores y necesidades. En ese sentido, constituye la suma de esfuerzos y voluntades humanas por promover una relación de confianza y colaboración con el medio, los clientes, los proveedores y la sociedad en general, para fortalecer comportamientos a favor de mejorar la calidad de vida y la conservación del medio ambiente.

Referencias

- Acosta, K. (2012). *Cartagena entre el progreso y el proceso*. Documento de trabajo sobre economía regional. Centro de estudios económicos regionales (CEER). Banco de la República, Cartagena.
- Ayala, J. y Meisel, A. (2016). *La exclusión en los tiempos del auge: el caso de Cartagena*. Documento de trabajo sobre economía regional. Centro de estudios económicos y regionales (CEER). Banco de la República – Cartagena.
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press, city. United States of América.

- Carrol, A. (1999). *Corporate social responsibilities evolution of a definitional construct*. *Bus soc.* 38(3): 268-295.
- CE. (2011). *Estrategias renovadas de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. Comunicación de la comisión al parlamento europeo, al consejo, al comité económico y social europeo y al comité de las regiones, Bruselas: comisión europea. Consultado 09/16/2018. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/lexuriser.do?uri=com:2011:0681:fin:es:pdf>
- Comisión de las comunidades europeas (CCE). (2001). *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas, Bélgica: comisión de las comunidades europeas (CCE).
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities. *California, Management rev.* II: 70-76.
- Duque Y., Cardona, M y Rendón, J. (2013). Responsabilidad social empresarial: teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de administración, Universidad del Valle*, 29(50), 197-198.
- Flores, j. (2007). *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com> created from bibliunicartagenasp on 2018-06-06 09:14:50.
- Friedman, M. (1970). *The social responsibility theories: mapping and territory*. *J bus ethics*, 53: -51-74.
- Fund. Alternativas (2009). Informe la responsabilidad social corporativa en España, ante la crisis. Madrid: Fund. Alternativas
- García, J.P. (2015). *Desarrollo sostenible: origen, evolución y enfoques*. Bogotá: ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
- Heincke, M. (2009). *La responsabilidad social empresarial: ¿una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia?* Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com> created from bibliunicartagenasp on 2018-06-06 08:58:42.
- Larrouyet, M. C. (2015). *Desarrollo sustentable. Origen, evolución y su implementación para el cuidado del planeta*. Bernal, argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Ligteringen, E. y ZADEK, S. (2005). *Future of corporate responsibilities codes, standars and frameworks*. Consultado 07/23/2018. Disponible en www.acountability21.net/uploadstore/cms/does/landscapepaper.pdf
- Mebratu, d. (1998). *Sustainability and sustainable development: historical and conceptual review*. *Environmental impact assessment review*, 18: 493-520.
- Meisel, A. (2008). *La economía y el capital humano en Cartagena*. Colección de economía regional Banco de la Republica.
- Ministerio de Educación Nacional (MEN, 2006). Responsabilidad social empresarial. Centro virtual de noticias de educación. Consultado en:

- 27/07/2018. Disponible en www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-channel.html
- Organización de las Naciones Unidas. (1987). *Desarrollo y cooperación económica internacional: medio ambiente*. Recuperado de http://www.ecominga.uqam.ca/pdf/bibliographie/guide_lecture_1/cmmad-informe-comision-brundtland-sobre-medio-ambiente-desarrollo.pdf
- Pérez, M.A., Rojas, J.H. y Ordóñez C. (2010). *Desarrollo sostenible: principios, aplicaciones y lineamientos para Colombia*. Cali, Colombia: editorial Universidad del Valle.
- Raufflet, E. y Félix, J. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Pearson editores, México.
- Roca, A. (2008). Medio ambiente, un eje central para el desarrollo sustentable de su empresa, disponible en: <http://www.iarse.org/site/modules.php?name=newsfile=articleid=438>. Consultado: 16/07/2018.
- Rodríguez, R. (2016). *Segregación espacial y racial en Cartagena de Indias Colombia: caso barrios la candelaria*. Tesis de maestría en sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad del Valle, Cali, Colombia.
- Salazar, Z. (2015). Certificación turismo sostenible. Corporación turismo de Cartagena. Disponible en: <http://www.portafolio.co/opinion/zully-salazar-fuentes/certificado-turismo-sostenible-38856>
- Scade, John (2012). *Responsabilidad social y sostenibilidad empresarial*. Unión europea disponible en <http://www.oei.es/wiki>
- Sierra, j. E. (2014). *Responsabilidad social empresarial*. Barranquilla, Colombia: editorial Universidad Simón Bolívar.
- Valdemar Villegas, F.F. (2017). Modernización urbana y exclusión social en Cartagena de Indias, una mirada desde la prensa local. *Territorios*, (36), 159-188. Doi: 10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.5157
- Vergara, M. P. y Vicaría, L. (2009). *Ser o aparentar la responsabilidad social en Colombia: análisis organizacional basado en los lineamientos de la responsabilidad social empresarial* (tesis de grado). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Vidal, Isabel (2011). Sostenibilidad y responsabilidad social en la empresa. Centro de investigación de economía y sociedad (CIES). Universidad de Barcelona y Llorente y Cuenca. Barcelona, España. Disponible en: www.desarrollando-ideas.com/dowland/informes/110922_d+illy-c-cies-infor... Consultado: 07/30/2018
- Wood, D. (1991). *Corporate social performance. Revisited. Academic Manager*, rev. 16: 691-717.

La responsabilidad social empresarial y su incidencia en la reducción de la pobreza

Lina Mercedes Angulo Grueso¹
Óscar David Ledesma Mondragón²
Paola Andrea Salazar Valencia³

Resumen

La responsabilidad social empresarial es una iniciativa que procura acercar a las empresas con la sociedad en lo que respecta a desarrollo social, económico y ambiental. Por lo tanto, es una iniciativa que tiende redes entre las empresas y su entorno directo e indirecto y genera así un desarrollo y crecimiento sostenibles. La solidaridad, el compromiso con la paz y el desarrollo del país deben ser considerados principios empresariales globales, dado que esto se traduce en beneficios colectivos. La reducción de la pobreza apunta al cumplimiento de estos objetivos, no a través de dádivas y subsidios que solo satisfacen una necesidad momentánea, sino mediante el apoyo a unidades productivas que permitan que las familias puedan superar este flagelo ahora y en las generaciones futuras. La responsabilidad social es un instrumento valioso que acerca a la empresa con las necesidades reales y si se logra focalizar en actividades puntuales, tendrá un alto impacto en el bienestar de sus grupos de interés.

- 1 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana seccional Palmira. Correo electrónico: lina.angulo@upb.edu.co
- 2 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana seccional Palmira. Correo electrónico: oscar.ledesma@upb.edu.co
- 3 Economista, candidata a magíster en Administración de Empresas, especialista en Gerencia. Coordinadora del grupo de investigación Estudios sobre Organizaciones; docente de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana seccional Palmira. Correo electrónico: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

El objetivo central de esta indagación es revisar las investigaciones realizadas de prácticas y estrategias de responsabilidad social que hayan impactado a la comunidad o a sus *stakeholders* de una manera positiva y encontrar cómo estas prácticas inciden en la imagen corporativa y mayor aceptación de los consumidores.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, pobreza, desarrollo social.

Introducción

Se puede entender que uno de los principales problemas del mundo, y en especial de Colombia, es la pobreza, situación que viene dada por la desigualdad y la mala distribución de los recursos del país, ya que estos se concentran en una minoría de la población, lo que imposibilita que las familias que conforman la mayor parte de la población total superen el flagelo de la pobreza. Esta movilidad no se logra solo con subsidios provisionales, también es necesario que las políticas públicas se enfoquen a atender la problemática en el largo plazo. Además, es necesario comprender que estas políticas públicas no son suficientes y que el factor fundamental para lograr la reducción de la pobreza es la conciencia empresarial de asumir esta problemática como parte de sus objetivos estratégicos. Una de las formas más reconocidas para este acercamiento e integración entre la empresa privada y la población ha sido el concepto de responsabilidad social, definido como el comportamiento que asumen las empresas hacia la sociedad en beneficio del desarrollo sostenible (Aguilera Castro y Puerto Becerra, 2012).

Yunus (2008) establece que las empresas con responsabilidad social se han construido sobre las mejores intenciones, no obstante, algunos directivos hacen mal uso de este concepto para procurar beneficios para sus propias firmas. La filosofía suele ser conseguir tantos beneficios como sea posible, incluso aunque sea necesario explotar a los más pobres, pero, entonces, donar una pequeña cantidad de los beneficios a causas sociales o crear una fundación que haga algo que favorezca a los intereses empresariales, y no debe olvidarse explicar a bombo y platillo lo generoso que es” (p. 35). Sin embargo, es preciso recalcar que un

buen uso de la responsabilidad social empresarial constituye un primer paso para garantizar el desarrollo humano sostenido, el mejoramiento en la calidad de vida de la población y esto indudablemente se traduce en mayores beneficios empresariales, pues a mayor poder adquisitivo, mayor consumo y mayor producción.

Marco conceptual

Responsabilidad social

El concepto de responsabilidad social empieza a desarrollarse entre las décadas de 1980 y 1990. Para conceptualización y análisis se abordaron los enfoques de Navarro (2013); *El libro verde* de la Comisión Económica Europea (2001); Alzate Zuluaga (2011); y Chumaceiro, Hernández, Yori y Ziritt (2013).

Para establecer enfoques y principios de responsabilidad social se abordan las investigaciones de Rawls (1973) (citado por Coral Lucero y Castillo Castillo, 2011), Alzate Zuluaga (2011) y del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2018).

Por otro lado, las directrices para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2013) establecen recomendaciones para una conducta empresarial responsable en el contexto global. Para el caso de Colombia, la guía más detallada es la formulada por la Organización Internacional de Normalización (2014), a través de la norma ISO 26000, *Guía de Responsabilidad Social*. Esta guía define siete materias fundamentales en las cuales las empresas deben revisar y ajustar sus procesos: derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación y desarrollo de la comunidad (p. 4).

Las tres instituciones coinciden en los aspectos relacionados con la declaración de derechos humanos de las Naciones Unidas, la cual no se cansa de recalcar la igualdad, el progreso social y el nivel de vida digno. En este sentido, la disminución de los índices de pobreza contribuye

al objetivo central de esta declaración en lo referente a un concepto más amplio de la libertad, dado que la pobreza es la incapacidad que tiene el ser humano para alimentarse, gozar de buena salud, educación, vestido y divertirse, es decir, lo que le impide ser verdaderamente libre.

Pobreza

Existen diversas definiciones y categorías que procuran establecer cuándo una persona es pobre. Para el estudio se toman las definiciones de Sepúlveda (2010), Macías (2014), Banco Mundial (2010) y de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2001).

Medición de la pobreza en Colombia

En Colombia la medición oficial de pobreza es realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2015). Existen oficialmente dos formas de calcular la pobreza. La primera de ellas es la medición a partir de los ingresos monetarios de los hogares que se conoce como pobreza monetaria; la segunda es el índice de pobreza multidimensional (IPM), el cual evalúa cinco dimensiones donde los hogares colombianos podrían estar en privación. Estas dos formas no son excluyentes, son complementarias. Durante los últimos años, la Misión para el Empalme de la Serie de Empleo, Pobreza y Desigualdad (MESEP), junto con el Departamento Nacional de Planeación (DNP).

En el año 2017, el porcentaje de personas en situación de pobreza monetaria alcanzó el 26.9%, dato inferior al 2016 que ubicó a la pobreza monetaria en 28%. Por otro lado, el porcentaje de personas en situación de pobreza extrema presentó una leve reducción al pasar de 8.5% en 2016 a 7.4% en 2017. En términos de desigualdad, el coeficiente de Gini que mide la concentración de la riqueza en un país con escala de 0.0 a 1.0, donde 0.0 sería la sociedad equitativa y 1.0 la más inequitativa y desigual, registró 0.538 (DANE, 2018).

Desarrollo humano

Es momento de generar un cambio trascendental en el cual el beneficio económico deje de ser el eje del pensamiento y el ser humano vuelva a ser protagonista en la determinación de políticas económicas y

empresariales, generando primero un desarrollo humano antes que económico. De lo contrario el ciclo se repetirá, la clase menos favorecida destruirá aquellos mecanismos que lo aíslan y reprimen y reclamarán por la fuerza la igualdad siempre pregonada y nunca aplicada

Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) el desarrollo humano contempla tres dimensiones básicas: 1. salud: una vida larga y saludable; 2. educación: el acceso al conocimiento y 3: ingresos: que permitan un nivel de vida digno (2015). Sin embargo, muchos autores coinciden con aseverar que el desarrollo humano va mucho más allá de estas dimensiones, incluyendo, entre otras, sostenibilidad ambiental, libertad e igualdad (Salas-Bourgoin, 2014).

La acumulación de riqueza logró desplazar este primordial objetivo, al igual que el beneficio colectivo, lo que produjo la abismal desigualdad que tenemos hoy en día y que aborda el premio nobel de economía Joseph Stiglitz, (2012), quien afirma que el 1% de la población disfruta de las mejores viviendas, la mejor educación, los mejores médicos y el mejor nivel de vida. La desigualdad, además es uno de los principales factores que frenan el desarrollo humano, ya que restringe las opciones y erosiona la estructura social.

Objetivo general

Determinar cómo la RSE ha influido en la reducción de la pobreza.

Objetivos específicos

1. Definir el concepto de pobreza para indagar y determinar cuál es más adecuado según la situación que se presenta en la comunidad donde se realiza la investigación.
2. Establecer la responsabilidad social y determinar en qué ha influido en la reducción de la pobreza.
3. Analizar la relación entre RSE y pobreza según investigaciones realizadas.

Metodología

Para el proceso de investigación se realizó una búsqueda en libros, revistas de divulgación o de investigación científica, sitios en línea y otros contenidos disponibles en la biblioteca de la Universidad Pontificia Bolivariana; así como en bases de datos (Science Direct, Google Scholar, JSTOR y EBSCO) entre otras fuentes. Posteriormente se procedió a organizar de manera sistemática la documentación encontrada para después analizarla y concluir sobre cuáles eran los documentos más útiles para la temática en estudio.

La investigación tiene un alcance exploratorio-descriptivo, dado que realiza una exploración de la incidencia que ha tenido la responsabilidad social en la disminución de pobreza.

Resultados

A pesar de que la contribución de la RSE a la reducción de la pobreza es un tema con poca investigación para conocer su impacto real, todos los actores sociales están llamados a contribuir para mejorar las condiciones de vida de la comunidad mediante su quehacer diario. La investigación de Polanco (2013) analiza varios casos de éxito mediante los cuales se demuestran las estrategias que el sector empresarial puede emplear para contribuir socialmente a la comunidad con la cual interactúa, sin dejar de lado sus objetivos económicos sino, por el contrario, potencializándolos. Sin embargo, el estudio concluye que es muy pronto para determinar con precisión la relación entre RSE y reducción de la pobreza, puesto que existen pocas investigaciones que miden los resultados de las iniciativas de RSE, especialmente su incidencia en las comunidades más afectadas por este flagelo (p. 54).

Siguiendo con las investigaciones que procuran relacionar la RSE y el impacto en la comunidad, el trabajo de Valenzuela Fernández, Jara-Bertin y Villegas Pineaur (2015) analiza si las prácticas de RSE tienen incidencia sobre el desempeño financiero y la reputación corporativa, mediante el análisis de las cuatro dimensiones de RSE (social, ética, medioambiental, colaboradores) impactan sobre el

desempeño financiero. Emplearon una muestra de 323 observaciones para 55 empresas no financieras que han cotizado en la Bolsa de Comercio de Santiago (Chile). Los resultados permiten observar que es importante que las empresas implementen prácticas de RSE, ya que además del beneficio económico, posiciona a la empresa de manera estratégica con sus distintos *stakeholders*, lo cual permite una mayor permanencia y crecimiento en el mercado (p. 342). Por otro lado, si esta implementación se enfoca en el desarrollo humano de la comunidad que la evalúa, los resultados podrían ser de mayor impacto.

Para Casanova y Dumas (2010) algunas multinacionales han adoptado como parte de su estrategia de negocio los valores éticos mediante los cuales generan un compromiso con sus grupos de interés en su diario vivir. Así mismo, emerge la necesidad de que los programas de RSE no solo se den como respuesta a los deseos de marketing, sino que realmente se preocupen por las necesidades de la sociedad. Los problemas de pobreza y desigualdad requieren la integración entre las empresas, el Gobierno y la sociedad civil.

La teoría de la Economía del Bienestar planteada por Amartya Sen (quien revolucionó las teorías de los economistas anteriores sobre pobreza, hambre y desigualdad) afirma que sí es posible generar cohesión social mediante mecanismos de inclusión que surjan de la empresa privada y que procuren disminuir las preocupantes desigualdades que incluyen disparidades en materia de riqueza, marcadas asimetrías en los aspectos políticos, sociales, de oportunidades económicas y de poder (Sen y Kliksberg, 2007, p. 18). Cuando se defiende un crecimiento favorable a los pobres, se postula la idea de un crecimiento con amplia base social que difunda sus beneficios a toda la comunidad en forma duradera (Macías, 2014). Sin embargo, la historia nos enseña que las teorías económicas que formulan el crecimiento en los índices de productividad van en contra del desarrollo humano.

Los estudios realizados desde la perspectiva de medir el impacto de la relación sobre responsabilidad social y el entorno son escasos. Sin embargo, para el caso de México, la investigación de Mercado Salgado y García Hernández (2007), cuyo objetivo principal fue describir la RSE en 31 empresas del Valle de Toluca (México), a través de un estudio de tipo exploratorio no experimental, con una muestra no probabilística

y mediante la aplicación de una encuesta realizada a gerentes y directivos, desde cuatro perspectivas: la integración de los mercados y la caída de barreras comerciales, la preponderancia de recuperar el balance entre lo económico y lo social, estrategias para lograr beneficios externos e internos para la empresa que lo aplica y dar sentido y un uso correcto para el término de RSE. La investigación arroja como resultado que el nivel de desarrollo de la RSE en dichas empresas se encuentra en una etapa inicial considerándose filantropía, sin embargo, se resalta el compromiso de la alta dirección, lo cual puede favorecer la implementación de estrategias enfocadas a los grupos de interés.

La investigación de Balza-Franco y Cardona Arbeláez (2015) inicialmente evidenció que uno de los principales desafíos de la sociedad es la superación de la pobreza, no obstante, se menciona la existencia de realidades opuestas donde convergen la superriqueza y la pobreza extrema. Los resultados se obtuvieron gracias a la revisión teórica que buscaba analizar cómo las empresas desde sus programas de RS impactan los niveles de pobreza, ya sea disminuyéndola o aumentándola. Además, reconoce que algunas empresas que promulgan sus programas de RSE terminan aumentando los niveles de pobreza a través de condiciones laborales deplorables. Así mismo, recalcan que en muchas ocasiones los programas de RSE simplemente se quedan en el papel.

Específicamente en Colombia, tal como lo destaca Cárdenas Acosta (2009), la responsabilidad social empresarial no es un tema nuevo, dado que los empresarios la han aplicado desde una perspectiva filantrópica, cumpliendo con su cuota de retorno a la sociedad. Existe una gran cantidad de fundaciones empresariales que producen un impacto positivo en sus *stakeholders*, sin embargo, no es posible con estos datos determinar la incidencia en el desarrollo humano e indicadores de pobreza, dado que las acciones suelen ser aisladas y pocas logran sostenerse en el largo plazo (p. 32).

Siguiendo con las investigaciones realizadas en Colombia, la revisión de López, Quiroga, López y Torres (2006) se centra específicamente en la ciudad de Bogotá y su objetivo es establecer cuáles son los puntos de encuentro entre las políticas públicas de la administración distrital y las políticas empresariales. Para ello, realizaron una encuesta indagando sobre el concepto de responsabilidad social empresarial que manejan,

específicamente la relación entre condiciones de trabajo y empleo y las acciones de RSE, y el apoyo de la empresa a la comunidad a través de dichas estrategias. El resultado obtenido con esta investigación, que conviene resaltar, es que no se evidencia mucho interés por parte de las empresas bogotanas respecto al tema de RSE; el 1.3% de las empresas ha participado en los programas de Gobierno para impactar la pobreza, y esta participación ha sido principalmente en temas de educación, nutrición y vivienda. Por su parte, la RSE enfocada a los empleados ha sido vista de manera positiva por las empresas, pues se evidenció que esto impacta el entorno de trabajo y la productividad. Lo anterior concuerda con las afirmación de Bedoya y Pérez (2005):

La empresa debe demostrar a través de acciones claras su sensibilidad e interés por la comunidad y el ambiente donde desarrolle sus actividades, y en muchos de los casos, debe mantener un código de ética y de conducta tal que se adapte a las variaciones legales y culturales de cada región. Esta política se está convirtiendo en garantía para mantenerse en el mercado y para ser competitiva (p. 177).

Igualmente, afecta a empresarios cuyo único propósito está en garantizar que un mayor número de personas consuman sus productos, ya que es este el fundamento de su ingreso y de su permanencia en el mercado. Sin embargo, cabe resaltar el concepto presentado por Schiffman, L.G. y Kanuk (2010) en el que se establece que las empresas “deben satisfacer las necesidades y deseos de sus mercados objetivos en formas que preserven e incrementen el bienestar de los consumidores y la sociedad como un todo” (p. 19).

Por otro lado, los empresarios deberían asumir a conciencia el problema de la pobreza, esta debe hacer parte de sus objetivos principales, conectando sus esfuerzos, sentimientos y emociones no solo con el progreso económico sino también con el social, apartándose de la concepción errada de que lo social le compete solo al Estado, como si el progreso económico y el progreso social fuesen excluyentes entre sí, cuando se pueden disminuir los índices de pobreza y desigualdad, mediante la integración de gobiernos y empresarios (Carmona López y Richards, 2011).

La pobreza es una situación que afecta directamente al desarrollo de la economía y por ende al sector empresarial, al mercado financiero, al mercado laboral y al mercado de bienes y servicios que van estrechamente relacionados. La realidad observada indica que las empresas deben crear un efecto positivo para la sociedad y no solo velar por el beneficio propio o de sus socios; el sector privado puede aliviar la pobreza y contribuir al desarrollo humano de muchas formas, por ejemplo, con la generación de empleos decentes, la activación y el desarrollo de la economía, al suplir bienes y servicios de consumo de acceso general, y así brindar más opciones y oportunidades a los pobres. El reto para las empresas consiste en asumir un nuevo papel con iniciativas que generen inclusión (González y Márquez, 2007).

RSE y Estado

En lo concerniente al Estado, Chumaceiro, Hernández, Yori y Ziritt (2013) afirman que existe una necesidad de que el Estado participe en la generación de políticas públicas en temas de RSE, debido a la evolución de la normativa legal, la urgencia por que las diversas estrategias se arraiguen en las ocupaciones del desarrollo local y la armonía de la normatividad legal con los códigos de conductas internos de las empresas.

Se requiere entonces el establecimiento de políticas públicas en torno al fomento de la formalización de políticas y adopción de sistemas de gestión por cada una de las empresas, incremento de la transparencia y un mayor escrutinio de los resultados de la RSE. A pesar de que la aplicación de las estrategias de RSE es voluntaria, no se puede obviar la necesidad de que el Estado regule en términos laborales, sociales y medioambientales.

El espacio de política pública nacional destinado a mejorar las capacidades de lidiar con circunstancias adversas se ve limitado cada vez más conforme la globalización se profundiza (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2014).

Los índices de medición de la pobreza, monetaria y multidimensional, son complementarios y no excluyentes y permiten definir políticas

públicas encaminadas a solucionar las problemáticas más relevantes e indispensables, forjadas dentro de un ecosistema económico y social que apoye estas actividades, en particular de políticas públicas conducentes, especialmente en educación y en el fomento de crecimiento económico (Vives, 2013). Esto concuerda con las afirmaciones de Córdova (2009), en lo que se refiere a que un verdadero impacto social no es posible sin la cohesión entre empresa y Estado. Lógicamente hablar de impacto social de la empresa significa hablar de un impacto sobre la población.

Conclusiones

La pobreza y la desigualdad no son conceptos estáticos en el tiempo, lo verdaderamente importante para un individuo es que su bienestar y el de su familia se perciba de manera constante a lo largo de la vida y no solo en un momento en particular, de ahí la importancia de garantizar instrumentos que permitan la movilidad social, la capacidad de romper con las trampas de la pobreza, en las que los hogares quedan atrapados debido a la dificultad de acumular activos, por lo tanto es importante que las empresas establezcan programas de RSE, pero que estos no se queden simplemente en el papel para mostrar, sino que se interiorice en su cultura corporativa y que se vuelva algo propio del día a día de cada organización. Una RSE que no solo sea exterior, cuando dentro de las prácticas internas aumentan los niveles de pobreza de sus grupos de interés.

En tanto el sector empresarial pueda reconocerse como parte fundamental de las soluciones efectivas que erradiquen definitivamente la pobreza en el país y del modelo que se replica en algunas partes del mundo, en donde el desarrollo humano prevalece sobre el desarrollo económico, la población podría experimentar soluciones que le garanticen igualdad de condiciones en una sociedad que no vulnere sus derechos fundamentales de vida y que puedan experimentar un estilo de vida digno a través de satisfacer sus necesidades humanas básicas.

La palabra pobreza es común en el vocabulario de los colombianos y en general en el de todos los habitantes del mundo, sin embargo, entender su significado y repercusiones es algo mucho más complejo. Como se ha demostrado con el paso de los años, la pobreza es un efecto que ocurre

por la combinación de muchos factores que engloban otros términos como la economía, el ingreso, el consumo, entre otros.

Según pronósticos del Banco de la República, este año se puede experimentar una posible desaceleración de la economía del país, ocasionado por el incremento inflacionario que afecta directamente el ritmo de crecimiento económico y de empleo. Lo delicado de esta situación es que las personas con mayor probabilidad de sumarse de nuevo a los pobres son aquellas que recientemente han salido de esta situación. Por tanto, se requiere que se establezca la clase media, sin riesgo a que puedan retroceder en el proceso.

No existen argumentos que fundamenten que aún hoy en pleno siglo XXI existan países en extrema pobreza, después de tantos avances tecnológicos e innovación que bien encaminados podrían resolver problemas de los países más azotados por este flagelo.

En la medida en la que se logren adoptar los manuales establecidos por instituciones internacionales en lo concerniente a responsabilidad social, específicamente la incidencia con el desarrollo humano, el impacto no solo beneficiará a la población, sino también a la empresa, dado que este tipo de iniciativas se convierten en ADN de las comunidades y el sentido de pertenencia hacia una marca o una empresa perdurará.

Referencias

- Aguilera Castro, A. y Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, (32), 1–26.
- Alzate Zuluaga, M. L. (2011). Responsabilidad social: hacia un nuevo relacionamiento entre empresas, Estado y ciudadanos. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 33(0124–5821), 1–21.
- Balza-Franco, V. y Cardona Arbeláez, D. A. (2015). La Responsabilidad Social Empresarial y La Lucha Contra La Pobreza. *Saber, Ciencia y Libertad*, 10(1), 115–124.
- Banco Mundial 1990 World Development Report 1990: poverty (Washington DC: Banco Mundial).

- Bedoya, D. A. y Pérez, G. (2005). Las estrategias de responsabilidad social en la expansión global, nuevo paradigma de la gestión empresarial. *Gestión y Ambiente*, 8(2), 173–180.
- Cárdenas Acosta, C. (2009). Responsabilidad social empresarial - “ Un aporte al proceso de desarrollo .” *Revista de Tecnología*, 8(1), 23–33.
- Carmona López, R. J. y Richards, H. (2011). La pobreza como eje de la ética en un mundo globalizado. (spanish). *Poverty as the crux of ethics in a globalized world. (English)*, 19(25), 101–108.
- Casanova, L. y Dumas, A. (2010). Corporate Social Responsibility and Latin American multinationals: Is poverty a Business Issue ? *Universia Business Review*, 25, 132–145.
- Chumaceiro, A., Hernández, J., Yori, L. y Ziritt, G. (2013). Responsabilidad social empresarial y políticas públicas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 19(2), 309–321.
- Coral Lucero, J. I. y Castillo Castillo, M. L. (2011). John Rawls y las bases para la construcción de la sociedad civil. *Papel Político*, 16(2), 515–528.
- Córdova, D. (2009). Daniel Córdova**. *Revista de Economía Y Derecho*, 6, 23–36.
- DANE. (2015). Comunicado de prensa La pobreza monetaria disminuyó 1 , 1 puntos porcentuales en el país. Retrieved October 11, 2015, from http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/CP_pobrezamon_jul14_jun15.pdf
- DANE. (2018). Comunicado de prensa - Estadísticas de Pobreza 2017. Retrieved from https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/cp_pobreza_monetaria_17.pdf
- González, R. y Márquez, P. (2007). Empresa y comunidad: la necesidad de un nuevo contrato social. *Debate IESA*, 12, 22–28.
- López, A. P., Quiroga, A., López, C. y Torres, M. (2006). La responsabilidad social de las empresas bogotanas y su relación con el empleo y la pobreza. *Revista Equidad y Desarrollo*, 6, 83–110.
- Macías, A. (2014). Crecimiento, desigualdad y pobreza: estado de la cuestión. *Revista de Economía Institucional*, 16(31), 101–126.
- Mercado Salgado, P. y García Hernández, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del valle de toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 119–135.
- Navarro, F. (2013). *Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica*. México: Alfaomega.
- OCDE (2013), Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es>

- Organización Internacional de Normalización. (2014). ISO 26000 Responsabilidad social - Visión general del proyecto. https://doi.org/10.9774/GLEAF.978-1-907643-27-9_9
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (2018). Principios Pacto Mundial. Retrieved from <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>
- Polanco, Y. (2013). ¿Contribuyen las prácticas empresariales responsables a la reducción de la pobreza?/Do responsible business practices contribute to poverty reduction? *Contabilidad Y Negocios*, 8(15), 43–56.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2014). *Informe sobre Desarrollo Humano: Reducir vulnerabilidades y construir resiliencia*.
- Salas-Bourgoin, M. A. (2014). Una propuesta para la modificación del índice de Desarrollo Humano. *Revista CEPAL*, (112), 31–46. Retrieved from <http://0-web.b.ebscohost.com.catalog.uoc.edu/ehost/detail/detail?vid=1ysid=0c7c6993-16df-4209-b3fa-a30f62438a20@sessionmgr198yhid=116ybddata=JkF1dGhUeXBIPWlwLGNvb2tpZSx1cmwsdWlkJmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=95806018ydb=bth>
- Schiffman, L. G. y Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor* (10th ed.). Ciudad de Mexico: Pearson Educación.
- Sen, A. y Kliksberg, B. (2007). *Primero la Gente*. (Deusto, Ed.). Barcelona.
- Sepúlveda, C. E. (2010). Medición de pobreza en Colombia. Retrieved March 6, 2017, from <http://www.icesi.edu.co/departamentos/economia/images/charla.pdf>
- Stiglitz, J. (2012). *El precio de la desigualdad* (1st ed.). Bogotá: Taurus.
- UNDP. (2015). Informe sobre Desarrollo Humano 2015. Retrieved from <http://www.co.undp.org/content/dam/colombia/docs/DesarrolloHumano/undp-co-expcol-2015.pdf>
- Valenzuela Fernández, L., Jara-Bertin, M. y Villegas Pineaur, F. (2015). Prácticas De Responsabilidad Social, Reputación Corporativa Y Desempeño Financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329–344.
- Vélez Osorio, I. M. (2011). El desarrollo humano en Colombia desde la perspectiva de Manfred Max Neef. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 2(January 2011), 1226–1236.
- Vives, A. (2013). Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas. *G. C. G: Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 7(3), 16–33.



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**

SU OPINIÓN



Para la Editorial UPB es muy importante ofrecerle un excelente producto. La información que nos suministre acerca de la calidad de nuestras publicaciones será muy valiosa en el proceso de mejoramiento que realizamos.

Para darnos su opinión, comuníquese a través de la línea (57)(4) 354 4565 o vía correo electrónico a editorial@upb.edu.co

Por favor adjunte datos como el título y la fecha de publicación, su nombre, correo electrónico y número telefónico.

La sociedad está basada fundamentalmente en organizaciones y nuestras mayores actividades las realizamos en esa dirección. Los equipos de alta gerencia enfrentan un período de oportunidades empresariales sin precedentes, pero también hay riesgos, retos y desafíos. Por lo tanto, surge la necesidad de analizar los estudios que permitan demostrar la importancia de la gestión para la gerencia de las organizaciones.

Las organizaciones utilizan recursos suministrados por el entorno y tienen un grado de autonomía para lograr sus propósitos, pero dichas organizaciones también están condicionadas por los requerimientos de satisfacción de las necesidades de una sociedad mucho más amplia y demandante. Las organizaciones operan bajo las creencias, pensamientos e ideologías instituidas por la sociedad, pero, al mismo tiempo, su carácter no es de inacción; las organizaciones también transforman los valores sociales. Esta relación dinámica entre las organizaciones y la sociedad se refleja en lo que podríamos llamar como la “sociedad de negocios”, la cual es movida por diversos actores que generan espacios de encuentro, desencuentro, redes e interacciones entre los integrantes de la sociedad para favorecer o afectar la actividad empresarial.

