

Revista **Gestión y Desarrollo Libre**

Universidad
Libre
Seccional
Cúcuta

Revista
Gestión y
Desarrollo
Libre

Publicación
Semestral

ISSN
2539-3669

Año 5
Nº 9
2020

Enero
-
Junio

Pág
270

Centro
Seccional de
Investigaciones

Facultad
de Ciencias
Económicas
Administrativas y
Contables

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre No. 9:

Crisis migratoria venezolana: Universidad y su impacto en el Mercado Laboral

Evaluación de estrategias de posicionamiento de marca implementadas por una Institución Educativa para contribuir con su rentabilidad económica

Estrategias de gestión en los tutoriales de proyecto para la formación social de los estudiantes universitarios

Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal

Práctica pedagógica de la matemática en la carrera de educación básica integral: una mirada desde los formadores docentes

Valoración monetaria del beneficio ambiental generado por el Páramo de Santurbán

Modelo de demanda de productos textiles distribuidos por medio del catálogo Carmel en Cúcuta, Norte de Santander

El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI

La escuela de Frankfurt y el círculo de Viena, una mirada a la historia y un paralelismo con Venezuela, el país de las migraciones en Latinoamérica

Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta

Universidad Libre
www.unilibrecucuta.edu.co
Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables





UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CÚCUTA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CENTRO SECCIONAL DE INVESTIGACIONES

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre N° 9

- *Crisis migratoria venezolana: Universidad y su impacto en el Mercado Labora*
- *Evaluación de estrategias de posicionamiento de marca implementadas por una Institución Educativa para contribuir con su rentabilidad económica*
- *Estrategias de gestión en los tutoriales de proyecto para la formación social de los estudiantes universitarios*
- *Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal*
- *Práctica pedagógica de la matemática en la carrera de educación básica integral: una mirada desde los formadores docentes*
- *Valoración monetaria del beneficio ambiental generado por el Páramo de Santurbán*
- *Modelo de demanda de productos textiles distribuidos por medio del catálogo Carmel en Cúcuta, Norte de Santander*
- *El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI*
- *La escuela de Frankfurt y el círculo de Viena, una mirada a la historia y un paralelismo con Venezuela, el país de las migraciones en Latinoamérica*
- *Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta*

Universidad Libre Seccional Cúcuta	Revista Gestión y Desarrollo Libre	Publicación Semestral	ISSN 2539-3669	Año 5 N° 9 2020	Enero - Junio	Pág 270	Centro Seccional de Investigaciones	Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables
------------------------------------	------------------------------------	-----------------------	----------------	-----------------	---------------	---------	-------------------------------------	---





DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA GESTIÓN Y DESARROLLO LIBRE

MISIÓN

Publicar y difundir los avances que presentan los trabajos de investigación desarrollados por los miembros de la comunidad científica local, nacional e internacional y de esta manera contribuir con la construcción de un pensamiento científico cada vez más riguroso que redunde en la comprensión de la realidad en las áreas: económica, administrativa y contable.

ALCANCE Y POLÍTICA EDITORIAL

Gestión y Desarrollo Libre es una revista que publica trabajos originales e inéditos referentes a las ciencias económica, administrativa y contable y su enseñanza.

Cada número de la revista tiene un carácter misceláneo, sin perjuicio de poder editar, cuando se considere adecuado, números monográficos.

Es una publicación académica de periodicidad semestral, realizada en Colombia, Departamento Norte de Santander, por el Centro Seccional de Investigaciones y la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Cúcuta desde el año 2016.

Constituye una revista arbitrada que emplea el sistema de revisión por pares a doble ciego (*double blind review*).

Los juicios presentados por los autores en sus artículos no representan la opinión ni criterio de la Institución que edita la Revista.



DEFINITION AND CHARACTERISTICS OF THE MAGAZINE: GESTION Y DESARROLLO LIBRE

MISSION

To publish and disseminate the advances presented by the research work carried out by the members of the local, national and international scientific community and, in this way, to contribute to the construction of an increasingly rigorous scientific thinking that results in an understanding of reality in Economic, administrative and accounting areas.

SCOPE AND EDITORIAL POLICY

Gestión y Desarrollo Libre is a magazine that publishes original and unpublished works related to the economic, administrative and accounting sciences and its teaching.

Each issue of the journal has a miscellaneous character, without prejudice to being able to edit, when appropriate, monographic numbers.

It is an academic publication of semester time, made in Colombia, North of Santander Department, by the Investigations Sectional Center and the Economics, Administrative and Accounting Sciences Faculty at Universidad Libre Seccional Cúcuta since 2016.

It is an arbitrated journal that uses the double blind review system.

The judgments presented by the authors in their articles do not represent the opinion or criterion of the Institution that publishes the Journal



DIRECTIVAS NACIONALES

JORGE ALARCÓN NIÑO, Presidente Nacional

FERNANDO DEJANON RODRÍGUEZ, Rector Nacional

DIRECTIVAS SECCIONALES

HOLGER ANDRÉS CÁCERES MEDINA, Presidente Seccional

DÉBORA GUERRA MORENO, Rector Seccional

BEATRIZ PARRA GONZÁLEZ, Decano Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables

DIEGO ARMANDO YAÑEZ MEZA, Director Centro Seccional de Investigaciones

AGUSTÍN OCHOA TORRES, Jefe de Área Profesional

Se autoriza la reproducción de los artículos
citando la fuente y los créditos de los autores:

Revista Gestión y Desarrollo Libre. Universidad Libre Seccional Cúcuta

Entidad Editora: Universidad Libre Seccional Cúcuta

Los conceptos y opiniones expresados en los artículos
son responsabilidad de los autores y no comprometen a la Universidad
Libre

Forma de adquisición:
canje, suscripción o entrega gratuita

Revista Gestión y Desarrollo Libre en la Web:
<http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/>

Correspondencia:
Avenida 4 N° 12N-81. Barrio El Bosque
Universidad Libre Seccional Cúcuta
Teléfono: 5 82 98 10. Extensión 229-207
Correo electrónico: revista.gestionydesarrollolibre.cuc@unilibre.edu.co
Formato: 17 cm x 24 cm
ISSN: 2539-3669



EQUIPO EDITORIAL

EDITOR

ROLANDO ESLAVA ZAPATA, Postdoctor en el programa “Gerencia para el Desarrollo Humano” por la Universidad de Los Andes, Venezuela.
Doctor en el programa “Nuevas Tendencias en Administración de Organizaciones” por la Universidad Complutense de Madrid.
Magister en Ciencias Contables por la Universidad de Los Andes, Venezuela.

COMITÉ EDITORIAL

BEATRIZ PARRA GONZÁLEZ, Magister en Tributación y política fiscal.
Especialista en Gerencia Educativa con énfasis en Gestión de Proyectos.
Decana Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Cúcuta.

NELSON EMILIO GARCÍA TORRES, MBA Formulación de Proyectos,
Universidad Viña del Mar.
Director de Posgrados y Programa de Comercio y Negocios Internacionales,
Universidad Simón Bolívar.

LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO, Magister en Gerencia de Empresas,
Mención Finanzas.
Docente Universidad Francisco de Paula Santander-UFPS.

NUBIA ISABEL DÍAZ ORTEGA, Doctora en Ciencias Gerenciales, Universidad Rafael Belloso Chacín. Magister en Gerencia de Empresas Mención Finanzas, Universidad Nacional Experimental del Táchira. Docente Universidad Libre Seccional Cúcuta.

AGUSTÍN OCHOA TORRES, Magister en Gerencia de Empresas Mención Finanzas, Universidad Nacional Experimental del Táchira.
Docente, Jefe de área profesional Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Libre Seccional Cúcuta.

COMITÉ CIENTÍFICO

ABEL MARÍA CANO MORALES, Doctor en Administración Pública por la American Andragogy University. Jefe del Programa de Contaduría Pública de la Universidad de Medellín.

FRANK RIVAS, Doctor en Ciencias Sociales POR LA Universidad de Los Andes, Venezuela. Magister en Ciencias Políticas por la Universidad de los Andes, Venezuela.

GERARDO ANTONIO MÁRQUEZ RONDÓN, Doctor en Nuevas Tendencias en Administración de Organizaciones por la Universidad Complutense de Madrid, España. Profesor de la Universidad Católica de Temuco, Chile.

JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE, Doctora en Estudios Políticos por la Universidad Externado de Colombia. Magister en Gerencia de Empresas mención Finanzas por la Universidad Nacional Experimental del Táchira. Directora del programa Comercio Internacional y del Departamento de Estudios Internacionales y de Fronteras de la Universidad Francisco de Paula Santander.

JULIO CÉSAR ZURITA ALTAMIRANO, Doctor en Ciencias Organizacionales por la Universidad de Los Andes, Venezuela. Profesor de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato.

PRISCILLA DOS SANTOS GOMES, Magister en Administración por la Fundação Pedro Leopoldo, Brasil. Profesora del Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, Brasil.

ROSA ELENA GÓMEZ PORTUGUEZ, Magister en Responsabilidad Social y Sostenibilidad por la Universidad Nacional de Costa Rica. Profesora de la Universidad de Costa Rica.

TRADUCTOR

JOHN ALEXANDER QUINTERO PATIÑO, Licenciado en lenguas Extranjeras. Docente Universidad Libre Seccional Cúcuta.



TABLA DE CONTENIDO

- Crisis migratoria venezolana: Universidad y su impacto en el Mercado Laboral..... 22-60**
Venezuelan Migration Crisis: University and its impact on the Labor Market
ÁLVARO MENDOZA ESPINOZA
DORAY CONTRERAS
- Evaluación de estrategias de posicionamiento de marca implementadas por una Institución Educativa para contribuir con su rentabilidad económica..... 61-84**
Evaluation of brand positioning strategies implemented by an Educational Institution to contribute to its economic profitability
LAURA GRANADOS MOJICA
CAROLINA CHARRY
CAROLINA MONSALVE CASTRO
- Estrategias de gestión en los tutoriales de proyecto para la formación social de los estudiantes universitarios 85-120**
Management strategies in project tutorials for the social training of the higher education students
YESSER ALCEDO SALAMANCA
DARWIN MARTINEZ NIETO
EDGAR CASTRO RAMIREZ
- Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal 121-149**
Delinquency of the consumer credit portfolio and its impact on the profitability and liquidity of Banco Mercantil, Banco Universal
LUIS ALBERTO CONTRERAS GÓMEZ

Práctica pedagógica de la matemática en la carrera de educación básica integral: una mirada desde los formadores docentes 150-168

Pedagogical practice of mathematics in the integral basic education career: a look from the teacher trainers

DORIS COROMOTO PERNÍA BARRAGÁN
MARÍA AUXILIADORA CHACÓN CORZO

Valoración monetaria del beneficio ambiental generado por el Páramo de Santurbán 169-186

Monetary valuation of the environmental benefit generated by the Santurbán moor

JESÚS ANTONIO VILLAMIZAR LOAIZA
LILIAM FLOR BARRAZA CABALLERO
JONATHAN GABRIEL SILVA JURGUENSEN

Modelo de demanda de productos textiles distribuidos por medio del catálogo Carmel en Cúcuta, Norte de Santander..... 187-216

Demand model for textile products distributed through the Carmel catalogue in Cúcuta, Norte de Santander

MARÍA CAMILA GÓMEZ PRADILLA
LEONARDO JAVIER CARABALLO
HENRY SEBASTIÁN RANGEL QUIÑONEZ

El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI 217-235

The new leadership and the transformation of the organizations of the 21st century

EDGAR JOSÉ GÓMEZ ORTÍZ
EDGAR PEÑARANDA SOTO

La escuela de Frankfurt y el círculo de Viena, una mirada a la historia y un paralelismo con Venezuela, el país de las migraciones en Latinoamérica..... 236-252

The Frankfurt School and the Vienna Circle, a look at history and a parallel with Venezuela, the country of migration in Latin America

FREDDY ABELARDO CALDERON ORDUZ

Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta 253-270

Women's fashion: an opportunity to boost the clothing industry in the city of Cúcuta

ARELYS ROJAS FLÓREZ
NAZLY CONSTANZA REAL CAPACHO



Guía de autores

Revista Gestión y Desarrollo Libre / Universidad Libre Seccional Cúcuta, Colombia
La revista Gestión y Desarrollo Libre, es una iniciativa de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre de Colombia Seccional Cúcuta, que abre un espacio para que los miembros de la comunidad científica local, nacional e internacional, puedan publicar y difundir los avances que presentan sus trabajos de investigación y de esta manera contribuir con la construcción de un pensamiento científico cada vez más riguroso y que redunde en la comprensión de la realidad en las áreas: económica, administrativa y contable.

La publicación de la revista inicia en enero -junio del año 2016 y está a cargo del comité editorial, quien selecciona los artículos a publicar de acuerdo con el material recepcionado para tal fin. Los árbitros, son seleccionados por el comité editorial, en aras de darle un nivel científico adecuado al contenido de cada publicación, siendo responsabilidad exclusiva de los autores los comentarios, ideas, planteamientos u opiniones que se aborden en cada artículo.

El comité editorial de la revista, asume que los documentos presentados para publicación, son de la autoría de quien(es) lo(s) presenta(n) y que sus autores comprenden la necesidad de ajustarse a unas características tales, que permita darle a esta publicación el carácter técnico-científico; por lo tanto, los autores manifestaran que el o los artículos no han sido presentados en otras publicaciones.

GESTIÓN Y DESARROLLO LIBRE, es una revista cuya frecuencia de publicación es semestral, sin embargo, los artículos son recibidos durante todo el año a través de los siguientes contactos:

Dirección física: Av. 4 12N-81 Barrio El Bosque

Correo electrónico: revista.gestionydesarrollolibre@unilibrecucuta.edu.co

Dirigido a: Comité Editor Revista Gestión y Desarrollo Libre

Teléfonos de contacto: 582 98 10 extensión 229 - 207

Cada documento -artículo- postulado al proceso editorial se somete a una REVISIÓN PREVIA por el Comité Editorial con el fin de analizarlo en cuanto a su forma, contenido y cumplimiento de normas de publicación conforme a la estructura definida en ésta Guía. Posteriormente, se envía el artículo a dos (2) miembros del Comité de Árbitros Externos, que en atención a los parámetros establecidos realizará la EVALUACIÓN del artículo y podrá tomar alguna de las siguientes decisiones sobre la postulación: i) APROBADO, ii) APROBADO CON CORRECCIONES o iii) NO APROBADO POR INCUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS EDITORIALES. Todos los derechos de la publicación son de la Universidad Libre Seccional Cúcuta.

CONDICIONES DE ENTREGA

Formato: 21.5 x 28 cm

Modalidad: Virtual

Los artículos para publicación pueden ser en español o en inglés, en todo caso deberá cumplir con las siguientes condiciones mínimas para su recepción:

CONDICIONES GENERALES

Formato del archivo: Procesador de datos de Word

Espaciado o interlineado: sencillo

Fuente: Times New Roman

Tamaño de la fuente: 12

Márgenes: 2.54 cm a cada margen

Extensión mínima: no inferior a 6 páginas

Extensión máxima: no exceder de 25 páginas

Notas al pie de página: deben presentarse con tamaño de fuente 10

Enumeración de Páginas: Todas las páginas deben estar enumeradas consecutivamente en el margen superior izquierdo

Para los artículos remitidos a la dirección física se requiere que se presente un original y tres copias impresas tamaño carta y un CD con el documento en formato word.

Deberá aportar los archivos originales de las imágenes, fotografías, gráficos, ilustraciones, tablas y otros elementos que aparezcan en el documento, para facilitar su reproducción en la revista (en CD).

CONDICIONES ESPECÍFICAS

ITEM	DETALLE	CONDICIONES ESPECIALES
TITULO	<p>Debe corresponder a la idea principal del documento, es clave, pues será el referente para que quienes consulten el documento en la publicación virtual, puedan decidir si revisan o no el material completo.</p> <p>Puede ser Descriptivo: Cuando hace mención al contenido de la investigación, sin necesidad de ofrecer los resultados obtenidos; o</p> <p>Informativo: Comunica el principal resultado obtenido de una investigación.</p> <p>Aspectos adicionales: Como pie de página deberá indicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de investigación del que se desprende el documento. - Centro, Grupo o Semillero de Investigación junto con la Institución que financia o avala el proyecto, o la indicación de ser un trabajo independiente. - Auxiliares de investigación, estudiantes de pregrado u otras personas que contribuyeron en la realización de la investigación (opcional). 	<p><i>Idioma:</i> Español e Inglés.</p>
AUTOR (ES)	<p>Como pie de página deberá indicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombres y Apellidos completos - Nivel de formación académica (especificando la institución educativa que confirió el título) - Centro, Grupo o Semillero con indicación de la institución a la que pertenece (opcional) - Cargos que actualmente desempeña (opcional) - Correo electrónico personal o dirección electrónica institucional (opcional) 	

RESUMEN	<p>Corresponde a una síntesis integral del contenido del documento (en español). Se redacta en un solo párrafo, no se incluyen referencias bibliográficas.</p> <p>En el resumen puede hacerse mención de los siguientes aspectos de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos principales - Alcance - Metodología empleada - Principales resultados y conclusiones 	
PALABRAS CLAVES	Mención de los términos más significativos en el desarrollo del documento, que permitan al lector identificar las materias fundamentales que se abordan en el documento (en español).	Cantidad: Más de 3 y sin exceder de 10 términos.
ABSTRAC	Corresponde al mismo contenido incluido en el resumen pero en inglés	Idioma: Inglés.
KEY WORDS	Corresponde al mismo contenido incluido en las palabras claves pero en inglés	Idioma: Inglés.
INTRODUCCIÓN	No debe confundirse este ítem con el correspondiente al resumen. En este aparte, el autor deberá dar un preámbulo al desarrollo del tema, para contextualizar al lector sobre la temática a desarrollar a través del artículo. En ella, se planteará el problema y se señalará el sentido del estudio, pero no se desarrollará el tema, no se darán conclusiones. Allí se destacarán origen, antecedentes, bases teóricas y prácticas del trabajo, importancia, significado que el estudio tiene en el avance del campo respectivo o aplicación práctica en el área investigada, alcance y limitaciones.	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN (opcional)	Debe expresarse la pregunta que desencadenó la realización de la investigación. Es importante que la redacción de la misma haya sido formulada que no pueda responderse con una afirmación o negación.	
METODOLOGÍA (opcional)	<p>Indicación sintética de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El enfoque metodológico - Tipo de investigación - Técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y análisis de la información. <p>Importante: La redacción debe hacerse en tiempo pasado</p>	

<p>PLAN DE REDACCIÓN</p>	<p>En este aparte, se refleja el esquema de resolución del problema de investigación. Los títulos y sub-títulos que aquí se incluyan, deben estar numerados. Es aquí donde el autor o autores deben evidenciar el desarrollo de los objetivos específicos, al igual que el cumplimiento del objetivo general.</p> <p>Importante: La redacción debe hacerse en tiempo pasado</p>	
<p>RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN (opcional)</p>	<p>Evidencian o no la validez de la hipótesis de investigación que se formuló en el proceso de investigación.</p>	
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>Se deben presentar los postulados finales que den respuesta al problema de investigación.</p>	<p>Cantidad: Mínimo se recomienda presentar una (1) por cada aspecto desarrollado en el artículo</p>
<p>REFERENCIAS</p>	<p>NORMAS APA</p>	



Author's guide

Revista Gestión y Desarrollo Libre / Universidad Libre Seccional Cúcuta, Colombia

The magazine Gestión y Desarrollo Libre is an initiative of the Faculty of Economic, Administrative and Accounting Sciences of the Free University of Colombia Sección Cúcuta, which opens a space for members of the local, national and international scientific community to publish and to disseminate the advances presented by their research work and in this way contribute to the construction of increasingly rigorous scientific thinking that will lead to an understanding of reality in the economic, administrative and accounting areas.

The publication of the journal begins in January - June of the year 2016 and is in charge of the editorial committee, who selects the articles to publish according to the material received for that purpose. The referees are selected by the editorial committee, in order to give an adequate scientific level to the content of each publication, being the exclusive responsibility of the authors the comments, ideas, approaches or opinions that are addressed in each article.

The editorial committee of the journal assumes that the documents submitted for publication are the authorship of the author (s) and that their authors understand the need to conform to such characteristics, This publication the technical-scientific nature; Therefore, the authors state that the article (s) have not been submitted in other publications.

MANAGEMENT AND FREE DEVELOPMENT, is a magazine whose frequency of publication is semi-annual, however, articles are received throughout the year through the following contacts:

Physical address: Av. 4 12N-81 Barrio El Bosque

E-mail: revista.gestionydesarrollolibre@unilibrecucuta.edu.co

Aimed at: Editor Committee on Management and Free Development

Telephone numbers: 582 98 10 extension 229 – 207

Each document-article- postulated to the editorial process is submitted to a PREVIOUS REVIEW by the Editorial Committee in order to analyze it in terms of its form, content and compliance with publication standards according to the structure defined in this Guide. Subsequently, the article is sent to two (2) members of the Committee of External Arbitrators, who, according to the established parameters, will perform the EVALUATION of the article and may take one of the following decisions on the application: i) APPROVED, ii) APPROVED WITH CORRECTIONS or iii) NOT APPROVED FOR BREACH OF EDITORIAL REQUIREMENTS. All the rights of the publication are of the Free University of Cúcuta.

DELIVERY CONDITIONS

Format: 21.5 x 28 cm

Modality: Virtual

The articles for publication can be in Spanish or in English, in any case must comply with the following minimum conditions for reception:

GENERAL CONDITIONS

File Format: Word Data Processor

Spacing or spacing: simple

Source: Times New Roman

Font size: 12

Margins: 2.54 cm at each margin

Minimum length: not less than 6 pages

Maximum extension: not to exceed 25 pages

Footnotes: Must be submitted with font size 10

Page Enumeration: All pages must be listed consecutively in the upper left margin

For articles sent to the physical address requires an original and three printed copies letter-size and a CD with the document in word format.

You must provide the original files of the images, photographs, graphics, illustrations, tables and other elements that appear in the document, to facilitate their reproduction in the magazine (in CD).

ESPECIFIC CONDITIONS

ITEM	DETALLE	CONDICIONES ESPECIALES
TITLE	<p>It must correspond to the main idea of the document, it is key, since it will be the reference for those who consult the document in the virtual publication, can decide whether or not to review the complete material.</p> <p>Can be Descriptive: When it mentions the content of the research, without having to offer the obtained results; or Informative: Communicates the main result obtained from an investigation.</p> <p>Additional aspects: As a footer you should indicate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Research project from which the document appears. - Research Center, Group or Semillero together with the Institution that finances or endorses the project, or the indication of being an independent work. - Research assistants, undergraduate students or others who contributed to the research (optional). 	<i>Language:</i> Spanish and English.
AUTHOR (S)	<p>As a footer, you must indicate, among other things:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Full names and surnames - Level of academic formation (specifying the educational institution that conferred the title) - Center, Group or Semillero with indication of the institution to which it belongs (optional) - Positions currently held (optional) - Personal electronic mail or institutional electronic address (optional) 	
ABSTRACT	<p>It corresponds to an integral synthesis of the content of the document (in Spanish). It is written in a single paragraph, bibliographical references are not included.</p> <p>In the summary the following aspects of the research can be mentioned:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Main objectives - Scope - Methodology used - Main results and conclusions 	
KEY WORDS	Mention of the most significant terms in the development of the document, which will allow the reader to identify the fundamental subjects that are addressed in the document (in Spanish).	<i>Quantity:</i> More than 3 and no more than 10 terms.
ABSTRACT	Corresponds to the same content included in the summary but in English	<i>English</i> language.
KEY WORDS	Corresponds to the same content included in the keywords but in English	<i>English</i> language.

INTRODUCTION	Do not confuse this item with the one corresponding to the abstract. In this section, the author should give a preamble to the development of the topic, to contextualize the reader on the theme to be developed through the article. In it, the problem will be raised and the meaning of the study will be indicated, but the subject will not be developed, no conclusions will be drawn. It will highlight the origin, background, theoretical and practical bases of work, importance, meaning that the study has in advancing the respective field or practical application in the area investigated, scope and limitations.	
RESEARCH PROBLEM (optional)	The question that triggered the investigation should be expressed. It is important that the wording of the same should be formulated that can not be answered with an affirmation or denial.	
METHODOLOGY (optional)	Synthetic indication for: - The methodological approach - Kind of investigation - Techniques and instruments used for the collection and analysis of information. Important: The writing must be done in the past tense	
DRAFTING PLAN	In this section, the problem solving scheme of the research problem is reflected. The titles and sub-titles included here must be numbered. It is here that the author or authors must demonstrate the development of the specific objectives, as well as the fulfillment of the general objective. Important: The writing must be done in the past tense	
RESEARCH RESULTS (optional)	They show or not the validity of the research hypothesis that was formulated in the investigation process.	
CONCLUSIONS	The final postulates that answer the research problem must be presented.	Quantity: Minimum is recommended to present one (1) for each aspect developed in the article
REFERENCES	APA RULES	



EDITORIAL

ROLANDO ESLAVA ZAPATA

El equipo editorial de la Revista Gestión y Desarrollo Libre tiene el agrado de presentar la edición No 9 correspondiente al año 2020. Este año representan nuevos retos con los trabajos publicados, dado que, los estándares de calidad requeridos por Publindex y las bases de datos internacionales, hacen que reforcemos el proceso editorial en aras de la calidad académica y científica. En este espacio de reflexión quiero agradecer a todo el equipo editorial y, muy en especial, a los autores nacionales e internacionales por creer en nosotros, en nuestra revista y en la Universidad Libre Seccional Cúcuta.

Son diez investigaciones que abordan magistralmente temas enmarcados en las ciencias económicas, administrativas, contables y afines. En este sentido, en materia de ciencias económicas se presentan dos trabajos que usan herramientas económicas para explicar las problemáticas de estudio, estos trabajos son “Valoración monetaria del beneficio ambiental generado por el Páramo de Santurbán” y “Modelo de demanda de productos textiles distribuidos por medio del catálogo Carmel en Cúcuta, Norte de Santander”. En el marco de las ciencias contables y, en la línea del análisis financiero, se presenta el trabajo titulado “Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal”. Respecto a las ciencias administrativas, los trabajos se enfocan en el mercadeo y liderazgo, estos trabajos son “Evaluación de estrategias de posicionamiento de marca implementadas por una Institución Educativa para contribuir con su rentabilidad económica”; “El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI” y “Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta”

Siguiendo el carácter multidisciplinar de la revista, en materia de relaciones internacionales se cuentan con los artículos titulados “Crisis migratoria venezolana: Universidad y su impacto en el Mercado Laboral” y “La escuela de Frankfurt y

el círculo de Viena, una mirada a la historia y un paralelismo con Venezuela, el país de las migraciones en Latinoamérica”. Asimismo, en materia de educación, se presentan dos investigaciones tituladas “Estrategias de gestión en los tutoriales de proyecto para la formación social de los estudiantes universitarios” y “Práctica pedagógica de la matemática en la carrera de educación básica integral: una mirada desde los formadores docentes”.

Espero que esta edición sea del agrado de todos nuestros lectores y, que los resultados de las investigaciones resulten de utilidad para el desarrollo de otros trabajos. Que la comunidad científica lea y cite nuestros artículos, es señal de que asumimos nuestras responsabilidades de manera correcta y, ello nos impulsa a seguir trabajando en pro del conocimiento y la academia. Con esta reflexión se publica la edición No. 9 del año 2020 de nuestra revista Gestión & Desarrollo libre.

Crisis migratoria venezolana: Universidad y su impacto en el Mercado Laboral*

Venezuelan Migration Crisis: University and its impact on the Labor Market

Recibido: Mayo 04 de 2019 - Evaluado: Agosto 07 de 2019 - Aceptado: Noviembre 15 de 2019

Álvaro Mendoza Espinoza **
Doray Contreras ***

Para citar este artículo / To cite this Article

Mendoza Espinoza, A., & Contreras, D. (Enero-Junio de 2020). Crisis migratoria venezolana: Universidad y su impacto en el Mercado Laboral. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (22-60).

Resumen

Esta disertación pretende demostrar que las prácticas intervencionistas del Estado venezolano en el ámbito universitario son una de las causas de la crisis económica nacional, pues generan un fallo en el mercado laboral al exceder la oferta laboral y desmejorar su calidad, situación que consecuentemente desembocaría en la emigración. Esta emigración creará nuevos problemas en el mercado laboral en cuanto a la demanda, pues disminuirá el personal altamente calificado que

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto vinculado a la Maestría en Evaluación Educativa de la Universidad de Los Andes - Venezuela.

** Licenciado en Educación mención Matemática de la Universidad de Los Andes - Venezuela. Participante de la Maestría en Evaluación Educativa en la Universidad de Los Andes - Venezuela. Profesor del Área de Matemática Aplicada del Núcleo Universitario "Dr. Pedro Rincón Gutiérrez" de la Universidad de Los Andes - Táchira - Venezuela. Email: aljomees@gmail.com.

*** Licenciada en Educación mención Matemática de la Universidad de los Andes - Venezuela, Magister Scientiae en Matemática de la Universidad Nacional Experimental del Táchira - Venezuela, Doctora en Educación de la Universidad de Los Andes - Venezuela, Profesora del Área de Matemática Aplicada del Núcleo Universitario "Dr. Pedro Rincón Gutiérrez" de la Universidad de Los Andes - Táchira - Venezuela. Email: dorayc@gmail.com.

pueda satisfacer las necesidades del mercado nacional en el contexto globalizado. Por último, se expresa la preocupación por la pérdida del bono demográfico en Venezuela, que sumado a la emigración de personal altamente calificado y a la imposibilidad de formar nuevo talento humano en las universidades, pudiera generar un impacto económico con consecuencias a largo plazo.

Palabras Clave: Universidad Venezolana, Talento Humano, Emigración Venezolana, Mercado Laboral.

Abstract

This dissertation aims to demonstrate that the interventionist practices of the Venezuelan State in the university field are one of the causes of the national economic crisis, as they generate a failure in the labor market by exceeding the labor supply and deteriorating its quality, a situation that would consequently lead to emigration. This emigration will create new problems in the labor market in terms of demand, as the highly qualified personnel that can meet the needs of the national market in the globalized context will decrease. Finally, concern is expressed about the loss of the demographic bonus in Venezuela, which, together with the emigration of highly qualified personnel and the impossibility of forming new human talent in universities, could generate an economic impact with long-term consequences.

Key words: Venezuelan University, Human Talent, Venezuelan Emigration, Labor Market.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. III. - Plan de redacción. - 1. El Mercado laboral. - 2. Recursos, capacidades y competencias. 3. La Universidad y el mercado laboral venezolano. - 4. Resultados de investigación. - 4.1 La crisis universitaria venezolana. - 4.2 Demografía laboral venezolana. - 4.3 La emigración venezolana. - 4.4 Transformación de la Universidad para la transformación de la Economía. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

La improvisación política y las malas prácticas económicas han generado problemas cuyas consecuencias dejarán su marca a largo plazo en la economía venezolana, particularmente vinculadas a la pérdida de la población económicamente activa debido a la emigración. La salida de venezolanos al exterior es un fenómeno que merece ser estudiado a fondo, puesto que las empresas venezolanas, que hoy no brindan la estabilidad deseada por los profesionales, dentro de pocos años necesitarán personal calificado. En ese contexto, la Universidad Venezolana, como el principal productor de talento humano, está en una crisis institucional que amenaza su existencia, evitando que se den dentro de ella las dinámicas de cambio que tienen el potencial de transformar el país. En ese momento, en Venezuela están en juego el propósito de la Universidad, los procesos de trabajo, el sistema de gobierno, la economía y la sociedad en general. El replanteamiento y la reorganización de la Universidad son parte de los procesos de cambio en la configuración de un modelo de desarrollo económico para el país.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

En la era de la globalización de los procesos y sociedades, la economía se ve inmersa dentro de un mercado de competencia cada vez más cerrado en cuanto a las diferencias entre un productor y otro, donde la competitividad de las grandes empresas y sus productos ya no solo se dan al interior de un país, sino que abarca un sin número de naciones y mercados altamente competitivos. Las empresas se enfrentan a un entorno muy competitivo, en donde la posesión y utilización óptima del conocimiento es vital para su supervivencia. En la era del conocimiento ya no basta con la sola producción de mercancías o mantener una línea de servicios, ahora es necesario saber hacia dónde dirigir dichos productos y cómo hacer más eficientes los procesos en función de esa información. En ese contexto, la Universidad se convierte en la empresa de generación de recursos valiosos para la economía global: el conocimiento y el talento humano. Por ello es necesario evaluar la calidad de los procesos internos de la Universidad si se pretende el desarrollo económico de todo el sistema.

2. Metodología

La metodología utilizada en este trabajo, de corte descriptivo, se estructuró

en dos etapas: la primera consistente en la revisión bibliográfica y hemerográfica que determinase, desde la óptica sistémica, el contexto y evolución de la problemática planteada; la segunda etapa, donde se utilizó un enfoque cuantitativo para recoger, organizar y analizar los datos que representan la problemática, pero que se encuentran dispersos en diversas fuentes, realizando cálculos estadísticos requeridos para aproximar la descripción a la situación real, pues no existen fuentes oficiales que describan el problema en su debida magnitud. Siendo una investigación de tipo no experimental, pues se limitó a organizar la información encontrada, su relevancia radica en servir de punto de partida para cualquier investigación sobre el fenómeno de estudio.

3. Plan de redacción

3.1 El Mercado laboral

Para esta investigación, se tomará la concepción de Parkin (2009), para quien el Mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. El mercado también es el ambiente social o virtual que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

En una economía de mercado, los mercados de bienes y servicios son los que determinan qué producir y los de factores dan respuesta a los problemas de cómo y para quién producir. El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado. El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio por sí solo. Desde el punto de vista del mercadeo, Kotler (2006) señala que el mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta. Todos los integrantes del mercado deberían reunir tres características: deseo, renta y posibilidad de acceder al producto. Así, el concepto de

mercado está muy relacionando al de demanda y del consumidor, para un correcto entendimiento se deben estudiar los tres términos en conjunto.

El principio básico sobre el que se basa una economía de mercado es la Ley de Oferta y Demanda, que refleja la relación que existe entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida de ese producto teniendo en cuenta el precio al que se vende el producto. Así, según el precio que haya en el mercado de un bien, los oferentes están dispuestos a fabricar un número determinado de ese bien. Al igual que los demandantes están dispuestos a comprar un número determinado de ese bien, dependiendo del precio. El punto donde existe un equilibrio porque los demandantes están dispuestos a comprar las mismas unidades que los oferentes quieren fabricar, por el mismo precio, se llama equilibrio de mercado o punto de equilibrio. Según esta teoría, la ley de la demanda establece que, manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad demandada de un bien disminuye cuando el precio de ese bien aumenta. Por el otro lado, la ley de la oferta indica que, manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando lo hace su precio.

Siguiendo lo planteado por McConnell & Brue (1997), el Mercado Laboral es el conjunto de relaciones entre empleadores y personas que buscan trabajo remunerado. En este mercado el oferente es aquel que busca trabajar y para ello “se ofrece”. El demandante sería aquel que busca trabajadores. Del grado de equilibrio entre estas dos variables se derivan una serie de consecuencias que determinarán las características del mercado en ese momento y su posible evolución. Salarios, horas de trabajo, beneficios laborales, profesiones, habilidades y destrezas son elementos de intercambio en el mercado laboral. El mercado de trabajo tiene gran importancia para la sociedad. Su mal funcionamiento puede afectar negativamente al crecimiento económico y al empleo de un país. La demanda de trabajo es derivada de la demanda de bienes y servicios, porque cuando una empresa vende quiere producir más, para ello querrá contratar trabajadores. Por tanto, si no hay producción no habrá más trabajadores que puedan ofertar su empleo. No hay mejor manera de expresar esta relación, que la dada por Chiavenato (2007), “el mercado de recursos humanos funciona como espejo del mercado de trabajo, mientras en uno hay oferta, en el otro hay demanda y viceversa”.

3.2 Recursos, capacidades y competencias

Si se acepta Los recursos son factores disponibles o entradas dentro del proceso de generación de valor en la empresa. En este análisis se consideran dos

tipos de recursos, estos pueden ser tangibles, como activos físicos o financieros, o Intangibles, como capital humano o la imagen empresarial. Por otro lado, una capacidad es la habilidad o facultad de un conjunto de recursos de desarrollar algunas tareas o actividades generando ventaja competitiva de base interna. Generan más valor a los recursos que integran las empresas, dentro del ámbito empresarial se refieren al potencial humano, organizativo y cultural para la prosecución de objetivos.

Las principales diferencias entre estos conceptos, según Alama (2008), radican en el carácter independiente, simple y estático del primero, frente al carácter colectivo, complejo y dinámico, de la segunda. El carácter independiente y simple de los recursos, permite su fácil identificación, mientras que las capacidades, debido a su carácter complejo y colectivo, dificultan esta tarea. Por otra parte, las capacidades se mantienen y perfeccionan a través de su uso, debido a su carácter dinámico, mientras que el carácter estático de los recursos, no permite que evolucionen por sí solos, y antes bien se desgastan o “erosionan” con el uso. En su tesis, Alama concluye que el capital intelectual, asume ambos conceptos. Es aquí donde entra un factor determinante: el talento humano que aprovechará y desarrollará el conocimiento para beneficio de la empresa.

La Teoría de Recursos y Capacidades plantea que las organizaciones son diferentes entre sí en función de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado, así como por las diferentes características de la misma y que dichos recursos y capacidades no estén disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones. Según Fong, Flores & Cardoza (2017) la Teoría de Recursos y Capacidades explica el éxito de una empresa basado en “las características de los recursos y capacidades que la empresa controla, y en su capacidad para generar rentas; y enfatiza cómo una eficiente combinación de sus recursos y capacidades permite la obtención y mantenimiento de su ventaja competitiva”.

Esta teoría permite encaminar el análisis interno hacia los aspectos más relevantes del interior social de la organización, en relación con el análisis externo realizado y como base para el planteamiento estratégico general y de recursos humanos posterior. También es una herramienta que permite determinar las fortalezas y debilidades internas de la organización. Y según esta teoría la única forma de conseguir ventajas competitivas sostenibles es a través del desarrollo de capacidades distintivas.

En este contexto, el conocimiento se ha convertido en el principal recurso

económico, un recurso mucho más valioso que la posesión de materias primas o una cierta dimensión territorial. Drucker (1993) calificó a la “sociedad poscapitalista” como una sociedad en la que el capital ya ha dejado de ser el recurso fundamental, siendo ahora el conocimiento y a la información los que constituyen la “nueva infraestructura” sobre la que se basa el tejido productivo y la organización social. En el pasado, el problema era asignar los recursos financieros a las divisiones y el activo central era el capital monetario. A partir de la última década del siglo XX, el conocimiento reemplaza o comparte el lugar del capital monetario como recurso crítico, y la dirección tiene el reto de crear una organización que pueda generar conocimiento crítico. Al final, la generación de capital dependerá en gran medida de la utilización del conocimiento en la solución de problemas del mercado, en la innovación de la oferta y el emprendimiento de negocios.

Desde la perspectiva de la Teoría de Recursos y Capacidades, el conocimiento se convierte en un recurso estratégico para las empresas, formando parte de su capital intangible, difícil de cuantificar, pero con un impacto financiero enorme. Los conocimientos suelen ser recursos estratégicos en la medida que son difíciles de imitar, por lo específicos y complejos que son, y por el grado de componente tácito que puedan tener. El principal objetivo de la concepción de la empresa basada en el conocimiento, según Chiva & Camisón (2002) es la creación y aplicación de conocimiento. Los puntos más relevantes en la gestión de éste, para Davenport, De Long & Beers (1998), son: la consideración de la empresa como un almacén de conocimientos, el acceso a ellos, el fomento del ambiente propicio para la adquisición de éstos y la consideración del conocimiento como un activo. Por ello, la adquisición de conocimiento requiere especialización, la necesaria para su utilización.

En 2013, Google publicó los resultados del Proyecto Oxygen, que fue diseñado para identificar qué hacen los gerentes exitosos de Google. Las características principales del éxito en Google son: ser un buen entrenador que escucha y comparte información; posee conocimientos sobre su equipo de trabajo y lo empodera; posee empatía hacia su equipo y expresa apoyo a los colegas; es un buen pensador crítico y solucionador de problemas; está orientado hacia la productividad y los resultados; realiza conexiones a través de ideas complejas; y posee habilidades y conocimientos técnicos que le permiten asesorar a su equipo de trabajo. Al parecer este tipo de habilidades que se exigen a los gerentes parecen ser universales, pues, según el trabajo de Monteferrante & Malavé (2004), las empresas venezolanas buscaban un perfil profesional similar para las labores ad-

ministrativas o gerenciales, seleccionando personal que conjugue conocimientos, habilidades técnicas y atributos personales acordes con las exigencias del cargo que van a desempeñar, haciendo énfasis en cualidades como flexibilidad, habilidades para trabajar en equipo, adaptabilidad, motivación, iniciativa y creatividad, de acuerdo con la cultura de la empresa.

Lo que buscan las empresas es lo que McLelland (1973) define como competencias, que no son otra cosa sino el conjunto de conocimientos, habilidades, sentimientos o actitudes que pueden incidir en un desempeño satisfactorio del puesto de trabajo. La OCDE define competencia como la capacidad de responder a demandas complejas y llevar tareas de forma adecuada. La noción de competencia, referida inicialmente al contexto laboral, ha enriquecido su significado en el campo educativo en donde es entendida como un saber hacer en situaciones concretas que requieren la aplicación creativa, flexible y responsable de conocimientos, habilidades y actitudes.

Las competencias son las capacidades con diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral. Las competencias son los conocimientos, habilidades y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y practicar en el mundo en el que se desenvuelve. Se delimita la definición de competencia, entendida como una combinación de conocimientos, capacidades, o destrezas, y actitudes adecuadas al contexto. Se considera que las competencias clave son aquellas que todas las personas precisan para su realización y desarrollo personal, así como para la ciudadanía activa, la inclusión social y el empleo. Así las competencias básicas que debe desarrollar toda persona son:

- Competencia en comunicación lingüística.
- Competencia matemática.
- Competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico.
- Tratamiento de la información y competencia digital.
- Competencia social y ciudadana.
- Competencia cultural y artística.
- Competencia para aprender a aprender.
- Autonomía e iniciativa personal.

Por esta razón, comienzan a cobrar importancia aquellas profesiones que permiten la introducción, renovación y uso del conocimiento, expertos en el sis-

tema social y económico, debido a que su función primordial es la de resolver problemas y ocuparse de la gestión estratégica del negocio. Para la resolución de problemas empresariales, se requiere de un personal que posea dos elementos fundamentales: altos conocimientos científico-tecnológicos, y una capacidad de análisis o interpretación de la realidad social en la que esté inmersa el Mercado.

Pero en la actualidad, la realidad social del mercado no se limita a un determinado espacio geográfico. El advenimiento de internet, ha permitido interconectar agentes económicos en puntos distantes, así que las empresas deben adaptarse a dos ambientes: el local y el global, deben ser capaces de “pensar globalmente y actuar localmente”. El término glocal se refiere a ocurrencia simultánea de tendencias tanto de universalización como de particularización en los sistemas sociales, políticos y económicos contemporáneos, conceptos de difusión global adaptados a las características específicas de cada ámbito local en que suceden. El término apunta a empresas cuyo enfoque es internacional, pero que cuentan con las economías locales en algún punto del proceso, de manera que siguen un modelo de organización descentralizada. El concepto implica que la empresa se adapta a las peculiaridades de cada entorno, diferenciando sus producciones en función de las demandas en los mercados locales.

A nivel cultural, según Bolívar (2001), la glocalización supone que, en un mundo global, en el que asistimos a una progresiva supresión de las fronteras a nivel económico, político y social, se incrementa la existencia de barreras culturales, generadas por las personas que defienden sus tradiciones de la globalización cultural. Sin embargo, las organizaciones humanas son interdependientes e interconectadas, originando tensiones entre las perspectivas locales y globales, por lo que es conveniente estudiar las interacciones sociales según las funciones que cumplen cada una de los agentes de una organización. Los glocales no pueden vivir aislados, deben estar en permanente contacto con otras personas, civilizaciones, opiniones e ideas y ser muy activos en los terrenos de las finanzas, la industria, la cultura, la ciencia y la tecnología. Esto obliga a los educadores consultar los recursos globales para materiales y técnicas y luego los adaptarlas para uso local.

Dentro de este contexto, el mercado laboral se reinventa. Bajo (2005) analiza un modelo de ajuste entre la oferta y la demanda laboral propia de estos entornos glocalizados que se basan en las competencias, sustentado en estas premisas:

- El mercado de trabajo está basado en las competencias, no solo en los títulos, de hecho, la especificidad del título muchas veces no corresponde a la función del empleo.
- Las competencias pueden adquirirse por medios diversos, en espacios distintos y en diferentes momentos, no solo a través del trabajo o de los estudios formales.
- Las competencias para ejercer oficios estables cambian con el tiempo, la tecnología resta espacio a los trabajos técnicos, lo que no puede hacer la tecnología es el trabajo humano.
- Las demandas de las competencias están definidas por los cambios tecnológicos y la organización de procesos productivos.
- Las empresas se proveen de las competencias contratando a quienes las han adquirido por experiencia.
- Los ajustes de demanda de competencias y la oferta de trabajadores, los títulos continúan siendo un filtro, pero se diversifican las señales no identificables mediante títulos académicos. Los títulos académicos aportan contenido a los empleos.
- Los títulos indican competencias transversales útiles en ámbitos profesionales diversos, lo que conlleva a la no exclusividad de las profesiones.
- Cobra importancia la visión local junto a la dimensión globalizadora, presentándose la credencial de títulos internacionalizados.

Toda empresa requiere de un sistema o proceso de gestión que se ocupe de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización, estas tareas las puede desempeñar tanto una persona, como un departamento en concreto junto a los directivos de la organización. Esta será una división de la empresa que administrará el Recurso Humano, entendiéndose este como el trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización, aunque el término que tiende usarse en la actualidad es el de Talento Humano o Capital Humano. Aquí entra en juego el Análisis Estratégico de los Recursos Humanos, un proceso que, según la teoría de recursos y capacidades, permite identificar y clasificar los recursos humanos y organizativos, identificar las capacidades clave de la empresa, valorar el potencial de generación de rentas, aprovechamiento de las ventajas competitivas, identificar las carencias que necesitan ser cubiertas.

3.3 La Universidad y el mercado laboral venezolano

A lo largo de la historia, la educación ha sido considerada como la herramienta más idónea para el desarrollo de la sociedad. Mediante el proceso educativo se transmiten los valores fundamentales y la preservación de la identidad cultural y ciudadana. La educación, es la base de la formación y preparación de los recursos humanos necesarios. Los cambios socioeconómicos de los últimos años, ha exigido que la enseñanza vaya más allá de la transmisión de conocimientos puntuales, requiere potenciar las competencias necesarias para que los estudiantes se desenvuelvan en la cotidianidad. Por ello, la educación como proceso social y elemento fundamental para el desarrollo integral del ser humano, está íntimamente relacionada y comprometida al progreso de un país.

Luhmann (1998) considera que la educación es entendida como un subsistema social que permite dinamizar los ciclos evolutivos del sistema. La educación es un sistema funcional porque ordena los problemas típicos dentro de su espacio funcional, es decir que la educación tiene una función particular que le permite diferenciarse y autorreferenciarse del resto de los subsistemas sociales. Desde este referente teórico se puede interpretar que el Sistema de Educación Universitaria, al ser parte del subsistema de educación, adquiere funciones específicas que le permiten reestructurar constantemente las funciones ya sea dentro de la Institución o en el contexto social. De acuerdo la función social que se le otorgue, la sociedad tiende a interpelar directamente la Universidad cada vez que el sistema social atraviesa por una serie de cambios, coyunturas y contingencias.

Según Villaseñor (2003), la Universidad tiene funciones originarias que se puede ver en dos dimensiones: las funciones que adquiere como Institución, y las que asume dentro del contexto del sistema social. En Latinoamérica, a la Universidad se le ha otorgado la misión de cultivar el conocimiento, con todas las exigencias filosóficas, científicas y metodológicas, y a la vez el servicio de desarrollo, tecnificación y profesionalización de la sociedad. Es aquí, donde a la Institución se le presentan disyuntivas, identificadas por Benedito, Ferrer & Ferreres (1995), según las funciones o exigencias de la sociedad y las tradiciones e idealizaciones de dichas Instituciones. Así, según estas exigencias, a las Universidades se les pide mantenerse entre el rol de Institución, como fuente de conocimientos perdurables e invariantes frente a la renovación de los individuos y los cambios externos, o el rol de Instrumento, definida para el logro de determinadas preferencias e intereses. En el caso Hispanoamericano, donde la Universidad está altamente intervenida por el Estado, al ser su principal financiador, las funciones

de la Universidad terminan diluyéndose en los vaivenes políticos de la región. De esta forma, para Olsen (2005), la Universidad se debate entre ser una comunidad de académicos, un instrumento de agendas políticas o una empresa de servicios.

Las consecuencias de esta indeterminación en los objetivos de la universidad han sido graves y notorias. En la década de 1990 en América Latina, el Banco Mundial y UNESCO pusieron un énfasis especial en la evaluación de la Educación Superior. En el informe del Banco Mundial se señalaba que el sistema universitario estatal, predominante en América Latina, era ineficiente desde el punto de vista financiero y también académico, ya que el porcentaje de los graduados anualmente era ínfimo en relación con los ingresos de alumnos. El informe del Banco Mundial (1996), destacaba que la Educación Superior no cumplía su función, porque el abandono de los claustros era muy grande y que, además, una parte significativa de los alumnos tardaba más años de los previstos en terminar sus estudios. Por ello, aconsejaban revisar algunas prácticas de las universidades públicas, como el ingreso irrestricto y la gratuidad de los claustros universitarios nacionales, y además generar un sistema de evaluación académico.

Esta problemática es aparentemente de vieja data. Usilar (1981) señalaba que la universidad venezolana no había cumplido a cabalidad su papel teórico de ser el campo de formación de nuevo personal administrativo, científico y técnico, siendo muy bajo el nivel de enseñanza y preparación, por lo que el nivel científico y profesional de los egresados dejaba mucho que desear. Para Rangel (1982), probablemente sin excepción, las Universidades latinoamericanas, extraen de las sociedades respectivas más recursos de los que devuelven a la colectividad, con bajísima la productividad en la práctica, particularmente en el número de egresados por especialidades en relación con las necesidades reales de la sociedad. La Universidad latinoamericana no ha sido capaz de idear y proponer un modelo de estudios superiores adaptado a la realidad latinoamericana.

Oppenheimer (2010) criticó duramente que, en plena Era del Conocimiento, el 57,00% de los estudiantes latinoamericanos estudian carreras de Ciencias Sociales, mientras solo el 16,00% estudia ingeniería o tecnología, situación que empeora a nivel de posgrado donde el 42,00% corresponde a Ciencias Sociales y 14,00% ingeniería y tecnología. Contrasta estos datos con los de países con economías más competitivas, en donde los porcentajes apuntan más a Ciencia, Ingeniería, Tecnología e Innovación, siendo estos los principales motores de sus economías. Oppenheimer señala al énfasis de las Universidades en ciencias e

ingeniería, a la inversión privada en innovación conjunto a la universidad y a la internacionalización del trabajo académico, como elementos necesarios para el desarrollo económico. Sus críticas iban dirigidas al aparente desfase entre el paradigma universitario latinoamericano y la necesidad de desarrollar economías competitivas.

Venezuela no escapó de esta problemática, en la que se involucraba más el prestigio social de ciertas carreras que eran altamente demandadas por los aspirantes a ingresar en las Universidades que las oportunidades laborales reales. Sin embargo, a pesar de las dificultades, hubo una excesiva preparación académica para el personal formado en áreas relacionadas con la ingeniería o la gerencia, razón por la que muchos profesionales universitarios no conseguían una ocupación acorde con sus cualificaciones, pues estas se encontraban por lo general sobre las necesidades a lo sumo técnicas del cargo demandado. Este era un personal con una alta preparación muy mal remunerado, que la empresa privada no tenía la capacidad o la necesidad para absorber.

En este contexto, según un estudio del Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA) citado por Morillo (2006), la estrategia personal tomada por los venezolanos para combatir el desempleo fue la educación universitaria o especializada, para la mayoría de los entrevistados lo más importante es el estudio, tanto en jóvenes como en adultos, para incrementar su poder de competencia en los mercados laborales. A la vez, Morillo señala que para el momento existía una grave ausencia de personal técnico capacitado, para mantener operando a las máquinas y dominar la tecnología adquirida de otros países, la mayoría de operadores de maquinaria en Venezuela poseían un nivel de educación precario, por lo que tenían problemas para leer los manuales de instrucción. Cita también que las secretarías incurrieron con exagerada frecuencia en errores ortográficos, en el sector turístico los empleados no eran bilingües y tildaba como élite a aquellos trabajadores en niveles operativos con ciertas habilidades numéricas.

Para Morillo (2006) el mercado laboral no estaba preparado para absorber la masa de personas calificadas, no por el tamaño del sector productivo, sino que era incapaz de contratar dicha masa laboral porque no lo necesitaba en la cantidad y en la calificación ofertada. Así, por ejemplo, los profesionales más especializados que egresaron de carreras de las ciencias básicas e ingeniería, se encontraban trabajando como docentes en el mastodóntico sector educativo estatal, que siempre ha requerido personal por su elevada masificación, así la decisión de aquellos que no conseguían empleo terminaría siendo dar clases para formar

más profesionales que no tendrían empleo, en una especie de ciclo o esquema piramidal, siempre que el Estado pudiese mantenerlo. Mientras se pensará que poseer niveles formativos más altos pondría a las personas en mejores posiciones al momento de competir en el mercado laboral y que esto se traduciría inmediatamente en mayores ingresos personales, las políticas educativas se centrarían en masificar la formación universitaria para garantizar a todos esa oportunidad.

Pero los hechos indicaron lo contrario: el incremento de los años de escolaridad en el período entre 1998 y 2012 estuvo acompañado por la disminución del salario real por hora, indicativo de una caída en los retornos de la educación. Esto lo señalan Martínez & Lederman (2016), a la vez que mencionan la pequeña brecha de diferencia salarial entre salarios básicos y profesionales, situación que llevó a consecuencias desfavorables en la productividad laboral y en la movilidad internacional de la fuerza laboral venezolana. Las políticas económicas generaban condiciones adversas para el desarrollo de empresas, por lo cual la formación universitaria estaba alejada de la realidad y aun así graduaban cada vez más profesionales con el objetivo de ser empleados, así, la escasa demanda especializada otorgaba a las pocas empresas la ventaja de tener empleados con altos niveles formativos sin tener la necesidad de aumentar los salarios. Si se suma esto a la escasa cultura de emprendimiento, debido a la alta intervención estatal en la economía y las limitadas oportunidades económicas, las consecuencias inmediatas han sido el crecimiento de la economía informal y la emigración.

Las distorsiones del mercado en Venezuela se deben a la alta intervención del Estado en la economía nacional, que, gracias a los ingresos de la explotación petrolera y a políticas centralizadas, ha generado una economía completamente artificial e inorgánica, cuya riqueza carece del sustento de la productividad asociada al trabajo y con un mercado local dependiente de las importaciones. Baptista (2008) considera el caso venezolano como una gran anomalía, al mostrar como los salarios aumentaron por encima de la productividad nacional en el período comprendido entre 1950 y 1978, siendo el crecimiento de los salarios del 3,90% anual en comparación con el 1,5,00% de la productividad. Evidentemente el país gastaba mucho más de lo que producía, lo que inevitablemente produciría el colapso económico de la década de 1980 al bajar drásticamente los precios del petróleo en el mercado mundial.

A partir de 2004, nuevamente gracias a los elevados precios del petróleo, los índices de crecimiento económico empiezan a aumentar, implicando un aumento proporcional del gasto público, permitiéndole al Estado profundizar sus

políticas intervencionistas bajo la figura de programas sociales y subsidios. Según lo recopilado por Freitez (2011) “la abundancia de recursos en manos del Estado ha sido adverso para el control de la inflación” y la consecuente sobrevaluación de la moneda, debido al rígido control cambiario impuesto en 2003, abarató los productos importados y encareció los nacionales. Freitez (2011) muestra también cómo las políticas públicas permitieron también la reducción de la población activamente ocupada en el sector informal, sin embargo, produjo un incremento de la población inactiva ligada a los subsidios de las becas y las “misiones”, a la vez que generaban nuevos empleos en el sector gubernamental no necesariamente asociados a la producción de riqueza.

El monopolio que posee el Estado sobre el petróleo permitió la prolongación de prácticas inadecuadas. Según Guerra (2008), el crecimiento del gasto público era significativo al compararlo con el tamaño de la economía, los gastos del gobierno no guardaban proporción con los recursos destinados a educación, salud e infraestructura, presentando cada una de estas áreas fuertes carencias. La política económica se ha orientado a fortalecer el papel del Estado en la economía de producción de bienes y servicios. Así, para Martínez (2017), el Estado empresario se convirtió en el principal empleador, que fue desplazando al sector privado o interviniendo en el mismo a través de subsidios e incentivos que no fueron condicionados al desempeño. El gobierno enfrentó la crisis con controles de precios, devaluando la moneda e imponiendo un estricto control de cambios, sin éxito alguno.

3.4 Resultados de investigación

3.4.1 La crisis universitaria venezolana

La alta intervención estatal afectó la visión y la calidad de la Universidad. El concepto más aceptado de calidad educativa por el Estado Venezolano hace referencia a la equidad social y a la colectivización vinculada del paradigma del Estado Docente. Desde este enfoque, el Estado es el principal interesado, el principal actor y el principal cliente de la Educación, por lo tanto, el Estado debe determinar los fines de la misma y sostener ese sistema económicamente. Este tipo de políticas, implicaron grandes gastos en educación sin una relación clara con los índices económicos, dando por sentado que el desarrollo económico por sí solo vendría de la mano de la educación y permitiría el progreso social. Para Toro & Marcano (2007), la universidad venezolana, así concebida, formó una compleja red jerárquica y burocrática, cuya administración dependía de la distribución

del presupuesto asignado por el Estado, por lo tanto, terminaron marcadas por la cultura política que por las actividades académicas. La expansión de la educación en Venezuela, especialmente la universitaria, ha producido una enorme frustración, pues no cumplió con las expectativas sociales y económicas.

Sin embargo, las revisiones que se hicieron al respecto, afrontaron el problema desde el punto de vista ideológico y no desde el punto de vista técnico, pues en Venezuela no existen programas permanentes, estandarizados y generalizados de evaluación de la calidad en Educación Universitaria, a pesar que esta fue una de las finalidades de la creación en 2002 del Ministerio de Educación Superior. Parra (2010), señala que no se llegó a constituir el sistema de educación superior, tampoco se logró elevar la calidad ni la pertinencia social, ni se implementó el sistema de evaluación ni el de carrera académica que hubiesen implicado un logro en el avance hacia la garantía de alcanzar la calidad. Según Rivero (2006), en 1969, el Estado “se constituyó en garante de la educación para toda la población, al punto de elevar la concepción de los servicios universitarios a servicios públicos nacionales”, política que permitió elevar el nivel de acceso de la población a la Educación Superior. El modelo de universidad implantado en el momento permitía la libertad administrativa y docente, pero “la asignación de recursos a las universidades estaba asociada a la capacidad persuasiva de los rectores o su afinidad política con los gobernantes de turno”. Las universidades venezolanas no son autónomas, son instituciones capaces de administrarse a sí mismas, pero incapaces si quiera de darse sus propias leyes.

Bajo este paradigma, hablar de rendimientos económicos de la educación en Venezuela es un tema tabú. En el país, la Educación Superior gratuita es un derecho fundamental, un elemento necesario en la transformación social y el crecimiento económico de la Nación. La Universidad además de ser un centro de formación educativa, es asumida como un elemento de igualación social. Esta idea ha servido de justificación al Estado Venezolano para la inversión de grandes sumas de dinero en el sector Universitario, básicamente destinados para la enseñanza o para garantizar la permanencia del estudiante en la Universidad, pero sin un criterio claro de las prioridades de formación. Año a año, los montos de inversión en Educación Universitaria aumentaron en bolívares, pero gran parte de este presupuesto estaba destinado al pago de compromisos laborales y al mantenimiento de las providencias estudiantiles (subsidios casi totales de alimentación, transporte y servicio médico que gozan los estudiantes). Estos montos en bolívares aumentaban en parte al crecimiento del número empleados (no necesariamen-

te académicos) y estudiantes en el sector universitario, así como a las variaciones inflacionarias. En la práctica, según Bravo (2015), el presupuesto asignado por Ley resultaba siempre deficitario, por lo que el presupuesto ejecutado a final de año siempre superior a lo proyectado, siendo todavía insuficientes, lo cual revelaba una inadecuada planificación en el sector (tabla 1).

Tabla 1. Inversión Estatal en el Subsistema de Educación Universitaria en Venezuela entre los años 2004 y 2013 (incluye sistema paralelo)

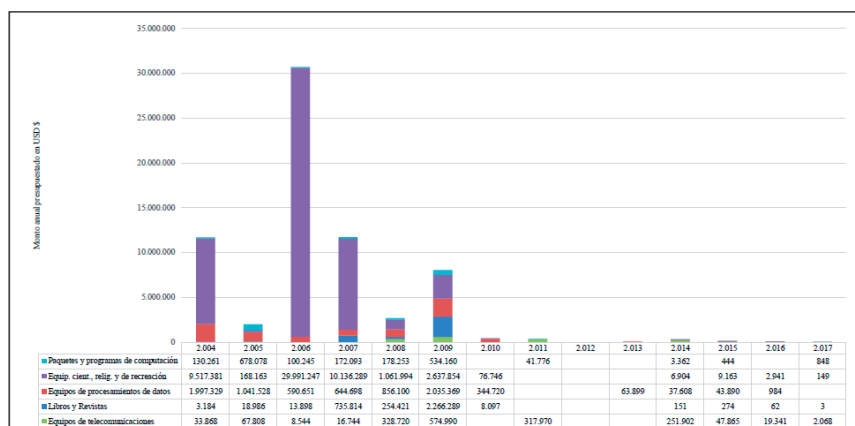
Año	Total Estudiantes Matricu- lados	Presupuesto Ejecutado			Presupuesto por estudiante		
		Bolívar Fuerte	Dólar Oficial	Dólar Paralelo	Bolívar Fuerte	Dólar Oficial	Dólar Paralelo
2004	1.123.063	Bs. 4.230.921.976,00	2.203.605.195,83	2.238.583.056,08	3.767,31	1.962,14	1.993,28
2005	1.247.714	Bs. 5.201.355.370,00	2.419.235.055,81	1.962.775.611,32	4.168,71	1.938,93	1.573,10
2006	1.807.122	Bs. 6.996.603.531,00	3.254.234.200,47	2.489.894.495,02	3.871,68	1.800,78	1.377,82
2007	2.135.146	Bs. 9.664.102.002,00	4.494.931.163,72	2.034.547.789,89	4.526,20	2.105,21	952,88
2008	2.135.000	Bs. 12.880.647.143,00	5.990.998.671,16	2.947.516.508,70	6.033,09	2.806,09	1.380,57
2009	2.200.000	Bs. 13.539.222.479,00	6.297.312.780,93	2.197.925.727,11	6.154,19	2.862,41	999,06
2010	2.200.000	Bs. 14.837.685.740,00	3.450.624.590,70	1.894.979.021,71	6.744,40	1.568,47	861,35
2011	2.340.207	Bs. 23.304.179.095,00	5.419.576.533,72	2.694.124.750,87	9.958,17	2.315,85	1.151,23
2012	2.503.296	Bs. 28.179.752.341,00	6.553.430.776,98	2.482.797.563,08	11.257,06	2.617,92	991,81
2013	2.600.000	Bs. 40.361.328.890,00	6.406.560.141,27	1.110.964.186,35	15.523,59	2.464,06	427,29

Fuente: Elaboración propia.

Así, aunque Venezuela contase con una gran cantidad de estudiantes y de profesionales universitarios, los resultados económicos del país no han sido los más alentadores. La capacidad de innovación y la de emprendimiento son bastante reducidas en el país, la economía venezolana sigue sin diversificarse, desde 1980 la pobreza y la inflación están en aumento. Venezuela no es un país competitivo, ni atractivo para la inversión o desarrollo de nuevas empresas. Según Martínez (2017), en el país “no se formó una burocracia profesional con capacidad para dirigir el proceso industrializador, en el reclutamiento de empleados públicos no hubo un riguroso proceso de selección y prevalecieron criterios de lealtad política”. Si quienes dirigen las instancias gubernamentales también son egresados de las Universidades Nacionales, entonces podría señalarse que en ellas hay en parte responsabilidad.

El estudio de UNESCO-IESALC, recopilado por Morlés, Medina & Álvarez (2002), concluyó en que la educación superior en Venezuela “vive y ha vivido una compleja problemática”, perdiendo espacios que les eran exclusivos, con serios problemas jurídicos, académicos, financieros y operativos. Señalan entre las principales deficiencias: desigualdad de oportunidades de estudio; carencias normativas, burocracia; debilidad en la formación pedagógica del profesorado; problemas de financiamiento; necesidad de redefinir la misión de las casas de estudio; discordancia entre oferta y demanda; visión cortoplacista que predomina entre el estudiantado, así como problemas relacionados con pertinencia y volumen, relación academia-empresa, dirección y gestión, tipo de formación del estudiantado, fuga de cerebros y factores políticos que inciden en la labor educativa. Así marcharon las cosas, hasta que en 2005 se introduce la injerencia política directa sobre el ámbito académico, cuando el gobierno se otorga control sobre el diseño curricular y la creación de carreras (gráfico 1).

Gráfico 1. Presupuesto asignado al sector universitario para equipos, libros y materiales para la enseñanza en el lapso 2004-2017



Fuente: Datos tomados de ULA-ODH (2019: 16).

La Universidad Venezolana no escapó al proceso de profundización del modelo centralizado del Estado, que el ingreso petrolero permitió que Hugo Chávez impusiese. Rodríguez & García (2013) expresaron el crecimiento desmesurado del sector universitario con la constitución de un sistema universitario paralelo al existente previo a 1999, el nacimiento de nuevas instituciones con sistemas de evaluación de calidad educativa ni dotación tecnológica adecuada. La

comparativa por ellos realizada entre el número de egresados en toda la historia de la Universidad Central de Venezuela (230.000) y el número de estudiantes en la Universidad Bolivariana de Venezuela en 2004 (270.000), les permite inferir que las políticas universitarias durante el gobierno de Hugo Chávez se limitaron solo a la masificación de la oferta estudiantil. Según el Observatorio Universitario de Derechos Humanos de la Universidad de Los Andes (ULA-ODH) (2019), estas Instituciones de Educación Superior dependientes del Estado creadas a partir de 2003 dentro de ese sistema paralelo no aparecen en los rankings universitarios internacionales y son ajenas a los estándares internacionales de calidad académica, teniendo en la sociedad una dudosa reputación en cuanto a la formación académica pues su finalidad es el proselitismo político.

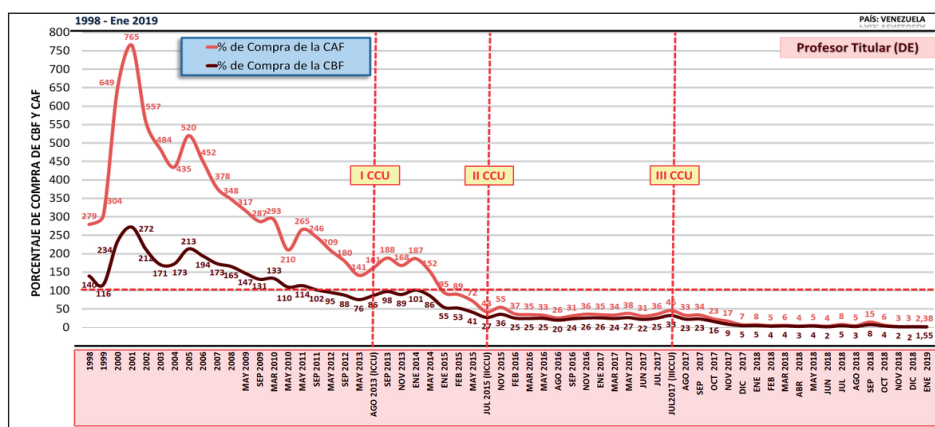
Lamentablemente, a partir de la llegada de Chávez, la Universidad se convirtió en un objetivo político al cual atacar debido a discrepancias ideológicas, y Nicolás Maduro continuó esta dinámica. Los datos que suministra ULA-ODH (2019) muestra que la tasa media de crecimiento del gasto público entre 2004 y 2017 fue de -27,08% para las partidas de materiales y suministros para las Universidades Nacionales. Una situación similar muestra las cifras referentes a los equipos y materiales de enseñanza e investigación: pasan de 15.676.857 dólares americanos en 2004 a solo 7.583 en 2017. Este descenso representa para las Universidades Venezolanas la imposibilidad de adquirir tecnología, insumos y materiales, afectando el desarrollo de la labor académica.

El deterioro del Sistema Universitario Venezolano se hizo evidente a partir de 2011, cuando el valor de los salarios de los profesores universitarios disminuyó de tal forma que no les era posible comprar la Canasta Básica Familiar, según los datos de Marzullo (2019). En 2008 habían iniciado los conflictos laborales por razones salariales que hoy se hacen comunes en las Universidades dependientes del Estado. Esto ha ido motivando la progresiva renuncia del personal docente universitario y su salida del país en busca de otras oportunidades laborales. Ante la incapacidad de las Instituciones de Educación Superior para remediar la situación, la reposición del personal docente y de investigación, con la misma preparación, se hizo imposible. Este escenario impacta más duramente el desarrollo de las actividades docentes y pone en riesgo la calidad educativa, pues no hay quien oriente la formación de los futuros profesionales (gráfico 2).

Es de entender que, ante el escenario hiperinflacionario y la crisis social, las prioridades de muchos venezolanos no estén dirigidas hacia la formación académica, particularmente en el momento en que fallan los servicios subsidiados

por el Estado para mantener la permanencia estudiantil. Por lo tanto, la deserción estudiantil y el descenso en el ingreso a la Universidad son fácilmente comprensibles. Albarán (2019) indica que a partir de septiembre de 2017, luego de un grave conflicto político, la cantidad de personas que abandonaron sus estudios en la ULA aumentó paulatinamente, la asistencia de estudiantes inscritos está por debajo del 50,00% y presentando el fenómeno reciente de carreras donde la matrícula se ha reducido hasta casi la totalidad, pues los estudiante han colocado sus prioridades en la alimentación y la escasa oportunidad de conseguir un empleo bien remunerado según la titulación, reconduciendo sus estudios hacia metas más alcanzables a corto plazo.

Gráfico 2. Porcentaje de compra de la Canasta Alimentaria (CAF) y Básica Familiar (CBF) para un profesor titular a dedicación exclusiva en el lapso 1998-2019

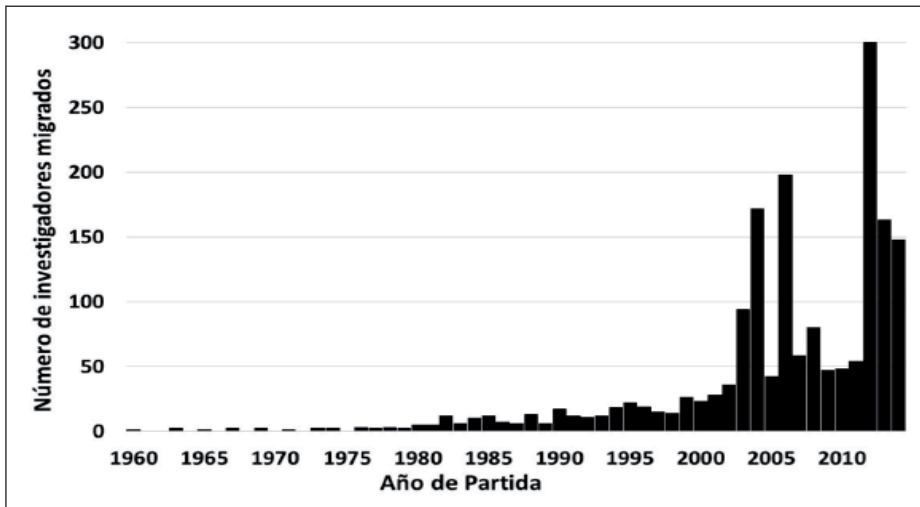


Fuente: Tomado de Marzullo (2019). Disponible en: <https://twitter.com/cmarzulllos/status/1106175121784487938>.

Los datos de la organización Aula Abierta Venezuela, en el Informe sobre la deserción en la Universidad de Los Andes para 2016, un estudiante de la Universidad de Los Andes en Mérida requeriría entre 1,4 y 2,8 salarios mínimos para poder subsistir, esto sin contar con materiales, libros u otros insumos propios de la actividad académica. La situación económica también afecta al personal docente, que ha optado por renunciar: entre 2010 y 2015 se retiraron 99 profesores. A estas renunciadas se les suman los permisos no remunerados, una estrategia que han utilizado muchos profesores para probar destinos en otros países y que, en muchos casos, ha implicado la renuncia: 130 profesores optaron por esa modalidad entre 2010 y 2015.

En cuanto a la producción académica, para el período 2005-2011, Rosenzweig & otros (2013), la mayor de la registrada por Redalyc estaba concentrada en tres instituciones: Universidad del Zulia, Universidad Central de Venezuela y Universidad de Los Andes. El reporte indica que la investigación venezolana era altamente endogámica, pues no incrementaba sus niveles de colaboración con investigadores radicados en otros países, lo cual es comprensible si se toma en cuenta las dificultades para acceder a las divisas a partir de 2003. La cantidad total de publicaciones venezolanas iba en ascenso hasta 2008, disminuyendo a partir de 2009, llegando a estar por debajo de la cantidad registrada al inicio del estudio. En ese estudio, entre las instituciones que más aportaban a la ciencia venezolana, no aparecen las universidades del sistema paralelo (gráfico 3).

Gráfico 3. Número de investigadores que han salido de Venezuela entre 1960 y 2014



Fuente: Tomado de Requena & Caputo (2016: 449).

La magnitud de la crítica situación de la investigación se comprende mejor en el trabajo presentado por Requena & Caputo (2016). Desde 1960 hasta 2016, 1783 científicos abandonaron el país, de los cuales 1512 corresponden al lapso posterior a 1999, de una comunidad de 12.850 profesionales al año 2014. Estos 1783 investigadores conformaban el 14,00% de los publicadores venezolanos y eran responsables del 31,00% de las publicaciones hechas en Venezuela. Esta migración afectó particularmente a las Universidades, pues en ellas era donde se realizaba la mayor parte de la investigación venezolana, principalmente la Uni-

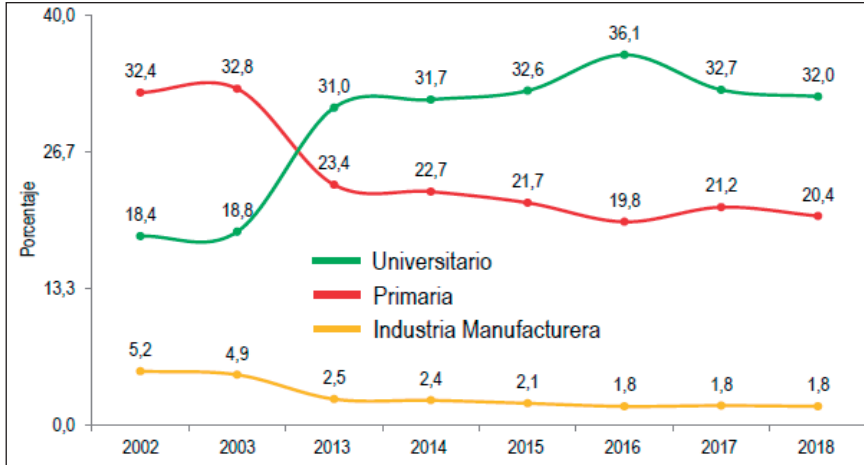
versidad Central de Venezuela, la Universidad Simón Bolívar, la Universidad de Los Andes y la Universidad del Zulia.

Todos los investigadores que emigraron poseían grados universitarios, un 68,00% de los emigrados poseían al menos un doctorado y un 32,00% habían alcanzado la maestría. La cifra es más preocupante si se toma en cuenta que un 76,00% de quienes obtuvieron el doctorado, obtuvieron dicho grado en el extranjero, muy posiblemente con los programas de financiamiento del Estado Venezolano. Según datos del Instituto de Estadísticas de la UNESCO (2017), Venezuela alcanzó su máximo de investigadores por millón de habitantes en 2013, reduciéndose luego a 283,93 en 2016, lo que representaría un descenso cercano a los 8.500 científicos. La pérdida de talento humano de alta preparación representa una grave pérdida para el país, sin importar los números, pero el hecho de que en una comunidad tan reducida la migración haya sido tan masiva, es altamente preocupante.

3.4.2 La demografía laboral venezolana

En Venezuela no hay datos oficiales fiables de los últimos cinco años, gran parte del trabajo se basa en estimaciones que hace el Instituto Nacional de Estadística (INE), con base a los datos del censo de 2011. Según datos del INE, en Venezuela la tasa de empleo y de escolaridad es elevada. La tasa de inactividad entre 2010 y 2012, estaba alrededor del 35,70% y la tasa de ocupación estaba alrededor de 91,60%. Para 2012, de los 7.126.561 jefes de hogar, el número de personas que poseían títulos universitarios era de 1.448.702 personas, cerca del 20,33% de los jefes de hogar, distribuido de la siguiente forma: 1.045.821 para profesional y 402.881 para técnico universitario. La población ocupada en el sector formal en 2013 era de 62,10% y en el informal 37,90%. El porcentaje de ocupados con estudios superiores en 1991 era de 18,40%, pasando a su máximo en 2016 de 36,10%, vale destacar que a partir de ese año hay una reducción. Los datos que suministra el INE en la encuesta de hogares por muestreo para el primer trimestre de 2018, revelan que el 32,00% de los ocupados posee Educación Universitaria (gráfico 4).

Gráfico 4. Ocupados por nivel educativo



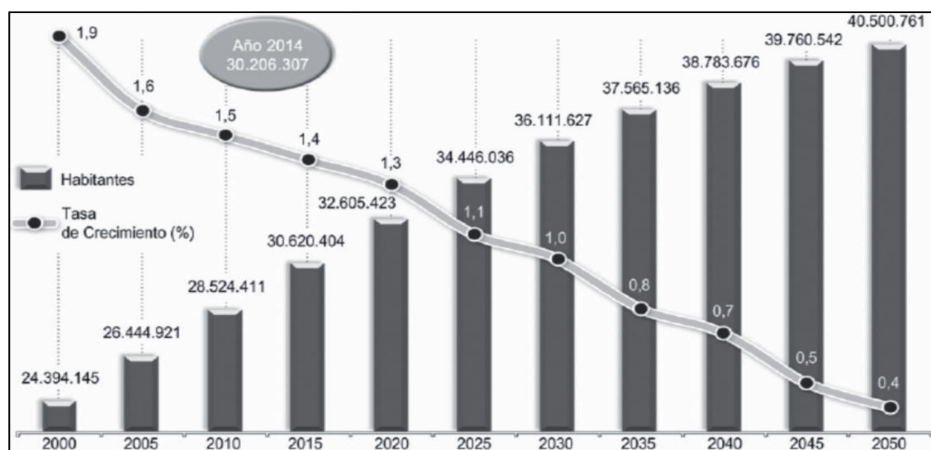
Fuente: Tomado de INE (2019). Disponible en http://www.mppp.gob.ve/wp-content/uploads/2018/Libro_Venezuela_en_CIFRAS_2018/libro.php.

Respecto a la evolución de la población, los datos del INE sugieren que la población venezolana está madurando. La tasa de crecimiento de la población era para 2010 de 1,50%, estimando para 2030 sería de 1,00%. La tasa de fecundidad se ha venido reduciendo de 2,90% en el 200 a 2,40% en 2010, con una proyección de 2,10% para 2025. El promedio de personas por hogar pasó de 4,88 en el 2000 a 4,18 en 2010, con tendencia a descender. El índice de envejecimiento de la población era de 34,40% y la tasa bruta de mortalidad ha ido en aumento de 5,00% en el 200 a 5,20% en el 2010, fácilmente explicable con el envejecimiento poblacional. Las estimaciones del INE para 2014 eran de 53,63% de la población tendría entre 15 y 50 años, 41,19% entre 15 y 40 años. El año 2010 marcó el inicio del bono demográfico de Venezuela, para entonces se estimaba que finalizaría en 2045.

Debido a la falta de datos oficiales, es necesario recurrir a resultados de encuestadoras asociadas a instituciones universitarias u organismos internacionales. Para 2017, según la Encuesta sobre condiciones de vivienda en Venezuela (ENCOVI), el 80,60% de la población ocupada estaba en el sector comercio y servicios, solo el 15,00% en trabajo científico o intelectual. El trabajo formal asalariado pierde importancia y los beneficios laborales pierden atractivo. El autoempleo aumentó de 30,60% en 2014 a 37,50% en 2017, tan solo el 3,00%

podría considerarse empleador, pero el sector público mantenía al 32,60% de la población ocupada. Para ese año, registró una tasa de desocupados aumentó a 9,00%, dos puntos porcentuales respecto a 2014, pero al sumarlo con el subempleo, se estimó un desequilibrio de mercado laboral en 15,30%. El 82,00% de los ocupados percibían ingresos por debajo del salario mínimo. El 69,00% de los desocupados tenían entre 15 y 34 años (gráfico 5).

Gráfico 5. Población y crecimiento relativo para Venezuela 200-2050



Fuente: Tomado de INE (2013). Disponible en http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/Censo2011/Boletin_Transicion_Demograf/BoletinTransDemogRBV-2000-2050.pdf

Respecto a los datos educativos, según los registros de ENCOVI (2017), el acceso a la educación descendió de 78,00% a 71,00%, con poco más de un millón de niños desescolarizados. La pérdida del poder adquisitivo ha disminuido el acceso a la educación privada, se ha reducido la demanda privada incluso en los sectores tradicionalmente aventajados, que han pasado al sistema estatizado. La asistencia escolar se ha visto reducida por la escasa alimentación o por las fallas de servicios públicos. La población de 18 a 24 años era de 4.241.000, de los cuales asistían a un centro escolar tan solo 1.602.000, en este segmento de la población ha caído la asistencia escolar en el estrato más rico. El 57,00% de los hombres y el 32,00% de las mujeres en ese rango de edad no han continuado sus estudios debido a que se vieron forzados a trabajar o simplemente no quisieron continuar. COOPI (2019) también registra que el acceso a la educación se ha deteriorado: hasta el 70,00% de los niños en edad escolar no asisten a la escuela de

forma regular y al menos un 15,00% exhiben retrasos significativos en su educación. Este abandono del sistema escolar, puede explicarse en parte, como señalan Martínez & Lederman (2016), en la percepción de los escasos beneficios laborales de la educación, pues crea falta de incentivos para la inversión en educación por parte de los individuos, en momentos en que las prioridades de alimentación son apremiantes. Esta situación creará consecuencias en la productividad de la economía en el largo plazo.

3.4.3 La emigración venezolana

En Venezuela no hay acceso a estadísticas oficiales de migración, bien sea porque estas nunca se habían considerado, como lo expresa Freitez (2011), o porque desde 2016 el gobierno venezolano adoptó una postura política negando la situación. La mayoría de los datos se encuentra dispersos en diferentes fuentes internacionales, permitiendo tener una referencia del flujo total. Hay que tomar en cuenta que gran parte de la población emigrante aprovechó la doble nacionalidad o se encuentra en situación irregular (el cierre de la frontera terrestre con Colombia en 2015 obligó a tomar como opción los pasos ilegales), por lo que muchos de esas personas no se registran, de tal manera que las cifras varían entre sí y dependen en algunos casos de inferencia estadística, siendo posible que el número total de emigrantes sea mayor al registrado.

El fenómeno de la migración calificada empezó a observarse en la década de 1980, luego de los efectos del primer colapso económico. Buena parte de esa población, que había sido formada en el extranjero por el Programa Gran Mariscal de Ayacucho, no encontraron a su regreso oportunidades de desarrollo profesional en el país. Durante el proceso de ajuste económico de la década de 1990, jóvenes profesionales, formados en las universidades venezolanas, fueron a nutrir los mercados de países desarrollados como Estados Unidos de América y países de la Unión Europea. Torres & Bruni (2014) indican que el comportamiento migratorio entre 1990 y 2007 se incrementó en 216,00% para profesionales jóvenes altamente calificados, llegando esta categoría a convertirse en 2007 en el 31,00% del total los migrantes. La migración profesional en Venezuela representó un problema de aprovechamiento del talento que el país preparaba, considerando la situación de escasez y costosa provisión de recursos humanos calificados, la pérdida de un profesional es de un costo incalculable para un centro de investigación o en la gerencia de una organización. Morillo (2006) señala que este fenómeno se debe en gran parte a una falla del mercado laboral interno, en torno a las expecta-

tivas tanto de la organización como de sus miembros y las oportunidades que el mercado y la economía les ofrecen a los profesionales.

Durante la década del 2000, Venezuela era el país de Latinoamérica con mayor porcentaje de emigrantes calificados en Estados Unidos de América, pasando de 48,90% en el 2000 a 52,10% en 2005. Morillo (2006) resume algunas causas de la emigración de talentos hasta el momento: ausencia de oportunidades de empleo, inseguridad personal e incertidumbre política. Para el año 2015 a estas razones se le sumaba la inflación. Las razones políticas aparecen tímidamente a partir de 2002, con el despido directo de más de 20.000 empleados de la estatal petrolera por motivos ideológicos, en la práctica sometidos a un exilio, lo cual significó una pérdida para el país de un personal altamente calificado en ciencias, tecnología y gerencia, que se llevó consigo su formación y experiencia para ponerlas al servicio de otras empresas o la conformación de nuevas empresas en otras naciones. Según el trabajo de prensa publicado por Durán (2015) la inflación se convertía en una de las principales causas de la emigración, señalando que el 45,00% de los trabajadores con edades comprendidas entre 23 y 30 años estaban más dispuestos a migrar pues es un sector de la población que “no tiene buenas perspectivas profesionales o siquiera la posibilidad de adquirir vivienda propia o un vehículo”.

El problema ha ido en aumento, acelerándose en 2018 y ya para 2019, según datos suministrados por ACNUR, poco más de cuatro millones de venezolanos habían emigrado en el lapso de cinco años, ya con el agravante de una crisis política y económica sin precedentes en la Nación, que ha obligado a muchos a huir prácticamente del país en busca de mejores condiciones de vida, señalando en un comunicado de prensa que “los venezolanos desplazados fuera de su país son uno de los grupos de poblaciones desplazadas más grandes del mundo”. Según ENCOVI (2017), en promedio se reportaron 1,3 migrantes por hogar, más de la mitad de los hogares que reportan emigrantes están en los sectores más aventajados económicamente, solo el 12,00% corresponde al estrato más pobre, siendo 60,00% la proporción que emigró desde las grandes ciudades. Según ENCOVI (2017), el 67,00% de los emigrantes salió a buscar empleo, y un dato resaltante: el 88,00% entre 15 y 59 años, con casi la mitad de ellos con educación universitaria finalizada. En la actualidad, la población emigrante no se limita solo al sector con amplia formación profesional, siendo esta la principal diferencia entre esta población y la anterior a 2017.

El número de venezolanos en el extranjero pasó de 700.000 a más de 1,6 millones entre 2015 y 2017, luego se agregaron 1,1 millones entre 2017 y comienzo de 2019. Las razones para emigrar se han empezado a diversificar: escasez de alimentos y medicinas. En 2014 poco más de 4.000 venezolanos solicitaron asilo, en 2018 las solicitudes llegaron a 248.000. Solo 1,4 millones de los venezolanos en el extranjero poseían estatus regular en los países receptores. El estimado del total de emigrantes venezolanos para finales de 2019 será de 5,3 millones, por su ritmo, el fenómeno migratorio venezolano es catalogado como el mayor desplazamiento masivo en la historia de Sudamérica. COOPI (2019) hace mención a los resultados de una encuesta que demostró una percepción común del venezolano: un 36,00% de los venezolanos deseaba salir permanente del país, incluyendo una mayoría (51,00%) con edades comprendidas entre 15 y 29 años (tabla 2).

Tabla 2. Evolución de la población venezolana en el exterior a julio de 2019

	2005	2010	2015	2019
MUNDO	437.280	556.641	695.551	4.326.330
DESTINOS DESTACADOS (Incluidos en el mapa)	394.209	503.156	638.849	4.207.126
AMÉRICA DEL NORTE (Canadá y Estados Unidos)	155.140	196.910	273.418	371.919
AMÉRICA CENTRAL + MÉXICO	12.437	21.260	33.065	166.974
CARIBE	24.367	19.629	21.074	119.333
SUDAMÉRICA	54.616	62.240	86.964	3.239.730

Fuente: Tomado de OIM (2019). Disponible en <https://robuenosaires.iom.int/sites/default/files/Documentos%20PDFs/Tendencias-Migratorias-en-Americas-Julio-2019.pdf>.

Se ha podido determinar que las principales razones para migrar son las económicas: la inflación y el deterioro de la calidad de vida han generado un fuerte impacto psicológico en la población venezolana, siendo la motivación para salir la búsqueda de estabilidad y la posibilidad de conseguir un empleo. La presencia de un familiar en el país receptor reforzaba la decisión de migrar, pues el uso de las redes de apoyo familiares permitía la posibilidad de establecerse y adaptarse en el país receptor.

Según lo expresado por Bermúdez (2019) en un artículo de prensa publicado por la BBC, la masiva migración venezolana generó presiones en el mercado laboral de los países receptores que se han reflejado en la caída de los salarios, citando informes del Banco Central de Chile y del Banco Central de Reserva de Perú. El periodista resalta que la edad promedio de los inmigrantes venezolanos en Colombia es inferior a la de la población colombiana, lo cual reporta beneficios a largo plazo para la economía de ese país. El Banco Central de Chile (2019) señala que la inmigración venezolana “se caracteriza por ser una población en promedio más calificada, más joven y con una mayor participación laboral que la chilena”. Esta Institución prevé un impacto positivo en su economía, concretamente en la estabilización a corto plazo de los salarios y consecuentemente de la inflación, y, a mediano plazo, un aumento en el crecimiento de la productividad.

El informe del Banco Central de Chile (2019) apunta al aporte de los inmigrantes a la productividad del país de acogida, señalando la evidencia que existe sobre la contribución positiva de la inmigración al PIB per cápita del país de acogida, por medio del aumento de la población económicamente activa, siempre que los inmigrantes tengan la oportunidad de insertarse al mercado laboral en igual condición que los locales. Según datos de la OIM (2018), para los venezolanos en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Perú y Uruguay, la necesidad de ayuda médica era mayor entre las personas con menor tiempo de residencia y en un porcentaje relativamente bajo (14,00%). La principal necesidad de los venezolanos era la generación de ingresos 37,00%, lo cual indicaba que la situación económica era el principal factor para abandonar el país.

Los datos aportados por Koechlin et al. (2019), la migración venezolana a Perú es mayoritariamente joven y tiene la intención de trabajar, el 60,00% tiene menos de 30 años y el 90,00% menos de 40. La inserción en el mercado laboral es muy alta, el 92,00% está ocupado, el 60,00% en condición de empleado, el 38,00% labora como independientes y solo el 1,00% como empleador. El 39,00% contaba con educación superior completa y 38,00% con educación secundaria completa. La comparativa entre 2018 y 2019 indica que, a pesar del aumento de inmigrantes, el nivel educativo disminuye, aunque esto se deba posiblemente porque se han dirigido hacia Chile o Argentina. Los inmigrantes que ingresaron a Perú al inicio del proceso migratorio contaban en gran medida con un nivel de formación universitaria, sin embargo, la proporción de venezolanos que desempeñan una ocupación relacionada con su formación profesional es escasa: solo el 7,65,00%, en parte quizá a las dificultades para reconocer los grados académicos venezolanos.

Las oportunidades empleo se reducen desde 2018 para los venezolanos, particularmente por las limitantes propias de la economía peruana que anteceden a la llegada de los venezolanos, pero que se agravaron por la sobreoferta de empleo, sobre todo por el arribo de venezolanos que carecen de formación académica, saturando el mercado laboral peruano, donde solo el 33,00% de los empleos requerirán competencias profesionales. La situación se agrava con las dificultades para reconocer los grados académicos. A pesar de las dificultades, en Perú se registran iniciativas de emprendimiento, en el que se utiliza como estrategia de mercadotecnia los conocimientos profesionales para agregar valor agregado a sus productos. Solo el 38,40% obtuvo el Permiso Temporal de Permanencia en Perú, el resto está solicitándolo, se encuentra con visa de turista o se encuentra irregular (tabla 3).

Tabla 3. Estimación de la población venezolana residente dentro y fuera de Venezuela el lapso 1990-2019

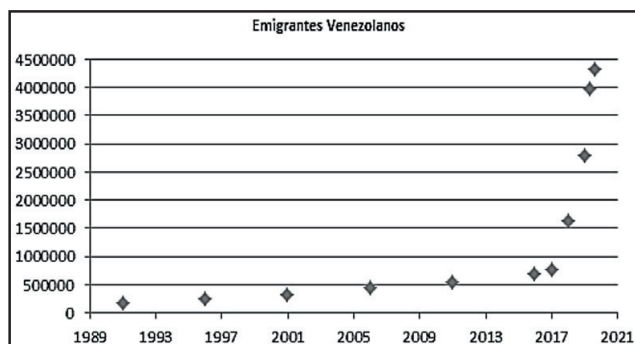
Año	Población estimada residente en Venezuela	Venezolanos emigrantes estimados
2011	28.944.070	556.641
2015	29.924.842	695.562
2016	30.248.358	780.279
2017	29.789.022	1.642.442
2018	29.021.914	2.806.197
2019	27.893.191	4.326.330

Fuente: Elaboración propia.

Según los datos recopilados por Delgado, Meléndez, Andrade & Dumagala (2019), el 71,00% de los migrantes que ingresan a Chile y Ecuador están en el rango de 26 y 35 años. En Ecuador, los inmigrantes poseen una mayor formación profesional que los ecuatorianos, la alta cualificación ronda el 53,00% entre los venezolanos en ese país frente al 16,00% de los ecuatorianos, en este país la mayoría están ocupados en el sector comercio y servicios, particularmente en la rama hotelera. En Chile la situación varía, el 70,00% posee estudios universitarios, mientras el 32,80% de los chilenos posee el mismo nivel educativo. Esto significa que la inmigración venezolana implicaría un incremento del desempleo en Ecuador, pero para Chile representa una oportunidad, puesto que su economía es mucho más estable y su mercado es más diverso.

El caso colombiano es completamente distinto al del resto de Sudamérica. Los lazos comerciales, culturales y familiares, sumados a una extensa frontera común, convirtieron a Colombia en el principal receptor y país de tránsito de emigrantes venezolanos. Las características comunes, historia y cultura, así como la preponderancia de personas con doble nacionalidad (colombiana y venezolana), hacen a este fenómeno migratorio distinto: es una migración mixta que inició con el retorno forzado de ciudadanos colombianos en 2015. Cerca de 1.235.593 personas habían ingresado a Colombia desde Venezuela hasta la fecha de elaboración del informe presentado por el Banco Mundial (2018), parte de ellos con nacionalidad colombiana, una población en edad activa con un alto porcentaje es menores de edad. El volumen de personas y la condición de vulnerabilidad de las mismas encendió las alarmas del Estado Colombiano. Muchos de los migrantes son grupos familiares enteros y conformados, la mayoría de los venezolanos espera que Colombia se convierta en su residencia a largo plazo. Según las proyecciones, se espera que los inmigrantes que dejaron familiares en Venezuela hagan lo posible por reunificar a sus familias en Colombia. La situación de socioeconómica es preocupante, la tasa de desempleo es del 22,00% y la incidencia de pobreza es del 51,00%. Las estimaciones indican un impacto negativo en el mercado laboral a corto plazo. La irregularidad es aparentemente alta, debido a las restricciones para adquirir documentos de identificación necesarios dentro de Venezuela (gráfico 6).

Gráfico 6. Total de emigrantes venezolanos en el lapso 1990-2019



Fuente: Elaboración propia.

Para julio de 2019, la OIM reportó un total de 4.326.330 emigrantes venezolanos, ubicando al 75,00% de ellos en Sudamérica, según una encuesta reali-

zada en Colombia, Ecuador y Perú. Casi mitad de los venezolanos deseaba quedarse en el país receptor, la tasa de desempleo más alta fue reportada en Perú con 26,00% y la más baja en Colombia con 9,00%. Respecto al nivel educativo un 19,00% habría concluido la universidad. Los principales lugares de destino fuera de Sudamérica eran Estados Unidos de América y España. Los datos de la OCDE (2019) registran que entre 2000 y 2018 ingresó una población de venezolanos de 465.640 en países miembros de la OCDE, de los cuales 176.509 se ingresaron a España y 157.378 en Estados Unidos, aunque estos ingresos no implicaban permanencia definitiva. La OIM (2019) registraba para enero de 2019 323.575 personas nacidas en Venezuela con residencia en España, de las cuales 159.333 poseen nacionalidad española. Posiblemente a eso se deba considerable variación en las cifras, el total de venezolanos en los países de la OCDE se estimaba en 733.169, viviendo la mayoría en Estados Unidos, España, Italia y Portugal, encontrándose ya la mayoría en esos países en el período previo a 2016, aprovechado la doble nacionalidad como consecuencia de la migración que recibió Venezuela a mediados del siglo XX.

Con los datos de los gobiernos extranjeros, de las diferentes organizaciones internacionales e instituciones estadísticas, puede estimarse la cantidad de venezolanos fuera de su país. Con esas estimaciones, puede hallarse la proporción entre el total de emigrantes respecto al total de habitantes del país. Se llega así a la conclusión que cerca del 16,00% de la población, para agosto de 2019 ha emigrado, un número cercano a las 4.462.911 personas. De estas, cerca del 84,00% tiene edades comprendidas entre 15 y 40 años. Estas proporciones tienen una tendencia a aumentar (tabla 4).

Tabla 4. Estimado de venezolanos entre 15 y 40 años

	Proyección INE	Emigrante	Saldo Poblacional
Total	12.817.364	3.634.117	9.183.247
Población adicional respecto al censo de 2011	932.687	3.166.539	-2.233.852

Fuente: Elaboración propia.

Uno de los factores que más llama la atención es que el grupo de transición demográfica es el que más ha emigrado, llevándose consigo toda la posibilidad de producir riqueza en Venezuela y la posibilidad de nuevos nacimientos. El bono

demográfico venezolano está siendo transferido a otros países. La población adicional entre 15 y 40 años, que se proyectaba para 2019, no solo no se ganó, sino que se perdió lo ganado en años anteriores, dando como resultado una contracción de la población económicamente activa.

3.4.4 Transformación de la universidad para la transformación de la economía

Ahora bien, dentro de este escenario, ¿cómo se aprende y se enseña en la universidad? ¿Se alienta la construcción de visiones flexibles sobre el conocimiento, de tal modo que los estudiantes aprendan a establecer relaciones entre los saberes, relativizando y contextualizando sus aportes? Si el fin primordial es formar a los jóvenes de tal modo que aprendan los contenidos de las asignaturas de manera profunda, significativa y duradera es de esperar que esa formación esté en manos de profesores competentes, que asuman la complejidad de su práctica donde deben afrontar una cantidad de demandas y situaciones con múltiples variables. La competencia profesional pasa, en gran medida, por tomar decisiones ajustadas al contexto, pertinentes y de calidad.

Aquí caben las interrogantes que motivan la presente investigación: ¿Ofrecen las Universidades Venezolanas la preparación para enfrentar los retos de la economía de la Sociedad del Conocimiento? ¿Han sido revisados adecuadamente los programas académicos en función de las necesidades del Mercado? ¿Permite la educación universitaria un aporte importante al desarrollo profesional del estudiante? ¿Se ha definido un estándar de calidad que oriente los objetivos de la Educación Universitaria? ¿Puede la Universidad competir contra otros nuevos esquemas o tendencias de Educación? ¿Percibe la sociedad un resultado importante de la formación universitaria? ¿Consideran, empresarios, profesionales y estudiantes, realmente necesarios la inversión en tiempo y dinero en la Universidad?

Las Universidades Nacionales requieren de transformaciones, cambios en la gestión educativa y todo lo que ella involucra, a fin de evitar que la crisis de la educación superior, tanto a nivel de pre y posgrado se siga manifestando en el escenario nacional, en donde hay un gran deterioro en la capacitación formación de profesionales, especialistas, maestros, doctores, de acuerdo a los requerimientos que el país necesita para afrontar los retos, saber aprovechar las oportunidades y colaborar en pro del desarrollo del país, que deja mucho que decir y más, cuando algo tan relevante, como es la educación, no se le da la importancia que requiere para salir adelante.

Conclusiones

La actividad docente y en particular la enseñanza en la universidad viene siendo objeto de múltiples análisis y reflexiones en el campo de lo socioeducativo. Sin dudas, el lugar estratégico de la universidad para nuestra sociedad, en tanto institución formadora de científicos y profesionales, obliga a reflexionar acerca de los propios fines y las formas de trabajo al interior de la cultura universitaria, el sentido de la docencia y el protagonismo del profesor. Es necesario determinar el impacto de los modelos de enseñanza, el papel de las nuevas profesiones, el mundo del trabajo y las nuevas tecnologías de producción y difusión e intercambio del conocimiento. Quienes vienen estudiando el tema en otras universidades advierten que a poco de andar por las aulas se empieza a notar que los tiempos de cambio parecen no haber sacudido las viejas formas de enseñar y aprender.

A la luz de los hechos planteados en este trabajo, quedan claras las condicionantes que enfrentará cualquier plan educativo o económico que pretenda hacer las transformaciones necesarias para el crecimiento de Venezuela. Por ello se espera continuar esta línea de investigación teniendo los siguientes objetivos:

- Construir un modelo dinámico que pronostique los sectores con mayor necesidad de talento humano a corto y mediano plazo.
- Diseñar un esquema de evaluación de calidad académica que permita sugerir los cambios necesarios en las universidades venezolanas en función del modelo antes planteado.

Es necesario rescatar la calidad educativa en las universidades venezolanas, particularmente las áreas relacionadas con el desarrollo científico y tecnológico que impulsan la economía global, para formar a personas con los conocimientos, capacidades destrezas y actitudes que se requieren para impulsar la economía nacional. Es altamente recomendable, establecer mecanismos de control y evaluación de la calidad académica. Si la Universidad Venezolana no determina parámetros de calidad, ni se somete a evaluaciones, ni realiza cambios determinados por los resultados de estas, corre el riesgo de desmejorar la excelencia académica, calidad educativa y no ser reconocidas a nivel nacional e internacional por la excelencia de su producción académica, impactando esta situación en la formación integral y calidad profesional de sus egresados, y su vez en el mercado de bienes y servicios.

Referencias

- ACNUR. (7 de junio de 2019). Refugiados y migrantes de Venezuela superan los cuatro millones: ACNUR y OIM. Obtenido de: <https://www.acnur.org/noticias/press/2019/6/5cfa5eb64/refugiados-y-migrantes-de-venezuela-superan-los-cuatro-millones-acnur-y.html>
- Alama, M. (2008). Capital intelectual y resultados empresariales en las empresas de servicios profesionales de España. Memoria de Grado. (*tesis doctoral*). Madrid, España: Universidad Complutense.
- Albarrán, J. (2019). La deserción estudiantil en la Universidad de Los Andes (Venezuela). *Revista Educación y Humanismo*, 21(36), 60-32.
- Bajo, N. (2005). Educación, economía global y mercado laboral. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 38, 641-669.
- Banco Central de Chile. (2019). Informe de Política Monetaria Junio 2019. <https://www.bcentral.cl/web/guest/-/informe-de-politica-monetaria-junio-2019>
- Banco Mundial (2018). Migración desde Venezuela hacia Colombia: impactos y estrategia de respuesta en el corto y mediano plazo. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/10986/30651>
- Banco Mundial. (1996). Prioridades y estrategias para la educación Examen del Banco Mundial 1995. Washington: World Bank.
- Baptista, A. (2007). La economía venezolana entre siglos. *Revista Nueva Economía*, 16(28), 59-80.
- Benedito, V., Ferrer, V., & Ferreres, V. (1995) *La formación universitaria a debate: análisis de problemas y planteamiento de propuestas para la docencia y la formación del profesorado universitario*. España: Edicions Universitat Barcelona.
- Bermúdez, A. (2019). Cómo impacta la crisis migratoria venezolana en la economía de otros países de América Latina. BBC Mundo. Obtenido de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-49119834>
- Bolívar, A. (2001). Globalización e identidades, (Des)teritorialización de la cultura. *Revista de Educación*, 1, 265-288.

- Bravo, L. (2015). Escolaridad e inversión educativa en Venezuela al 2015. Obtenido de: http://www.cerpe.org.ve/tl_files/Cerpe/contenido/documentos/Actualidad%20Educativa/1-%20INFORME%20%202015.pdf
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Chiva, R., & Camisón, C (2002) *Aprendizaje Organizativo y teoría de la complejidad: implicaciones en la gestión del diseño del producto*. España: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- COOPI. (2019). Síntesis del estudio Crisis migratoria Venezolana. Obtenido de: <https://data2.unhcr.org/en/documents/details/70437>
- Davenport, T., De Long, D., & Beers, M. (1998). Successful Knowledge Management Projects. *Sloan Management Review*, 39(2), 43-57.
- Delgado, J., Meléndez, J., Andrade, W., & Dumaguala, A. (2019). Incidencia del proceso migratorio venezolano en el mercado laboral ecuatoriano y chileno: Perspectivas desde el escenario econométrico. *Revista Espacios*, 40(11), 22.
- Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. New York: Butterworth-Heinemann.
- ENCOVI. (2017). Encuesta sobre condiciones de vivienda en Venezuela 2017. Obtenido de: <https://encovi.ucab.edu.ve/ediciones/encovi-2017/agenda-tematica/>
- Fong, C., Flores, K., & Cardoza, L. (2018). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Revista Nova scientia*, 9(19), 411-440.
- Freitez, A. (2011). La emigración desde Venezuela durante la última década. *Revista Temas de Coyuntura*, 63, 11-38.
- Guerra, J. (2008). Estado y finanzas públicas de Venezuela. *Revista Nueva Economía*, 27, 97-118.
- INE. (2011). Censo de población y vivienda. Datos en línea: http://www.ine.gov.ve/index.php?option=com_content&view=category&id=95&Itemid=26.

- INE. (2011). Estadísticas de la fuerza de trabajo. Datos en línea: http://www.ine.gov.ve/index.php?option=com_content&view=category&id=103&Itemid=40.
- INE. (2013). La transición demográfica en la República Bolivariana de Venezuela 200-20150. Obtenido de: http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/Censo2011/Boletin_Transicion_Demograf/BoletinTransDemogR-BV-2000-2050.pdf.
- INE. (2014). Boletín de indicadores de la Encuesta de Hogares por Muestro 2003 - 2013. Obtenido de: http://www.ine.gov.ve/documentos/Boletines_Electronicos/Estadisticas_Sociales_y_Ambientales/Educacion/EHM/pdf/20032013.pdf.
- INE. (2019). Venezuela en cifras 2018. Informe del Ministerio del Poder Popular de Planificación. Obtenido de: http://www.mppp.gob.ve/wp-content/uploads/2018/Libro_Venezuela_en_CIFRAS_2018/libro.php.
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2017). Panorama global del número de investigadores. Datos en línea: <https://www.tellmaps.com/uis/rd/#!/tellmap/187250920>.
- Koehlin, J., Solorzano, X., Larco, G., & Fernandez, E. (2019). Impacto de la inmigración venezolana en el mercado laboral de tres ciudades peruanas: Lima, Arequipa y Piura. Obtenido de: <https://peru.iom.int/sites/default/files/Documentos/IMPACTOINM2019OIM.pdf>
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing: Análisis, planificación, gestión y control*. México: Pearson Educación.
- Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. México: Antropos, Universidad Iberoamericana.
- MacLelland, D.C. (1973). Testing for competence rather than for “intelligence”. *The American psychologist*, 28(1), 1-14.
- Martínez, A., & Lederman, N. (2016). ¿Paradoja del progreso o de la decadencia? Retornos en la educación y brechas salariales en Venezuela 1998-2012. *Revista Gaceta Laboral*, 22(3), 187-206.

- Martínez, A. (2017). La intervención del Estado venezolano en la economía 1936-2016: alcances y límites. *Revista Economía*, XLII, 42(43), 113-139.
- Marzullo, C. (2019, marzo 14, 5:47). Sueldo de los Profesores Universitarios en la Categoría Profesor Titular a dedicación exclusiva desde 1998 hasta enero 2019. [Actualización de estado de Twitter]. Obtenido de: <https://twitter.com/cmarzullo/status/1106175121784487938>
- McConnell, C., & Brue, S. (1997). *Economía Laboral Contemporánea*. España: McGraw-Hill.
- Monteferrante, P., & Malavé, J. (2004). ¿Qué están haciendo las Gerencias de Recursos Humanos en Venezuela? *Revista Debates IESA*, 10(1), 39-44.
- Morillo, M. (2006). Análisis del mercado laboral venezolano. *Revista Fermentum*, 16(46), 501-52.
- Morlés, V., Medina, E, & Álvarez, N. (2003). *La Educación Superior en Venezuela, Informe 2002 a IESALC-UNESCO*. Venezuela: UNESCO.
- OCDE. (2019). Estadísticas demográficas de los países de la OCDE. Base de datos internacional de migraciones. Obtenido de <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MIG>
- OIM. (2019). Flujo de población venezolana 2do semestre de 2018, Encuesta de Monitoreo de Flujo: Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Perú y Uruguay, Necesidades y asistencia. Obtenido de https://migration.iom.int/system/tdf/reports/report_fms_south%20american_argentina%20brazil%20chile%20ecuador%20peru%20uruguay%202018.pdf?file=1&type=node&id=6106
- OIM. (2019). Portal de datos globales sobre la migración. Una perspectiva global. Obtenido de https://migrationdataportal.org/es?i=stock_abs_&t=2019&cm49=862
- OIM. (2019). Tendencias migratorias en las Américas. República Bolivariana de Venezuela. Reporte Julio 2019. Obtenido de <https://robuenosaires.iom.int/sites/default/files/Documentos%20PDFs/Tendencias-Migratorias-en-Americas-Julio-2019.pdf>

- Olsen, J. (2005). The institutional dynamics of the (European) University. Obtenido de: http://www.sv.uio.no/arena/english/research/publications/arena-working-papers/2001-2010/2005/wp05_15.pdf
- Oppenheimer, A. (2010). “¡Basta de historias!” *La obsesión latinoamericana con el pasado y las 12 claves del futuro*. México: Editorial Debate.
- Parkin, M. (2009). *Economía*. México: Pearson Education.
- Parra, M. (2010). Las transformaciones de la educación superior en Venezuela: en búsqueda de su identidad. *Revista Educación Superior y sociedad*, 15(1), 107-128.
- Rangel, C. (1982). *Del buen salvaje al buen revolucionario*. Venezuela: Monte Ávila Editores.
- Requena, J., & Caputo, C. (2016). Pérdida del talento en Venezuela: Migración de sus investigadores. *Revista Interciencia*, 41(7), 444-453.
- Rivero, L. (2006) Modelo de financiamiento de las universidades públicas venezolanas: La Universidad de Los Andes un caso de estudio en el sistema federal y descentralizado del Estado. Mérida. (tesis de maestría). Venezuela: Universidad de Los Andes.
- Rodríguez, P., & García, J. (2013). Aciertos y debilidades de la política universitaria de Chávez. *Revista Compendium*, 16(30), 71-94.
- Rosenzweig, P., Rosales, N., Rodríguez, F., Sarache, M., Useche, E., García, I., Aguado, E., Becerril, A., Ortiz, F., & Gutiérrez, Porfirio. (2013). *Informe sobre la producción científica de Venezuela en revistas latinoamericana de acceso abierto REDALYC 2005-2011*. Venezuela: Ediciones del Vicerrectorado Académico de la Universidad de Los Andes.
- Toro, A., Marcano, L. (2007). Calidad y educación superior venezolana. *Revista Saberes Compartidos*, 1(1), 43-53.
- Torres, C., Bruni, J. (2014). ¿Qué hacer para que se queden? La migración calificada en Venezuela. *Revista Debates IESA*, 19(4), 14-17.
- ULA-ODH. (2019). El sistema paralelo universitario en Venezuela. Obtenido

de: <http://www.uladdhh.org.ve/wp-content/uploads/2019/05/Informe-El-sistema-paralelo-universitario-en-Venezuela.-2003-2019-Descargar.pdf>

Uslar, A. (1981). *Educación para Venezuela*. Venezuela: Editorial Lisbona.

Villaseñor, G. (2003). La función social de la educación superior en México: lo que es y lo que queremos que sea. Obtenido de: http://209.177.156.169/libreria_cm/archivos/pdf_676.pdf

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 9, 2020. p.p. 61-84
ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Evaluación de estrategias de posicionamiento de marca implementadas por una
Institución Educativa para contribuir con su rentabilidad económica

Laura Granados Mojica
Carolina Charry
Carolina Monsalve Castro

Evaluación de estrategias de posicionamiento de marca implementadas por una Institución Educativa para contribuir con su rentabilidad económica *

Evaluation of brand positioning strategies implemented by an Educational Institution to contribute to its economic profitability

Recibido: Mayo 10 de 2019 - Evaluado: Agosto 13 de 2019 - Aceptado: Noviembre 17 de 2019

Laura Granados Mojica **
Carolina Charry ***
Carolina Monsalve Castro ****

Para citar este artículo / To cite this Article

Granados Mojica, L., Charry, C., & Monsalve Castro, C. (Enero-Junio de 2020). Evaluación de estrategias de posicionamiento de marca implementadas por una Institución Educativa para contribuir con su rentabilidad económica. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (61-84).

Resumen

El presente artículo expone un análisis acerca de la efectividad de las estrategias de posicionamiento de marca y su incidencia sobre la rentabilidad económica de una Institución de Educación de Bucaramanga, Colombia. La investigación se

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto vinculado a trabajo de grado en la Universidad Santo Tomás.

** Magíster en Administración por la Universidad Santo Tomás - Colombia. Email: laugra16@gmail.com.

*** Magíster en Administración por la Universidad Santo Tomás - Colombia. +Email: charry@colbritanico.edu.co.

**** PhD en Dirección de Empresas. Directora de la Maestría en Administración. Universidad Santo Tomás - Colombia. Email: caromonsalve83@hotmail.com.

plantea de tipo no experimental transversal descriptiva, cuantitativa, cuyo análisis estuvo basado en mediciones y procedimientos estadísticos. Los resultados muestran que el correcto planteamiento de un plan de posicionamiento de marca puede derivar en la mejora de las cifras financieras de la Institución, a partir del incremento de los ingresos por clientes captados y fidelizados. Se derivan conclusiones que contribuirán con la mejora en la implementación de estrategias de posicionamiento para las instituciones educativas.

Palabras Clave: Posicionamiento de Marca, Rentabilidad Económica, Entidades Educativas

Abstract

This article presents an analysis of the effectiveness of brand positioning strategies and their impact on the economic profitability of an Education Institution in Bucaramanga, Colombia. The research is of a non-experimental, cross-sectional descriptive, quantitative type, whose analysis was based on measurements and statistical procedures. The results show that the correct approach to a brand positioning plan can lead to an improvement in the financial figures of the institution, based on the increase in income from captured and loyal customers. Conclusions are derived that will contribute to the improvement in the implementation of positioning strategies for educational institutions.

Key words: Product Placement, Brand Positioning, Economic Profitability, Schools

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - 1. Técnicas e instrumentos para recolección de información. - 2. Fases de recolección y reconocimiento de la información. - III. - Plan de redacción. - 1. Posicionamiento de marca. - 2. - Rentabilidad económica. - 3. Resultados de investigación. - 3.1 Fidelización y captación de nuevos clientes. - 3.2. Rendimientos financieros. - 3.3 Ingresos por matrículas y pensión. - 3.4 EBITDA. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Para las instituciones educativas, según lo ha mostrado la experiencia, el posicionamiento de marca se ha fundamentado en el prestigio transmitido entre

generaciones. Sin embargo, las empresas dedicadas a la prestación de servicios de educación han venido enfrentando transformaciones en los procesos académicos, las relaciones con las familias, la administración de procesos y, por ende, en la forma como ellas conectan con su mercado. Este artículo de investigación presenta un análisis producto de un estudio realizado en una Institución de Educación de la ciudad de Bucaramanga, acerca de la relación entre la implementación de una estrategia de posicionamiento y el alcance de una rentabilidad económica que le permita ser sostenible en el tiempo, a partir de la construcción de una imagen de marca fuerte como referente en el sector.

El sector educativo de Bucaramanga y su área metropolitana ha estado marcado por la influencia de opciones prestigiosas y ampliamente reconocidas por tradición y por la calidad de su servicio. Por lo que incursionar con una nueva propuesta educativa representaba todo un desafío para la Institución, de modo que desde su fundación en el año 2014 y hasta inicio del año 2017 no había conseguido un punto de equilibrio financiero a pesar de contar con una propuesta diferenciadora y de impacto para la región, por lo que optó por la implementación de un plan de posicionamiento de marca con el objetivo mejorar su posición en el mercado y su rentabilidad económica.

Construir una imagen de marca que llegue a la mente del consumidor se ha convertido en una necesidad empresarial, ya que “si no se logra hacer que el cliente la conozca y que además elija, entre todas, a nuestra compañía para su adquisición o disfrute, percibiendo una clara diferencia que suponga una ventaja sobre las demás” (Martín García, 2005: 14), no es posible convertirla en referente dentro del mercado tanto para los consumidores como para las empresas competidoras. Y es que posicionar una marca no solo implica penetrar en la mente de los consumidores a partir de la identificación de sus necesidades y la consolidación de un conjunto de estrategias de mercadeo que logren que éste se identifique con la marca, sino que es fundamental constituir un elemento diferenciador que la destaque de la competencia.

En este sentido, se ha encontrado que las marcas educativas tienen retos adicionales a las empresas de los demás sectores, entre ellos su relación con los medios de comunicación y el impacto que ellos tienen sobre el consumidor y la venta de un producto (Kaplún, 1985), que hace parte de la creciente competencia con variadas y novedosas propuestas. Es por esto que las instituciones han tenido que volcar sus formas de administración hacia la inclusión de campañas

de mercadeo, dejando por sentado la importancia de fortalecer y hacer crecer la marca en las instituciones educativas, pues “en este contexto, las estrategias de mercadeo se han convertido y cada vez más, en una forma importante de atraer estudiantes” (Zancajo, 2018: 166).

Dentro del sector educativo, si bien se han estudiado las técnicas y estrategias que pueden contribuir a conseguir este posicionamiento, no es mucha la información que se tiene al respecto, especialmente en el ámbito nacional donde el sector sigue siendo administrado de la manera tradicional, y los estudios e investigaciones sobre las estrategias de posicionamiento de marca se han enfocado netamente a sectores altamente comerciales. De este modo, a partir de las bases dejadas por estudios internacionales, enfocados en el posicionamiento de las marcas educativas y su relación con la fidelidad del cliente, este estudio no solamente analiza las estrategias de mercadeo que han llevado a la Institución a conseguir dicho posicionamiento, sino que además tiene en cuenta su relación con la rentabilidad económica, para garantizar el cumplimiento del objetivo gerencial por excelencia: la perdurabilidad de la compañía en el tiempo.

Con el análisis realizado a esta estrategia y su incidencia financiera, se encontraron diferentes variables a considerar para conseguir que dicho impacto sea positivo¹, tales como la identificación de las necesidades de los nuevos clientes, la fidelización de los clientes actuales y la personalización del proceso, así como su adaptación a las necesidades cambiantes del planeta. Con estos resultados que espera una contribución de mejora en la implementación de estrategias de posicionamiento para las instituciones educativas.

La investigación se planteó como de tipo cuantitativo no experimental transversal descriptiva, que combinó encuestas con el análisis de información, revisión de cifras financieras, estadísticas de estudiantes, para comprobar la hipótesis que expone que la implementación de un plan de posicionamiento contribuyó con la rentabilidad económica de la Institución durante el año 2017.

El primer apartado, presenta una revisión teórica acerca de los conceptos de posicionamiento de marca y rentabilidad económica, fundamentales para el entendimiento del desarrollo de esta investigación. Posteriormente, se expone

¹ Para este análisis, la rentabilidad económica fue considerada a partir de la captación de nuevos clientes, medida a partir de los ingresos por matrículas y pensiones, índices de deserción y número de estudiantes matriculados.

la metodología utilizada describiendo la información estudiada y la forma de recolección y análisis de datos. En la sección de resultados el lector podrá encontrar las implicaciones del plan de posicionamiento de marca sobre la rentabilidad económica de la Institución, describiendo evolución de cifras y comparativos de estudiantes vinculados. El artículo finaliza con una sección de conclusiones y recomendaciones aplicables al manejo gerencial de las instituciones educativas.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuál es la efectividad de las estrategias de posicionamiento de marca y su incidencia sobre la rentabilidad económica de una Institución de Educación de Bucaramanga, Colombia?

2. Metodología

A partir de la literatura encontrada y teniendo en cuenta que son escasos los estudios realizados que sirvan como base para estudiar la incidencia de las estrategias de mercadeo enfocadas al posicionamiento de la marca sobre la rentabilidad económica para instituciones del sector educativo, pues solamente se encuentra un análisis enfocado hacia la consecución de nuevos estudiantes, esta investigación fue realizada con el fin de comprobar la hipótesis acerca de que las estrategias de marketing implementadas por una institución educativa de la ciudad de Bucaramanga, contribuyeron a la rentabilidad económica de la empresa durante el año 2017.

La investigación se clasificó como de tipo cuantitativo, ya que fue realizada con el objetivo de probar una hipótesis previamente establecida, los planteamientos a investigar estuvieron específicamente delimitados desde el inicio del estudio, siendo lo más objetiva posible, a partir de una medición y el análisis estuvo basado en procedimientos estadísticos (Hernández Sampieri, 2010). Se considera de tipo no experimental ya que es sistemática y empírica, basada en variables independientes no manipulables, dado que ya sucedieron, “el investigador observa lo que ocurre de forma natural, sin intervenir de manera alguna” (Sousa, Driessnack & Costa, 2007: 504); dado que “su objetivo indaga la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población” (Hernández Sampieri, 2010: 152), al describir las estrategias de posicionamiento de la Institución de Educación estudiada y su incidencia sobre la sostenibilidad económica de esta, se considera como una investigación transversal descriptiva.

Para comprobar la hipótesis planteada, se tuvo en cuenta el conjunto de variables presentadas en la Tabla 1, siendo la rentabilidad económica de la Institución la variable dependiente, en función de la aplicación de las estrategias de posicionamiento de marca.

Tabla 1. Operacionalización de Variables

Hipótesis	Variables	Indicadores	Elementos
Las estrategias de marketing implementadas por la Institución de Educación durante el año 2017 permitieron la captación de nuevos clientes, asegurando la rentabilidad económica de la empresa.	Variable Dependiente		
	Rentabilidad Económica	1. Captación de clientes.	▪ Matrículas efectivas
		2. Indicador de deserción.	▪ Índice de deserción
		3. Ingresos por matrículas y pensión.	▪ Estados financieros
	Variables Independientes		
	Estrategias de posicionamiento de marca.	1. Percepción de marca por consumidores potenciales.	▪ Encuesta de percepción inicial de la marca
2. Adaptación de las estrategias a las características del cliente de la Institución Educativa.		▪ Encuesta de estilo de vida del cliente de la Institución	
3. Fidelización del cliente.		▪ Encuesta de satisfacción	

Fuente. Elaboración propia.

2.1 Técnicas e instrumentos para recolección de información

Para el entendimiento del plan de posicionamiento y de las necesidades de la Institución de Educación, se tuvieron como instrumentos:

Encuesta de inicial de percepción de la marca. Se tuvo como punto de partida un estudio de percepción de marca realizado por la Institución, donde se contó

con una muestra de 384 encuestados en las ciudades de Bucaramanga y Floridablanca en las cuáles la institución cuenta con sedes. La muestra fue determinada a partir un muestreo aleatorio simple², con un nivel de confianza del 95,00%, una varianza de 0,50 y un margen de error de 5,00%, como se muestra en la siguiente ecuación sobre el muestreo encuesta inicial de percepción de marca.

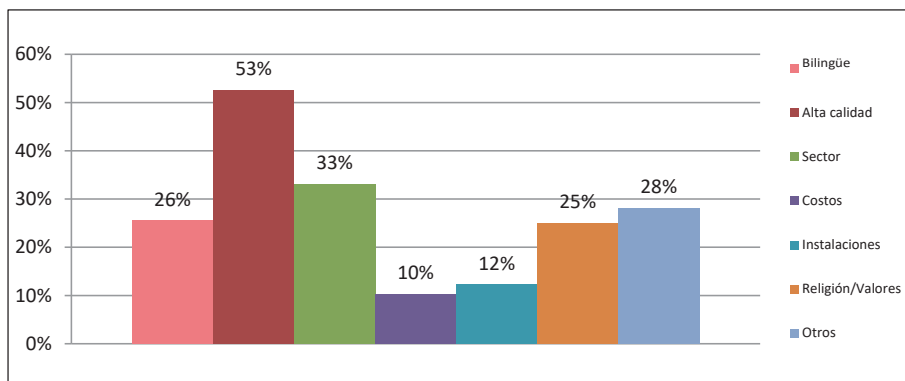
Los datos fueron analizados por medio de herramientas de análisis de datos de Excel, determinando percepción de la marca, elementos diferenciadores de una propuesta académica atractiva y necesidades según edad, clasificación socioeconómica y ocupación de los padres de familia, potenciales clientes de la institución. El instrumento consistió en un cuestionario que alude al recuerdo del consumidor en cuánto a referentes educativos de la región, teniendo en cuenta aquellas marcas que tradicionalmente han representado un referente. Para esto, se tuvieron en cuenta dos etapas, de modo que en la primera se esperaba conocer el posicionamiento de la marca al asociarse simplemente con el sector educativo, mientras que en la segunda etapa se dieron opciones de respuesta que incluían tanto a los referentes como a la marca evaluada.

Los resultados de dicha evaluación mostraron que la Institución de Educación solamente aparece en la mente del encuestado una vez se hace posicionamiento inducido, es decir, cuando se incluye la marca en las opciones de respuesta, de modo que no es la primera opción de éste al responder sobre sus referentes de un colegio bilingüe en la ciudad de Bucaramanga, permitiendo, no solamente conocer el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor, sino identificar los colegios a los que el mercado objetivo asocia con calidad y bilingüismo para utilizarlos como modelo para el establecimiento de las preferencias y expectativas de los usuarios a la hora de elegir un colegio, como base dentro de la estrategia a utilizar, resaltando elementos clave, de modo que el mensaje a transmitir debía destacar las características de la propuesta de valor que coincidieran con lo esperado por el cliente.

Para este caso, como se muestra en el gráfico 1, se pudieron determinar como elementos de decisión para elegir una institución, el bilingüismo, la calidad, el sector y los costos, dentro de las opciones más relevantes de respuesta dentro de los encuestados.

² Partiendo de la población total del Área Metropolitana de Bucaramanga, determinada a la fecha por el DANE en 1.726.696 habitantes.

Gráfico 1. Elementos de decisión para elección de colegio AMB



Fuente: Tomado de estudio de mercados institución estudiada.

Encuesta del estilo de vida del cliente. Con el objetivo de caracterizar al cliente la institución realizó una encuesta cuyo propósito era determinar los elementos diferenciadores con respecto de la competencia. Este instrumento³ contó con una muestra que alcanzó del 81,00% de la población total de padres de familia de la Institución, con un margen de error del 2,90% y un nivel de confianza del 98,10%.

Partiendo de que “una segmentación efectiva debe agrupar a los compradores en segmentos que tengan la mayor similitud posible en cuanto a las características relevantes dentro de cada segmento, pero la menor similitud en dichas características entre los otros segmentos” (Lovelock & Wirtz, 2009: 187), con la ayuda de los clientes que para el año 2015 y 2016 ya habían confiado en la propuesta de la Institución, se realizó un estudio de caracterización poblacional, que permitió identificar clasificaciones sociodemográficas y de preferencias a nivel personal, profesional y en relación con la educación de sus hijos, identificando las características plasmadas en el gráfico 2. A partir de esto, se desarrolló una ruta de acción mejor encaminada, contribuyendo a la eficiencia del plan de posicionamiento de marca, al identificar los canales directos por los cuales sería más efectivo transmitir el mensaje, así como el mensaje mismo a transmitir, pues su desconocimiento puede derivar en inversiones erróneas en publicidad y estrategias de mercadeo que o bien lleguen al público equivocado o no sean transmitidas de la manera correcta, dando un mensaje equivocado a los clientes objetivo.

³ La aplicación y tabulación de esta encuesta fue realizada por la firma Marketnova.

Gráfica 2. Caracterización mercado objetivo



Fuente. Elaboración propia.

Encuesta de satisfacción. La fidelización de los clientes es uno de los objetivos principales de la propuesta de posicionamiento de marca planteada por la institución, por lo que conocer los puntos débiles y las fortalezas que identifican los clientes actuales resulta vital para establecer el plan de acción que supla las sus necesidades y las de potenciales clientes. Esta encuesta se realizó cada semestre con la participación de una muestra que representa el 90,00% de las familias miembros de la comunidad educativa.

2.2 Fases de recolección y reconocimiento de la información

Para el cumplimiento del objetivo propuesto en esta investigación, el proceso de análisis fue realizado mediante fases de recolección y reconocimiento de la información acerca de la Institución, que permitió a las investigadoras la exposición de resultados y conclusiones, acerca de la experiencia estudiada.

Fase 1. Reconocimiento del plan estratégico de la Institución de Educación. El desarrollo de esta etapa de la investigación determinó un punto de partida para entender la filosofía institucional y la propuesta de valor de la Institución. A partir del reconocimiento del plan estratégico y el Proyecto Educativo Institucional, se pudo describir al objeto de estudio como una Institución de Educación ubicada en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana que abrió sus puertas 2014 con el fin de ofrecer una educación bilingüe con una metodología innovadora basada en proyectos de aula y los intereses de los estudiantes

de los ciclos de preescolar, primaria, y próximamente en secundaria. El objetivo de la Institución consiste en desarrollar y potenciar las habilidades cognitivas, sociales y personales, así como los talentos diversos de los estudiantes a través de la ciencia, el arte y la tecnología dentro de un contexto investigativo que responde a las nuevas demandas de la sociedad del conocimiento. Como propuesta de valor se identificó que la Institución le apuesta a una nueva idea en educación basada principalmente en el ser único del estudiante, permitiéndole explorar a su ritmo y aprender de una manera diferente y agradable. Los estudiantes son concebidos como seres sociales y sujetos plenos de derechos, únicos en sus características biológicas, personales y sociales en plena expansión de todas sus posibilidades para aprender. Desde este contexto, sus estudiantes se caracterizan por ser participativos y sociales, críticos e investigadores, perseverantes, sensibles y por tener un buen concepto de sí mismos.

Fase 2. Identificación y análisis del objetivo de marketing desarrollado por la empresa durante el año 2017 y las estrategias aplicadas para tal fin. En la segunda etapa de la investigación, una vez reconocido el valor diferenciador de la marca y el mensaje que busca transmitir con su propuesta educativa, se procedió a estudiar la estrategia de posicionamiento de marca y su plan de marketing asociado para el año 2017, que pretendía dar continuidad a las estrategias aplicadas en años anteriores, de modo que el crecimiento de la Institución mantuviese un ritmo de crecimiento exponencial, y consiguiera incrementar el número de estudiantes que garantizaran el sostenimiento financiero, medido a partir de la rentabilidad económica. Las estrategias planteadas contaron con un plan perfectamente estructurado que incluía las tácticas, los medios de comunicación que favorecen llegar al cliente y el presupuesto para cada uno de los tres objetivos fundamentales planteados:

- Branding. Establecer claramente la filosofía de la marca y comunicarla tanto a clientes internos como externos, permitiría dar a conocer al colegio dentro del mercado de la región por su propuesta educativa diferente.
- Fidelización. Conservar a los clientes que habían confiado en la filosofía de la institución es fundamental, por lo que este componente tenía como finalidad incentivar la participación activa de las familias mediante actividades de interés, así como incrementar su satisfacción por los servicios recibidos, para que esto derivase en un fomento del “voz a voz” en su círculo social.

- **Atracción.** Generar una nueva demanda de clientes es importante para el crecimiento del número de estudiantes que aporten ingresos para el funcionamiento de la institución.

Ahora bien, el cumplimiento de los objetivos planteados requirió de un conjunto de estrategias juiciosamente pensadas y planteadas, de modo que se consiguiera comunicar lo que realmente el público esperaba conseguir de la propuesta educativa ofrecida. Por esto, en primer lugar, para conseguir destacar la marca de la competencia, la primera estrategia de acción consistió en el desarrollo de una construcción de marca o branding, dada la estrecha relación que existe entre la imagen de la marca y su posicionamiento. Mediante ésta se buscaba determinar claramente los valores y la filosofía que quería transmitirse al público, comunicando experiencias y valores que identificasen a las familias con la institución, de modo que la marca alcanzara una singularidad que la destacase en el mercado. Para esto, se trabajó a partir de las preguntas ¿quiénes somos? ¿qué hacemos? ¿cómo lo hacemos?, comunicando la filosofía del colegio como una experiencia que destacaba el lema diferenciador de la propuesta de valor y los valores que caracterizan el método educativo ofrecido y los valores que distinguen a esta comunidad educativa. Aquí jugaron un papel importante los mecanismos de publicidad utilizados en medios tradicionales y principalmente los utilizados en redes sociales donde se utilizaron piezas publicitarias innovadoras que lograron identificar a las familias potenciales clientes, tales como el relato de la experiencia de las primeras familias que hicieron parte de la institución y se sienten actores comprometidos en el proceso educativo conjunto de sus hijos.

El segundo objetivo del plan de posicionamiento institucional fue constituido sobre el conocimiento de la dificultad para la atracción de nuevos clientes y la facilidad con que éstos pueden ser perdidos, por lo que a partir de la fidelización del cliente se buscó mantener relaciones estables y de largo plazo con los clientes, mediante la consecución de una “correspondencia favorable entre la actitud del individuo frente a la empresa y su comportamiento de compra de los productos y servicios de la misma” (Mensén, 2011: 30), lo que se vería reflejado en una habitualidad en la compra, directamente relacionada con la satisfacción. Para esto, se plantearon estrategias que abarcaron desde lo interno hacia el exterior, comenzando por el desarrollo de una cultura de servicio al interior de la institución, convirtiendo al personal en actores activos del mercadeo relacional, de modo que se consiguiese una personalización del servicio a partir de detalles que lo hicieran sentir como una parte especial de la Institución. Además, con el fin de

identificar las necesidades del cliente después de haber conocido la propuesta del colegio, se planteó una serie de encuestas de satisfacción que se realizaron con una periodicidad semestral, donde fue posible evidenciar los puntos favorables y las acciones de mejora requeridas para ajustarse a las expectativas de éstos. El ejercicio contribuyó con la determinación de un conjunto de aspectos que debían enfatizarse, tanto en la calidad del servicio prestado como en la forma de relacionar a la institución con los padres de familia.

Una vez determinado el mercado objetivo y sus expectativas, así como las falencias identificadas por los clientes actuales de la institución, fue posible establecer un plan de posicionamiento con estrategias que apuntaban a la atracción de nuevos clientes como elemento clave para la consecución de un crecimiento de la rentabilidad económica del colegio. La estrategia de atracción de clientes tuvo que contemplar los diferentes canales por medio de los cuales no solamente se podían atraer nuevos clientes, sino que además permitían mantenerlos de una forma eficiente y efectiva.

Teniendo en cuenta que las estrategias mencionadas anteriormente hacían parte de una definición estratégica de la propuesta de valor con el fin de conseguir una diferenciación en el mercado, y que, una vez estudiado el rango de precios de la competencia, se puede decir que la competencia por precio no era el camino para la Institución, se pensó en una estrategia consistente en el establecimiento de alianzas estratégicas con las fuentes de dónde provenían los estudiantes actuales, tales como jardines infantiles de la zona o afines con la descripción del mercado objetivo identificado, así como centros médicos de pediatría, centros de actividades extracurriculares, entre otros, de modo que a partir de la transmisión de una sensación de calidad que se tradujo en satisfacción del cliente, fue posible defender el precio y captar clientes por lo atractivo de la propuesta de valor para la educación de los niños de las familias objetivo.

Fase 3. Estudio del comportamiento de la rentabilidad económica de la Institución. Para el análisis de la incidencia de la estrategia de posicionamiento de la Institución de Educación estudiada se tuvo en cuenta el resultado de las cuentas de ingresos operacionales, que para este tipo de sociedad se constituye a partir de los ingresos derivados de la actividad directa de la prestación del servicio educativo, sin tener en cuenta aquellos ingresos generados por conceptos tales como los rendimientos financieros y los que pudiesen generarse por gestiones gerenciales enfocadas hacia la administración de los activos de la entidad.

Fase 4. Evaluación de Resultados Obtenidos. Determinar la incidencia del plan de posicionamiento de marca sobre la rentabilidad económica de la Institución requirió de un cuidadoso análisis comparativo tanto de las estrategias de mercadeo utilizadas en pro del posicionamiento de la marca en el mercado a partir del reconocimiento de las necesidades y presaberes de los clientes potenciales, así como de la evolución de las cifras financieras desde su fundación hasta el año 2017. La información recolectada fue analizada con las herramientas de análisis de datos de Microsoft Excel, teniendo en cuenta las medidas de tendencia central que permiten identificar opiniones conjuntas de cada uno de los aspectos que comprenden las variables estudiadas.

3. Plan de redacción

3.1 Posicionamiento de marca

La evolución y apertura de los mercados los ha hecho cada vez más competitivos, planteando nuevos retos para las empresas, en cuanto a la conquista de los posibles consumidores. Posicionar una marca en la mente del consumidor se ha convertido así en un objetivo fundamental dentro del plan estratégico de las corporaciones, ya que “un posicionamiento de marca adecuado sirve de directriz para la estrategia de marketing puesto que transmite la esencia de la marca, aclara qué beneficios obtienen los consumidores con el producto o servicio, y expresa el modo exclusivo en que éstos son generados” (Kotler & Keller, 2012: 276).

Se entiende como posicionamiento de marca, según lo escribieron Trout & Ries (2014), el proceso de penetración en la mente del cliente potencial, a partir de la capacidad que tienen las compañías para distinguirse de la competencia, logrando ganar el reconocimiento y la preferencia de su producto y/o servicio en la mente de un grupo de consumidores. Esto implica conocer al cliente, sus necesidades y las expectativas que tiene respecto del producto o servicio que ofrece la marca. Para esto, es definitiva la determinación de un target o mercado objetivo, de modo que se caracterice al cliente “en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían requerir productos o combinaciones de marketing diferentes” (Monferrer, 2013: 57).

En este sentido, alcanzar un posicionamiento de la marca significa generar una preferencia en el consumo frente a marcas similares, de modo que, bien sea por recordación o estratificación en la mente del consumidor - *Top of mind* -, o por

identificación con la marca - *Top of heart* - esta sea la primera opción al momento de tomar decisiones de consumo. Conseguir un posicionamiento de la marca resulta entonces un plan estratégico que va más allá de un escenario meramente competitivo en cuanto a la efectividad del manejo publicitario que pueda hacerse a la marca, “el fin es ubicar la marca en la conciencia del gran público para maximizar los beneficios potenciales de la empresa” (Kotler & Keller, 2012: 276). Por esto, el posicionamiento no está únicamente relacionado con la competencia entre las marcas presentes en el mercado, sino que está directamente relacionado con la creación de valor de la empresa, es decir, hacer rentable el negocio,

3.2 Rentabilidad económica

Se entiende por rentabilidad económica la tasa con la que la empresa remunera la totalidad de sus recursos utilizados en su explotación, de modo que a partir de su cálculo se pretende “medir la capacidad del activo de la empresa para generar beneficios, que al fin y al cabo es lo que importa realmente para poder remunerar tanto al pasivo como a los propios accionistas de la empresa” (Eslava, 2010: 91), representando un indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos (De La Hoz Suárez, Ferrer & De La Hoz Suárez, 2008).

La rentabilidad económica se mide mediante un indicador en función de la “capacidad de generación de resultados, comparando una medida de éste (resultado contable, *cash flow*, o cualquier otro indicador) con una medida de dimensión (cifra de negocios, activos totales, recursos propios, etc.)” (Sánchez, 1994: 161) que, para el desarrollo de este estudio se tuvo en cuenta como la captación de nuevos clientes, medida a partir de los ingresos por matrículas y pensiones, índices de deserción y número de estudiantes matriculados.

3.3 Resultados de investigación

3.3.1 Fidelización y captación de nuevos clientes

Dentro del análisis del impacto del plan de posicionamiento en la rentabilidad económica de la institución estudiada, se encontraron diversas variables a considerar previo al planteamiento y desarrollo del mismo, que constituyen un elemento necesario para garantizar la incidencia positiva de la implementación y desarrollo de dicha estrategia sobre el desempeño financiero de la organización.

En primer lugar, se encontró la necesidad de tener clara la propuesta de valor que se pretende comunicar al público objetivo, lo que se evidenció en el primer objetivo del plan de posicionamiento analizado. Esto permitió evaluar la efectividad en la transmisión del mensaje, al conocer la percepción que existe en el mercado sobre la marca.

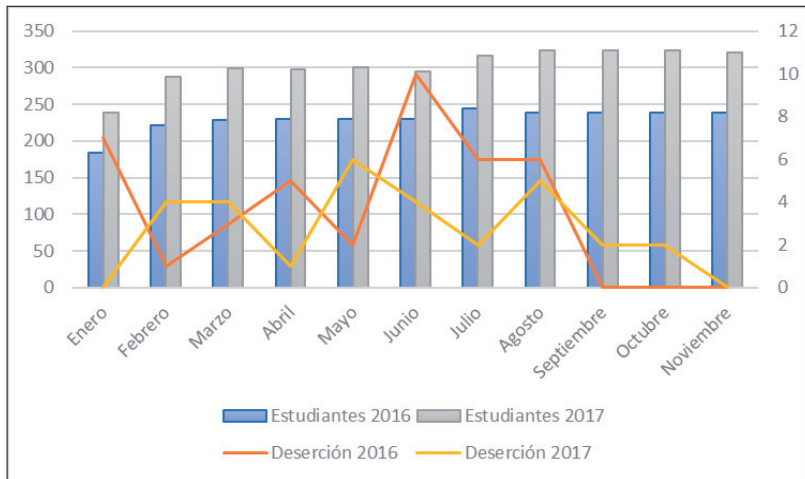
Ahora bien, conocer la percepción de la marca en el mercado no es suficiente por lo que, como segundo elemento fundamental, en este análisis se determinó la importancia de conocer al cliente objetivo, pues si bien el mercado de la región es bastante amplio, también es diverso, por lo que es importante identificar hacia donde deben dirigirse las tácticas de mercadotecnia, ya que “la idea es elegir un mercado y luego decidir qué puntos clave desea comunicar” (Conrad Levinson, 1990: 23), por lo que caracterizar el segmento objetivo resultó ser una variable fundamental para desarrollar los objetivos de fidelización y captación de nuevos clientes para la institución, ya que conseguir un cliente fiel tiene que ver con un proceso de desarrollo de un marketing relacional adecuado que parte de la generación de lazos de lealtad con los clientes, y busca mantenerlos e incrementarlos, para lo cual es importante definir adecuadamente el mercado objetivo a atacar, así como conseguir un grado de satisfacción suficiente que refleje el valor percibido por el cliente en la toma del servicio.

La estrategia de mercadeo enfocada a la fidelización y atracción de nuevos clientes tuvo como resultado el incremento de la base de estudiantes en las sedes de Floridablanca y Bucaramanga, consiguiendo incluso la oportunidad de abrir una nueva sede que permitió para el año 2018, alojar a un número mayor de estudiantes y ofrecer un espacio más amplio para la conquista de nuevos clientes. Con la puesta en marcha de dicho plan, fue posible además establecer mejoras en la operación y los resultados de la Institución, evidenciados, para este análisis, en la captación de nuevos clientes, índices de deserción y en el comportamiento de los ingresos por matrículas y pensión.

En la medida en que se consiguió un incremento en la fidelidad de los clientes a partir de la identificación de ellos con la marca y la propuesta educativa de ésta, la deserción de estudiantes a lo largo del año fue disminuyendo, como muestra el gráfico 3, de modo que para 2017 el índice se redujo de un promedio de 16,70% en 2016, donde se alcanzó una captación máxima de 45 estudiantes en un mes, a obtener un 9,30% al finalizar el año escolar 2017 donde se logró una captación máxima de 110 estudiantes en un mes, lo que significa una disminución

de 7,40 puntos porcentuales entre los dos periodos, siendo las épocas en las que por estacionalidad y factores culturales se presenta pérdida de estudiantes, las que marcaron los incrementos en este indicador.

Gráfico 3. Evolución estudiantes 2014 -2018



Fuente: Elaboración Propia.

3.3.2 Rendimientos financieros

La gestión de las actividades de una empresa en el largo plazo requiere de resultados financieros que aseguren el rendimiento de la inversión, la generación de utilidades y, por supuesto, los recursos necesarios para garantizar el sostenimiento del negocio en el tiempo. Explicar el comportamiento de la rentabilidad económica de las empresas no depende de una sola variable, y esto se confirma con las diferentes investigaciones que han estudiado el tema, las cuales han atribuido este indicador a variables diversas tales como el tamaño de la organización, el apalancamiento, la distribución de dividendos, la innovación, la distribución del gasto, entre otros.

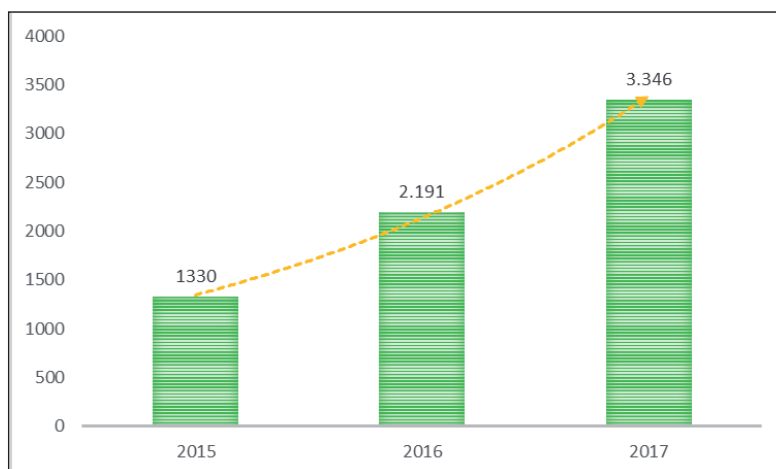
Tal como se determinó en el objetivo de esta investigación, este apartado expone el análisis realizado a las cifras financieras que afectaron la rentabilidad económica de la entidad estudiada a partir de la implementación del plan de posicionamiento de marca, medida a partir de los ingresos por matrículas y pensiones y su implicación en los rendimientos financieros de la misma.

3.3.3 Ingresos por matrículas y pensión

La cuenta de resultados muestra la diferencia entre ingresos y gastos de una empresa en un ejercicio determinado, de manera que la obtención de un resultado positivo refleja normalmente el buen funcionamiento de la compañía. (Campa Planas, Hernández Lara & Sánchez Rebull, 2011: 550). Generalmente, el rendimiento positivo de dichas cuentas depende en gran medida de la gestión administrativa que se dé a los procesos tanto de producción y/o prestación del servicio y al control de los gastos en que se incurran para conseguir un balance positivo para la compañía.

Si bien durante el año 2016, la institución presentó una mejora en los ratios de rendimientos bruto y operativo respecto de 2015, fue evidente el crecimiento significativo de los ingresos operacionales para el año 2017, cuando se pasó de obtener 2.191 millones de pesos anuales a recibir 3.346 millones en el mismo periodo, presentando un incremento de 52,00%, que corresponde con la disminución de 7,40 puntos porcentuales en la cifra de deserción presentada anteriormente. Claramente dicho incremento deriva en una mejora en los márgenes bruto y operacional de la compañía, que pasaron de 44,00% a 52,00% y de -26,00% a -1,00%, con un crecimiento de 8,70 y 25,00 puntos porcentuales, respectivamente. (ver gráfico 4.).

Gráfico 4. Ingresos operacionales 2015-2018



Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, la inversión en estrategias de mercadeo para conseguir el posicionamiento podría evaluarse como eficiente debido a la disminución de la relación entre el costo de venta y los ingresos por ventas⁴, pasando de representar el 56,00% a significar el 47,00% de los ingresos, teniendo una disminución de 8,70 puntos porcentuales. Ahora bien, teniendo en cuenta que para 2016 se consiguió un ingreso de 134 estudiantes, mientras que para 2017 la captación fue de 176, logrando incrementar el número de estudiantes en 34,00%, dicha relación resulta aún más significativa. Esta captación tuvo una inversión total de 242,7 millones de pesos en el presupuesto anual, de modo que el costo promedio de captación por alumno fue de 1,3 millones, que se vio recuperado, con un ingreso promedio de 6,5 millones anuales por estudiante captado.

3.3.4 EBITDA

Una vez se ha estimado el cambio en los ingresos operacionales de la compañía se evaluó el efecto que esto tiene sobre la rentabilidad de la empresa. Para esto, se utilizó el EBITDA, un indicador financiero representado que significa, por su sigla en inglés, *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization* (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones), es decir que se calcula como el resultado de la actividad económica de una empresa teniendo en cuenta netamente los resultados relativos a la operación propia de ésta.

Como muestra la Tabla 2, entre el 2016 y el 2017, por el incremento de los ingresos operacionales y la baja en su relación con los costos de venta, el EBITDA presentó un crecimiento de 23 puntos porcentuales, pasando de ser negativo durante dos años consecutivos, a conseguir representar un 3,00%. Ahora bien, si el lector detalla las cifras presentadas en este estudio y observa un indicador negativo en el margen operativo, este puede atribuirse a modos de financiación o administración de activos que no hacen parte del objeto de este documento.

⁴ Definidos previamente como ingresos derivados de matrículas y pensiones

Tabla 2. Cálculo EBITDA

	2016	2017
Ingresos Operacionales	2.191	3.346
Costos	1.237	1.596
UTILIDAD BRUTA	955	1.750
<i>Margen Bruto</i>	44,00%	52,00%
<i>Ut. Bruta / Alumno</i>	3,994	5,163
Gastos de Ventas	172	243
Gastos de Admón.	1.214	1.396
Depreciación y Amortización	148	156
UTILIDAD OPERACIONAL	-578	-45
<i>Margen Operacional</i>	-26,00%	-1,00%
<i>Ut. Op. / Alumno</i>	-2,420	-0,133
EBITDA	-431	111
<i>Margen EBITDA</i>	-20,00%	3,00%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Las instituciones que prestan el servicio de educación, como cualquier otra empresa, deben ser manejadas desde una perspectiva organizacional que garantice su sostenimiento en el largo plazo, de modo que la propuesta de valor vaya de acuerdo a las necesidades cambiantes de una sociedad en evolución constante.

Fortalecer las marcas en el sector educativo es un reto al que se están enfrentando cada vez más las entidades dedicadas a la prestación de este servicio, sin embargo, hay todavía algunos directivos académicos que le temen a la idea de incluir estrategias de posicionamiento y no logran reconocer que el mercadeo y sus estrategias son un complemento a la gestión directiva y administrativa, desconociendo los múltiples beneficios que el marketing, manejado responsablemente, puede tener en su comunidad educativa por la capacidad de captación y retención de estudiantes y que ayudará a hacer evidente la diferenciación de la institución.

Establecer una estrategia de posicionamiento de marca que atraviese las barreras del prestigio generacional manejado por años en las instituciones educativas es una tarea ardua que debe hacer parte del plan integral de funcionamiento de la entidad, incluyendo a toda la comunidad educativa, desde la creación de una identidad por parte de los agentes internos como de los clientes externos, partiendo siempre del mensaje que se busca comunicar con la propuesta educativa.

Así, como resultado de la investigación se confirma la importancia de plantear una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de marca basado en dos elementos básicos: percepción del cliente sobre la marca como un punto de partida, y la identificación del mercado objetivo. Mediante el primer elemento se podrán identificar tanto las necesidades del mercado como los puntos en común de ellas con la propuesta de valor de la institución, dejando un mensaje claro que ha de comunicarse para ser referente en la mente del cliente; por su parte, la identificación del mercado objetivo permite saber a quiénes y cómo ha de comunicarse el mensaje, de modo que la propuesta educativa llegue a las personas que la recibirán de la manera esperada y se garantice tanto el éxito del proceso como la disminución de la rotación de estudiantes por adaptación a éste.

De acuerdo con esto último, se pudo evidenciar que una de las mejores estrategias para el establecimiento de una reputación de marca que destaque dentro del sector educativo y pueda competir con la tradición, consiste precisamente en la fidelización del cliente a partir de la creación de relaciones de largo plazo y la creación de lazos afectivos a partir de la identificación del cliente con la entidad y su filosofía, lo que consigue no solamente su permanencia en el proceso sino la divulgación de su experiencia en el mismo.

Ahora bien, fue posible demostrar a partir de la investigación y el análisis del proceso que se adelanta en la institución estudiada para el posicionamiento de su marca en un mercado tan competitivo como lo es el sector educativo de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana, es que el correcto planteamiento de una estrategia de mercadeo tiene incidencia en la rentabilidad económica a partir de la consecución de un incremento en el número de estudiantes, sin afectar el precio del servicio, sino destacando la calidad de la propuesta en sí misma y por consiguiente, el incremento de los ingresos operacionales.

Es entonces como el incremento del número de estudiantes, sumado a un correcto manejo del proceso educativo, puede garantizar el sostenimiento de la empresa en el largo plazo, dejando como resultado un mejor rendimiento de la

inversión, traducido en utilidades crecientes, disminución de costos marginales y eficiencia en la utilización de los activos requeridos para la operación.

Referencias

- Aaker, D. A. (2002). *Construir marcas poderosas*. España: Gestión 2000.
- Barrios, M. (2012). Marketing de la experiencia: principales conceptos y características. *Palermo Business Review*, 7(1), 67-83.
- Campa Planas, F., Hernández Lara, A. B., Sánchez Rebull, M. V., & Veses Ibañez, V. (2011). La rentabilidad económica explicada a través del tamaño. *DYNA-Ingeniería e Industria*, 86(5), 549-556.
- Cantero Cora, H. (2016). La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial. *Ciencias Holguín*, 22(4), 1-17 .
- Conrad Levinson, J. (1990). *Tácticas de guerrilla aplicadas al mercadeo*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De La Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 88-109.
- Echeverri, L., Rosker, E., & Restrepo, M. (2010). Los orígenes de la marca país Colombia es pasión. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(3), 409-421.
- Enrique, B., & Vila, N. (2000). Estrategia de empresa y posicionamiento de producto en la industria del automóvil. Un análisis comparado. *Economía Industrial*, 332, 29-42.
- Eslava, J. d. (2010). *Las claves del análisis económico-financiero de la empresa. Segunda edición*. Madrid: ESIC Editorial.
- Flórez, L. E. (1988). ¿Qué es la calidad? *Revista de la Escuela de Administración de Negocios*, 6, 13-7.
- Gobierno de Colombia. (05 de 03 de 2018). Datos Abiertos Gobierno Digital de Colombia. Obtenido de <https://www.datos.gov.co/Inclusi-n-Social-y-Reconciliaci-n/Tasa-de-analfabetismo/5w8u-g3mt/data>
- Hartmann, P., Forcada, F., & Apaloaza, V. (2004). Superando los límites medioambientales de la empresa: Un estudio experimental del efecto del posicionamiento ecológico en la actitud hacia la marca. *Cuadernos de Gestión*, 4(1), 83-95.

- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación. Quinta edición*. Bogotá: McGraw Hill.
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Ecuador: Ministerio Holandés para la Cooperación al Desarrollo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing. Decimocuarta edición*. México: Pearson Education.
- Larios Gómez, E. (2015). Mercadotecnia Educativa: Un Modelo Latinoamericano. *Caderno Professional de Marketing - UNIMEP*, 3(1), 14-33.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Ayala, L. E. P. (2009). *Marketing de servicios. Vol. 6*. México: Pearson Educación.
- Lowrie, A. (2007). Banding higher education: Equivalence and difference in developing identity. *Journal of Business Research*, 60, 990-999.
- Machucho, F. & López, T. (2015). Vinculación, imagen y posicionamiento de una IES en la región de San Andrés Tuxtla, Veracruz. *Ciencia Administrativa*, 2, 11-24.
- Maniu, I. (2014). Educational Marketing: Factors Influencing The Selection Of A University. *SEA - Practical Application of Science*, 3(5), 37-42.
- Martín García, M. (2005). *Arquitectura de Marcas. Modelo general de construcción de marcas y gestión de sus activos*. Madrid: ESIC.
- Martínez, E., Montaner, T., & Pina, J. (2005). Propuesta de medición de la imagen de marca. *Revista Austriana de Economía*, 89-112.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. España: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Mensén, V. (2011). Fidelización de clientes : concepto y perspectiva contable. *Tec. Empresarial*, 5(3), 29-35.
- Olivos, R., & Zuleta, C. (2004). *Percepción y valorización de marcas. Un enfoque aplicado*. Chile: Universidad de Chile.
- Ospina, M., & Sanabria, P. (2010). Un Enfoque De Mercadeo De Servicios Educativos Para La Gestión De Las Organizaciones De Educación Superior En Colombia: El Modelo Migme. *Revista Facultad de Ciencias Económicas Universidad Militar Nueva Granada.*, XVIII(2), 107-136.

- Parmelee, D. (1999). *Preparación del plan de marketing*. Barcelona: Granica.
- Pérez Acosta, A. (1999). Análisis psicológico del posicionamiento publicitaria. Una propuesta cuantitativa. *Psicología desde el Caribe. Universidad del Norte*. 2-3, 39-46.
- Quiñonez, C. (2013). *Desnudando la mente del consumidor*. Perú: Planeta Perú S.A.
- Raoil, A., Sousa, G., & Gomes, G. (del 05 al 09 de Septiembre de 2016). Femvertising: o Empoderamento Feminino na Marca Lola Cosmetics. En *XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (págs. 1-15). São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Reina, M., Silva, G., Samper, L., & Fernández, M. (2012). *Juan Valdez. La estrategia detrás de la marca*. España: Ediciones B Grupo Z.
- Rengifo, M., & Manfredi, L. (2013). Carvajal marca la diferencia: nuevo posicionamiento de marca como símbolo de transformación organizacional. *Estudios Gerenciales*, 29, 266-271.
- Sánchez, A. (1994). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Análisis de los factores determinantes. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 159-179.
- Serralvo, F. A., & Tadeu Furrier, M. (2005). Tipologías del posicionamiento de marcas. Un estudio conceptual en Brasil y en España. *Revista Galega de Economía*. 14(1 y 2), 1-15.
- Sheehan, B. (2014). *Loveworks. De cómo las principales marcas del mundo establecen conexiones emocionales para ganar en el mercado*. Conecta.
- Sousa, V. D., Driessnack, M., & Mendes, I. A. C. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 15(3), 502, 507.
- Torres, E., & Muñoz, C. (2006). Estrategias de posicionamiento basadas en la cultura del consumidor: un análisis de la publicidad en televisión. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 71-81.
- Trout, J., & Ries, A. (2014). *Posicionamiento. La Batalla por su mente*. México: McGraw Hill.

- Zancajo, A. (2018). Educational providers in the marketplace: Schools' marketing responses in Chile. *International Journal of Educational Research*, 88, 166-176.
- Zapata, E. (2000). Mercadeo Educativo ¿Cómo promover la oferta de instituciones y programas? *Revista Colombiana de Marketing*, 1(1). Obtenido de [http://revistas.unab.edu.co/index.php?journal=marketing&page=article&op=viewArticle&path\[\]=785](http://revistas.unab.edu.co/index.php?journal=marketing&page=article&op=viewArticle&path[]=785).

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 9, 2020. p.p. 85-120
ISSN 2539-3669
Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Estrategias de gestión en los tutoriales de proyecto para la formación social
de los estudiantes universitarios
Yesser Alcedo Salamanca
Darwin Martínez Nieto
Edgar Castro Ramírez

Estrategias de gestión en los tutoriales de proyecto para la formación social de los estudiantes universitarios*

Management strategies in project tutorials for the social training
of the higher education students

Recibido: Junio 05 de 2019 - Evaluado: Septiembre 08 de 2019 - Aceptado: Diciembre 13 de 2019

Yesser Alcedo Salamanca**
Darwin Martínez Nieto***
Edgar Castro Ramírez****

Para citar este artículo / To cite this Article

Alcedo Salamanca, Y., Martínez Nieto, D., & Castro Ramírez, E. (Enero-Junio de 2020). Estrategias de gestión en los tutoriales de proyecto para la formación social de los estudiantes universitarios. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (85-120).

* Artículo inédito de investigación e innovación. Artículo de revisión. Proyecto vinculado a la maestría en Educación: Innovaciones Educativas de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador – Venezuela y el Instituto Pedagógico Rural Gervasio Rubio - Venezuela.

** Educador en Idiomas por la Universidad de Los Andes – Venezuela, Doctor en Educación por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador - Venezuela, Profesor Asociado de la Universidad de Los Andes ULA “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” Táchira - Venezuela. Email: yeseralcedo@gmail.com.

*** Administrador por la Universidad de Los Andes - Venezuela, Doctor en Educación por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador – Venezuela y el Instituto Pedagógico Rural Gervasio Rubio - Venezuela. Profesor Adjunto de la Universidad Autónoma de Chile. Email: darwinmartinezx@gmail.com.

**** Ingeniero civil por la Universidad Nacional Experimental de los Llanos - Venezuela. Magister Scientiae en Innovaciones Educativas por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador – Venezuela y el Instituto Pedagógico Rural Gervasio Rubio - Venezuela, Profesor Asistente Universidad Politécnica Territorial “JFR” - Venezuela. Email: ecramirez10@hotmail.com.

Resumen

La investigación tuvo por objetivo caracterizar las estrategias de gestión en los Tutoriales de Proyecto en la formación social de los estudiantes de la Carrera de Construcción Civil la Universidad Politécnica Territorial “JFR”, estado Barinas, Venezuela. Realizado bajo el paradigma cualitativo, enmarcado en el método de investigación acción participante, los instrumentos de recolección de la información fueron las notas de campo y el guion de entrevista a 4 estudiantes y 3 docentes. La codificación, categorización, triangulación y saturación de la información permitió el análisis dialéctico de los hallazgos, evidenciándose la necesidad de: transformar la enseñanza de los Tutoriales de Proyecto, reconocer la utilidad del enfoque sociocrítico en el ejercicio profesional como acción conducente a vincular las necesidades, potencialidades de la comunidad con la formación social del ingeniero siendo esto, garante de su óptimo ejercicio profesional.

Palabras clave: Tutoriales de Proyecto, Estrategias de Gestión, Formación Social, Estudiantes Universitarios, Corresponsabilidad, Enfoque Sociocrítico

Abstract

The research aimed to characterize the management strategies in the Project Tutorials in the social formation of the students of the Civil Construction Career at the Universidad Politécnica Territorial “JFR”, Barinas State, Venezuela. Carried out under the qualitative paradigm, framed in the Participatory Action Research method, the instruments of information collection were the field notes and the interview script of 4 students and 3 teachers. The codification, categorization, triangulation and saturation of the information allowed the dialectic analysis of the findings, evidencing the need to: transform the teaching of Project Tutorials, recognize the usefulness of the socio-critical approach in the professional practice as an action leading to link the needs and potentialities of the community with the social formation of the engineer, being this, the guarantee of his optimal professional practice.

Key Words: Project Tutorials, Management Strategies, Social Training, University Students, Co-Responsibility, Socio-Critical Approach

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - 1. Problema de investigación. - 2. Metodología. 3. Plan de redacción. – 3.1. La gestión universitaria: una necesidad socioformativa compleja- 3.2. Los tutoriales de proyecto (TP). – 3.3. La Formación Social- 3.4 – Resultados de investigación. – 3.4.1 Categoría: Proyectos para la formación social. Subcategoría: Unidad Curricular. – 3.4.2 Categoría: Gestión Innovadora. Subcategoría: Estrategias. CONCLUSIONES. – REFERENCIAS.

Introducción

En este momento el planeta y las numerosas organizaciones sociales que lo conforman sufren contradicciones antagónicas, entre dos formas de producción cuyas transformaciones profundas en la sociedad exigen que ésta sea protagónica, participativa y corresponsable en el proceso de construcción de una nueva estructura social en la cual intervenga activamente el hombre, cuyo trabajo colectivo facilite una mejor calidad de vida, modos de interacción, trabajos más humanistas: equitativos e incluyentes. A tal efecto, Venezuela no escapa a esta realidad pues, en el último decenio se han realizado transformaciones motivo por el cual, las instituciones han procurado adecuarse para que tal cometido se materialice satisfactoriamente, en efecto, la universidad no podía escapar a tales avatares y precisamente el Estado a través de la Misión Sucre y la Misión Alma Mater transformó 29 Institutos Universitarios Tecnológicos en Universidades Politécnicas Territoriales que han tomado una estructura curricular denominada Programa Nacional de Formación (PNF) en diferentes especialidades, con el fin de vincular la universidad a los procesos sociales garantizando la participación de la institución en la mejora significativa de la calidad de vida de los venezolanos y, su inclusión a la estructura educativa universitaria con el fin de solucionar parte de los problemas tanto sociales como comunitarios.

Desde luego, resulta evidente que la intención esencial de las referidas transformaciones educacionales (*Up Supra*), fundamentan su accionar a partir del principio de cooperación, conciencia crítica y enseñanza reflexiva, con la intención de vincular la comunidad con la universidad, siendo esto una conjunción socioformativa tendente a garantizar la forman integral no sólo de los estudiantes, sino también del colectivo en general, cuyo beneficio se orienta a contribuir en

el bien social de todos y cada uno de sus semejantes (Alcedo, 2018: 153). Al respecto, Iglesias (2009: 24) afirma que las organizaciones educativas del siglo XXI, tienen que educar desde la dimensión sociocultural, con intención integradora y, por ello la formación:

Debe estar orientada hacia el trabajo comunitario permitiendo la participación democrática de todos sus integrantes, básicamente garantizando la cooperación y, apoyo mutuo de los entes clave que hacen vida social en la localidad, comprometiendo con esta loable labor tanto a estudiantes como a profesores para la realización de propuestas con programas que redunden en el bienestar, mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

Por consiguiente, la ineludible responsabilidad no sólo recae en la universidad pues, también es deber de la familia y demás entes sociales porque, en todo caso, estas estructuras también deben participar como equipo de modo activo y conscientemente en la búsqueda y, transformación de la realidad a través de la integración de las vivencias, experiencias y voces de autocritica como acciones fundamentales de la pertenencia educativa que conjugue el trabajo de campo, la investigación, el diagnóstico y consecuente jerarquización de necesidades, el establecimiento de metas, la disposición de los talentos, recursos económicos y financieros para ejecutar acciones destinadas solucionar problemas sociales, educativos, estructurales y ambientales, que según Eslava R., Zambrano M., Chacón J., Gonzalez J., & Martínez A (2018: 9), es perentorio. Ello supone no sólo del concurso de todos los actores sociales, sino de una gerencia universitaria que despliegue procesos prácticos, dialógicos, autogestionarios, sustentables y sostenibles para tener éxito en las acciones de carácter social. Resulta razonable entonces, asumir que el Estado Venezolano, en correspondencia con estos planteamientos considera fundamental la concreción de Programas Nacionales de Formación (PNF), destinados a promover procesos socioformativos de carácter social, que respondan al clamor colectivo de soluciones concretas de las problemáticas existentes en el contexto y que, pudiesen ser resueltas con ayuda de la universidad, a partir del trabajo solidario y el modelo de resonancia colaborativa (Vaillant & Marcelo, 2012).

Así pues, el Programa Nacional de Formación de Construcción Civil PNFCC, contiene dentro de su estructura curricular, los Tutoriales de Proyecto (TP), cuya concepción transdisciplinaria e interdisciplinaria fundamenta los ejes

y las unidades curriculares del referido programa de modo que, no sólo articulen la pertinencia gerencial de vinculación con el medio (Tapia, 2015: 57), sino que también permitan a través de la investigación en las comunidades, la elaboración de proyectos congruentes con las necesidades contextuales, haciéndolos viables, a partir de la investigación-acción y reflexión. En efecto, se aspira con este cometido transformar la gerencia universitaria desde los espacios de socioformación redundando en el desarrollo de las competencias de investigación social, la formación sociocrítica e integral de estudiantes y docentes garantizando con su cooperación académica a la efectiva vinculación con la comunidad, la práctica de valores esenciales como la equidad, igualdad e inclusión tal como lo afirman Chacón E., Eslava R, Chacón L., González J., & Buitrago M (2017: 53).

En virtud de lo anterior, el desarrollo de las fuerzas productivas requiere de la liberación de las facultades creativas y de innovación de los futuros profesionales venezolanos a través de la elevación del conocimiento, conciencia ciudadana y del pensamiento científico, sustentados en la metodología dialéctica, a través de la interacción cotidiana entre práctica y teoría, que desde una racionalidad práctica desarrollen facultades analítico-flexibles propias de la tradición evolutiva del hombre y la sociedad, con la intención de intervenir en el medio para transformarlo sustantivamente pues, sólo así se podrá impactar de modo favorable en la comunidad. Este cometido cobra especial sentido cuando EDUSOL (2006: 11) reconoce que la razón de ser de la universidad reside en su capacidad para dar respuesta a las necesidades de la sociedad, lo cual no sólo consolida una educación de calidad y pertinente, porque... “nosotros consideramos que la razón de nuestra existencia como establecimientos universitario, es el servicio a la gente y la excelencia académica es su mejor instrumento”, los saberes deberán conjugarse con los valores tales como la solidaridad, la corresponsabilidad, el reconocimiento del otro y la cooperación.

En tal sentido, se tiene como premisa que la universidad genera como institución valores humanos y tecnológicos de elevada calidad y pertinencia social, sustentada en una concepción holística interdisciplinaria, cuyo comportamiento debe ser éticamente orientado por los principios de justicia, democracia participativa y protagónica, contemplados en la Constitución Bolivariana de Venezuela (1999), para aprovechar las oportunidades que ofrece el estado Barinas en función de generar el mayor bienestar posible de sus habitantes. Así, la Universidad Politécnica Territorial de Barinas “José Félix Ribas (JFR)” debe realizar funciones de docencia, investigación, extensión y

producción en un clima de profundo compromiso y motivación institucional con una educación de servicio público, que ofrezca respuestas a las necesidades que plantea el desarrollo del estado Barinas, al acreditar profesionales íntegros como por ejemplo los ingenieros de construcción civil, emprendedores con de elevada calidad humana y técnica, comprometidos con del trabajo en equipo y voluntad social para enriquecer su comunidad.

Conviene destacar, que el estudio se justifica dada la importancia que tiene en la actualidad la vinculación de la universidad con las comunidades y el ejercicio profesional a lo largo de todo el trayecto formativo por cuanto, privilegia el abordaje de la complejidad de los problemas en contextos reales con la participación de actores diversos; la consideración de la multidimensionalidad de los temas y problemas de estudio; así como el trabajo en equipos interdisciplinarios y el desarrollo de visiones de conjunto, actualizadas y debidamente evaluados en función a las exigencias de los campos de estudio, con una clara racionalidad práctica y direccionalidad socio-histórica, apoyada en soportes epistemológicos coherentes y críticamente fundados. Pues, merece reconocerse que los modelos socioformativos contemporáneos, basados en el enfoque por competencias insisten en la necesidad que tiene la universidad de garantizar, entre otras cosas: la participación activa y comprometida de los estudiantes en los procesos de creación intelectual y vinculación social tendentes a la mejora de situaciones problemáticas existentes, la conformación de ambientes educativos con espacios comunicacionales abiertos, caracterizados por la libre expresión y el debate de las ideas, el respeto y la valoración de la diversidad, la multiplicidad de fuentes de información, la integración de todos los participantes como interlocutores, la reivindicación de la reflexión como elementos indispensables para la formación que propicien el vínculo con la vida social y productiva (Tobón, 2007).

En consecuencia, los objetivos de la investigación se orientaron a: caracterizar las estrategias de gestión en los TP utilizadas para la formación social de los estudiantes de Construcción Civil de la Universidad Politécnica Territorial de Barinas “José Félix Ribas” (UPTB-JFR), Estado Barinas, Venezuela. Actividad que implicó: explorar las concepciones de los docentes de Construcción Civil en relación con los tutoriales de proyecto en la formación social de los estudiantes y, describir los procesos de formación tutorial realizados por los docentes de referida Carrera en la formación social de los estudiantes.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Qué razones permiten caracterizar las estrategias de gestión en los TP para la formación social de los estudiantes de Construcción Civil de la Universidad Politécnica Territorial de Barinas “José Félix Ribas” (UPTB-JFR), en Barinas, Venezuela?

2. Metodología

La investigación se desarrolló bajo el paradigma hermenéutico interpretativo, también conocido como cualitativo, el mismo se caracteriza porque el investigador estudia su propia realidad, que visualiza y aprecia en su labor diaria. Ello implicó un trabajo metódico de diagnóstico y recolección de información, sistematizado dialéctica y recurrentemente mediante el análisis crítico de los hechos, las concepciones y opiniones de los informantes apoyándose en una racionalidad práctica, de carácter dialógico y procedimientos tanto inductivos como deductivos para la exploración del contexto, la interacción comunicativa con los informantes y la comprensión global del problema objeto de estudio, lográndose según Alcedo (2017: 712), el:

...descubrimiento “*in situ*” de sentidos, significados, la contextualización compleja de nuevos lenguajes epistemológicos y la respectiva reflexión crítico-constructiva de la situación que motiva al investigador a estudiarla sistemáticamente con el fin de, comprender sus características esenciales tales como relaciones, incidencias, avenencias, discrepancias de modo contextualizado cuyo fin es aprender, reflexionar sobre algo que es susceptible de mejora o transformación.

En consecuencia, la investigación cualitativa se adaptó al objeto de estudio relacionado con las estrategias de gestión en los (TP) para la formación social de los estudiantes de Construcción Civil de la UPTB-JFR, Estado Barinas, Venezuela. Se analizó de modo interpretativo y reflexivo la problemática observada para aportar una solución plausible al problema, asimismo, tuvo la intención de mejorar la práctica pedagógica de los profesores de la cátedra de Tutoriales de Proyecto y promover la construcción socio crítica del conocimiento desde la propia vivencia y acción de los informantes. Se correspondió con el

método de Investigación Acción Participativa (IAP), definida por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL (2010: 23) como aquellos proyectos que:

... que resultan de actividades de intervención, cambio e innovación en organizaciones y sobre situaciones reales, previamente planificadas y ejecutadas por el estudiante bajo la supervisión del Instituto. Están sustentados en los procesos de: análisis de situaciones y problemas reales; conceptualización y formulación de soluciones; acción sobre la realidad; evaluación de resultados, reflexión y análisis de las experiencias; aportes para la consolidación de modelos teóricos o para la reformulación y enriquecimiento de estructuras organizativas, programas, procesos, métodos, recursos o cualquier otro aspecto...

Tal modalidad investigativa, se apoyó en el trabajo reflexivo y colaborativo de los investigadores e informantes, quienes dialógicamente, consensuaron decisiones y definieron las acciones a realizar para promover el cambio, la transformación que redundase en el impacto positivo en la vinculación efectiva de los tutoriales de proyecto. Asimismo, se ubicó en el nivel descriptivo, y con diseño de campo ya que se la observación sistemática, prolongada y recurrente de la situación generadora del problema en sus condiciones reales, sin ser alterada y, posterior a su comprensión global, se interpretaron sus múltiples relaciones, coincidencias, discrepancias a fin de tener un visión panorámica, articulada, compleja de su naturaleza y comportamiento (UPEL, 2010: 18-19).

Las fases de la IAP se correspondieron con las señaladas por Hurtado & Toro (2016: 21): a) Diagnóstico, b) Planificación, c) Ejecución y, d) Evaluación. A los efectos del presente artículo, se reportan los resultados y hallazgos de la fase de diagnóstico, realizado en los meses de enero y mayo del año 2019, lográndose caracterizar estrategias de gestión en los TP. Las unidades de análisis, asumidas como los informantes fueron las personas que participaron voluntariamente, aportando sus experiencias, opiniones, reflexiones y testimonios sobre la situación objeto de estudio. En consecuencia, el colectivo investigado se correspondió con siete (7) informantes en total, siendo cuatro (4) informantes claves, o sea, estudiantes de la Carrera de Construcción Civil quienes fueron codificados alfanuméricamente **EC1- EC4** para resguardar su identidad, confidencialidad y, tres informantes de apoyo, es decir, docentes de la unidad curricular de Tutoriales

de Proyectos (docentes de tutoriales), identificados **DC1-DC3**. Su escogencia atendió a los criterios de Valles (2012), al insistir respecto a la importancia que tienen los criterios de selección, encontrándose: a) Manifestación voluntaria a participar en el estudio, b) Vinculación directa con la Carrera de Construcción Civil de la Universidad Politécnica Territorial de Barinas (UPTB-JFR), Barinas bien sea como profesores o estudiantes, c) Pertenecientes a trayecto IV en la Unidad curricular TP, d) Manifestación voluntaria de su interés por la formación social.

Una vez definida la naturaleza de la investigación y los informantes, se estableció el momento instrumental o epistemológico de la investigación, siendo oportuno describir tanto las técnicas como los instrumentos utilizados para la recolección de la información cualitativa. En lo que respecta a las técnicas de recolección, puede decirse que éstas comprenden las distintas formas o maneras de obtener la información en el contexto donde tiene lugar el problema de estudio; mientras que los instrumentos, permiten materializar de modo tangible las técnicas siendo entonces formularios diseñados por los investigadores para registrar las impresiones, reflexiones o información relevante obtenida a partir de la interacción comunicativa con los informantes y la exploración del escenario durante el proceso indagatorio. Por tanto, la primera técnica empleada fue la Observación Participante (OP), que según Ander Egg (1999: 197), consiste en:

Utilizar todos los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes en el contexto real donde se desarrollan normalmente las actividades, por lo que mediante la misma se intenta captar, interpretar aquellos aspectos que son más significativos de cara al fenómeno o hechos a investigar para recopilar los datos que resulten pertinentes para el estudio en cuestión.

Al hacer referencia a lo antes mencionado, la selección de esta técnica se justificó porque constituye una fuente directa que permitió recoger de manera sistemática datos previos relacionados con la investigación, a través de ella se pudo tener una visión global de los hechos y así poder establecer las conexiones y hallazgos determinantes para el estudio. En lo concerniente al instrumento se correspondió las notas de campo sobre las cuales Martínez (2002:62), afirma que mediante el registro continuo de éstas “El trabajo del investigador se complementa si está presto a anotar con palabras clave, dibujar diagramas, registrar hechos relevantes de la realidad estudiada”. Así, la información obtenida en dichas notas,

se registró en función al orden de las clases observadas, llevándose un registro cronológico, sistemático y detallado de todas las incidencias en la inmediatez de la dinámica educativa de la unidad curricular TP. Cada nota de campo, también se codificó alfanuméricamente para tener una continuidad ordenada de cada observación, siendo su código (NC1), es decir, Nota de Campo 1 y así sucesivamente.

Otra de las técnicas empleadas fue la de la entrevista, definida por Arias (2014: 72) como "...una técnica, ampliamente empleada en los estudios cualitativos, ya que permite registrar las respuestas, reflexiones, testimonios de los individuos en intercambios comunicativos fluidos con el investigador", durante su registro, los investigadores se reunieron periódicamente con los informantes, con quienes compartieron algunas premisas fundamentales para la comprensión de la problemática suscitada. Ésta técnica, se materializó mediante el "guion de preguntas semiestructuradas", que según Arias (Ob cit: 73), se estructura a partir de una "...guía prediseñada, que contiene una serie de preguntas que serán formuladas al entrevistado. En este caso, la misma guía de entrevista puede servir como instrumento para registrar las respuestas..."

Mediante el guion, los siete (7) informantes emitieron su opinión voluntariamente, de modo libre y desinhibido; con respuestas abiertas en las cuales, dejaron ver sus concepciones, opiniones, reflexiones, acuerdos, discrepancias sobre los planteamientos cuestionados en el guion cumpliéndose así con lo indicado por Alcedo (2013:190) cuando reconoce que la utilidad de este proceso se evidencia en el "...rico intercambio dialógico, reflexivo, crítico - constructivo sostenido de modo empático entre el investigador y sus informantes, haciendo que se profundice dialécticamente en elementos esenciales para descubrir las particularidades del caso y aproximarse a su admisible comprensión". El hecho de registrar las vivencias y reflexiones de los informantes permitió la triangulación, siendo ello favorable para descubrir nuevas relaciones, significados que, en suma, aportaron un grado de comprensión holística a la situación.

Igualmente, la información fue categorizada y para responder a los criterios de credibilidad y fiabilidad metodológica, se saturó prestándose especial atención a estos aspectos como expresión necesaria para obtener resultados fidedignos. Desde luego, el trabajo recurrente realizado por los investigadores en el contexto universitario donde tuvo lugar el estudio, hizo posible que emergieran dos categorías y con sus respectivas dimensiones cuyo tratamiento dialéctico y

constantemente, fue validado con el plan de redacción, lográndose la disquisición hermenéutica de la realidad.

Los hallazgos, fueron triangulados, contrastándose lo que de cada informante emitió en la entrevista con las notas de campo, registradas por los investigadores durante el diagnóstico, siguiéndose epistemológicamente el método inductivo de la comparación constante de Glasser y Strauss (en Alcedo, 2013). Asimismo, la información fue saturada tal como lo sugieren Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio (2014: 459) pues debido a la gran cantidad de información recolectada durante los cinco (5) meses del diagnóstico (enero y mayo de 2019), los hallazgos, se volvieron: “repetitivos o redundantes y los nuevos análisis confirman lo que se ha fundamentado” Es decir, que el trabajo persistente en el escenario sostenido con los informantes, hizo que los investigadores agotasen la exploración y al no encontrarse más categorías emergentes o nuevas situaciones, procedieron a realizar el un análisis un profundo.

3. Plan de redacción

3.1 La gestión universitaria: una necesidad socioformativa compleja

La necesidad de la sociedad de enfrentar los retos contemporáneos caracterizados por la globalización y la competitividad, exige a la universidad como organización educativa responsable de la formación integral del talento humano, responder oportunamente para adaptarse a los nuevos paradigmas; lo cual requiere prestarle mayor atención a la gestión como actividad profesional, concebida como el principal factor de cambio necesario para asegurar que las acciones y decisiones se correspondan con el marco global de la sociedad de forma coherente, y de generación de mecanismos que permitan la calidad del sistema educativo, que entre otras cosas impone el reto de satisfacer las demandas de la sociedad, vincular democráticamente la universidad con la comunidad, conocer la realidad histórico social, jerarquizar las necesidades y encontrar soluciones prácticas a los problemas de carácter social a partir de la corresponsabilidad y el trabajo cooperativo.

La activación efectiva de la gestión universitaria sitúa a los profesores frente al desafío de trascender de los límites exclusivos del aula de clases o escenarios formativos dentro de la universidad pues, tal como asevera Prieto (2014:82) es necesario un académico que “...no sea... sólo entronizamiento de mecanismos para producir más, sino también... reinado de la justicia, de la solidaridad compartida

y del esfuerzo en común para vivir en paz”, siendo pertinente que la acción pedagógica trascienda los muros de la universidad y vaya a las comunidades para extraer de éstas, sus necesidades con el firme propósito de ejecutar acciones destinadas a solucionar problemas recurrentes, por eso, se insiste en la premisa de la gestión superior o universitaria como necesidad y acción socioformativa compleja.

En este sentido, se hace cada vez más pertinente manifestar la unívoca relación entre la gerencia universitaria y las estrategias de gestión pues, su acertada conjunción permite asegurar la consecución de los objetivos, el desarrollo de planes coherentes, la solución a los problemas tanto educativos como sociales y la satisfacción de las necesidades de sociedad de allí que, García (2012: 47), conceptúe tales estrategias como:

Procesos articulados destinados a organizar adecuadamente las ideas e iniciativas de un individuo o grupo, y convertirlas en los propósitos requeridos por el recurso humano como centro de atención y protagonista del cambio, para tener la efectividad en la planificación, organización, dirección, control, evaluación y retroacción. De manera que, la gerencia en cualquier organización depende del liderazgo de la calidad humana de quien la ejerza.

Por consiguiente, la gerencia de las instituciones educativas es el proceso a través del cual se orienta y se conduce la labor del personal que allí labora y sus relaciones con el entorno, por lo cual, necesariamente deberá asumirse como una actividad compleja que amerita competencias profesionales, pedagógicas, afectivas y técnicas destinadas a configurar escenarios y espacios de interacción democrática en los que todos participen, motivándose a aportar ideas, esfuerzos, planteamientos pertinentes, inclusivos, equitativos, transformadores enriqueciendo de este modo las actividades educativas (Paredes, 2018). Dentro de sus objetivos esenciales, destacan orientar y viabilizar la ejecución de los recursos, considerar las disponibilidades y capacidades en correspondencia con la cultura institucional de la universidad, cumplir las políticas de la institución, articular la oferta y la demanda de los esfuerzos de la educación, garantizar la vinculación de la universidad con el medio sociocultural donde está inserta, promover la integración de la sociedad a la universidad desde la extensión universitaria y el trabajo comunitario estudiantil, impulsar desde una concepción sociocultural inclusiva y sociocrítica, procesos de reflexión garantes de una enseñanza pertinente y de calidad (Alcedo, 2016).

De acuerdo con Molins (2011) la importancia de gerenciar las actividades educativas en la universidad radica en que a partir de la misma, surge la posibilidad de asumir el paradigma sociocrítico, como alternativa aceptable para ir a las comunidades a conocer sus necesidades y retornar al contexto socioeducativo con los insumos recabados a fin de planificar acciones cuyas estrategias permitan responder a las carencias, problemas observados impactando favorablemente en el binomio universidad-comunidad. Entonces, las estrategias de gestión universitaria imponen la presencia de un formador comprometido con el cambio sociocultural, actuando como sujeto reflexivo, consciente de la importancia que tiene el ejercicio de sus funciones en la intervención de la realidad, siendo ello proclive a estimular a sus alumnos para que reconozcan la pertinencia que pueden tener los proyectos destinados a mejorar la comunidad mediante, el ejercicio de sus competencias profesionales a la vez que aprendan desde el servicio brindado a la localidad (Eslava, Chacón, Chacón, G., & González, 2018; Ribeiro, 2008).

En virtud de estas cogitaciones, Molins (Ob. cit) considera que un estudiante universitario interesado en cumplir exitosamente su responsabilidad social en la inmediatez de la comunidad, registra a partir de acciones propias del diagnóstico de necesidades locales aquellas expectativas, necesidades, planteamientos para poder comprender jerárquicamente aquellas áreas en las que son requeridos los proyectos con el propósito de promover cambios sustantivos, procesos de reflexión, conducentes al desarrollo social, económico, educativo y cultural de determinada colectividad logrando además, procesos creativos en la toma de decisiones, fortaleciendo también la corresponsabilidad, concienciación, y compromiso de todos los actores sociales. Sobre tales planteamientos, Cordido & Estacio (2015) expresan que, en la actualidad, un estudiante universitario deberá tener competencias cuyo ejercicio complejo conjugue los conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores acumulados a lo largo de su proceso formativo, para que los ponga al servicio de la comunidad, garantizando así la efectiva integración de la comunidad a la universidad y viceversa.

Entonces, la gestión universitaria a desarrollar por los formadores que laboran en la unidad curricular Tutoriales de Proyecto, en el contexto de los (PNFCC) en la Universidad Venezolana, están llamados a acercar al estudiante a consolidar situaciones de interacción socio-comunitarias a partir de la investigación de su propio contexto que le permitan profundizar en: las relaciones humanas, el sentido de pertenencia local, la sensibilidad frente a los problemas existentes, disponibilidad para practicar sus competencias con el propósito

de solucionar aquellas dificultades o inconvenientes que afectan al colectivo actuando con la convicción de participar activamente en la construcción de nuevos modelos de sociedad a partir de la práctica creativa, democrática, dialógica, reflexiva, liberadora de sus competencias. Un agente de cambio social, es aquel que establece acuerdos con los actores socioculturales para, accionar actividades tangibles destinadas al cambio, está comprometido con la transformación de lo negativo por algo mejor asumiendo una visión prospectiva sustentable que, satisfaga las necesidades presentes y garantizar la continuidad del trabajo colaborativo, conducente a hacer que el trabajo sea sostenible (Rendueles, 2008; Paredes, 2016).

3.2 Los tutoriales de proyecto

Los tutoriales de Proyecto (TP), son unidades curriculares de integración de saberes y contraste entre teoría y práctica, que implican la realización de actividades de diagnóstico, prestación de servicio, arqueo y crítica de fuentes, constituyéndose en espacios de formación profesional que vinculan la teoría con la práctica, están comprometidos con producción de bienes, siendo una de sus misiones esenciales vincular a las necesidades de las localidades con el Plan Nacional de Desarrollo. Se consideran, el eje central de los PNFCC y desde el enfoque curricular competencial, comprenden la integración multidimensional de los saberes y conocimientos, de lo aprendido en la universidad con la experiencia cotidiana del alumno pues uno de sus propósitos consiste en: transferir por la vía del trabajo de campo sus saberes para resolver problemas, el desarrollo de las potencialidades y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, las regiones y el país. Son espacios de socioformación, creación intelectual, pensamiento crítico-reflexivo y vinculación social, que están asociados al desarrollo de capacidades, la aplicación, generación de conocimientos, investigación, innovación y, desarrollo tecnológico (Universidad Politécnica Territorial de Barinas, 2017).

En efecto, los proyectos estarán articulados con los planes estratégicos dirigidos a consolidar la transformación humanística, tecnológica, económica, social y cultural de la nación venezolana y, deben estar insertos en las líneas de investigación de las universidades, vinculadas preferiblemente a la realidad académica-comunitaria, desde el punto de vista económico, ambiental y social, para tal fin, las autoridades de cada universidad brindarán el apoyo necesario para la realización de las tareas involucradas en los proyectos, dentro de las

posibilidades de cada institución, es decir, se debe privilegiar la vinculación sociocomunitaria, el trabajo cooperativo y, el pensamiento crítico liberador. Desde la inter y transdisciplinariedad, los equipos de trabajo conjuntamente con la alta gerencia universitaria, propiciarán la continuidad entre los proyectos, para favorecer que los estudiantes de la Carrera de Ingeniería, profundicen en el conocimiento, la calidad y valor social de los resultados, por lo tanto, los proyectos estarán enfocados a actividades estrechamente vinculadas con el perfil profesional del PNFCC, para la aplicación social del conocimiento. Su evaluación estará adaptada a los cánones específicos de la profesión vinculada al PNFCC (Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria, 2016).

Respecto a los productos generados en cada proyecto, se asumirá la evaluación formativa, sumativa y procesual atendiendo al enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, pues según Alcedo & Chacón (2010: 68) para que “la evaluación de los aprendizajes sea integral, válida y confiable se precisa de procesos sistemáticas de observación, registro, análisis y participación de los alumnos. Se podrán considerar aspectos cualitativos y cualitativos para tomar una decisión pedagógica que permita la mejora”, y dichos proyectos se calificarán al final. Es una evaluación de resultado, que incluye siempre: un informe escrito y un producto tangible o intangible en el que participan los usuarios del producto, es decir, los estudiantes que lo realizan, el profesor-asesor del proyecto y un comité de tres profesores del área del proyecto. El trabajo escrito debe tener una presentación acorde con el área de la que se trate, incluye un manual, instrucciones, presentación a congresos, planos, entre otros (preparado para su comunicación a posibles usuarios del resultado, es decir, para garantizar la transferencia del conocimiento desarrollado) y una memoria descriptiva (proceso para su realización, personas involucradas, dificultades experimentadas, potencialidades del resultado, conocimientos del área de estudio involucrados en la solución). A los estudiantes de la Carrera de Construcción Civil, se les evalúa formativamente con un portafolio y un informe trimestral (instrumentos en lo que ellos destacan las actividades cumplidas, avances y obstáculos), otro instrumento de seguimiento puede ser el diario de campo (o de trabajo). La no aprobación del proyecto implica la repitencia del año, aun cuando se reconocen las otras unidades curriculares aprobadas.

Dentro de los elementos que cobran especial significación dentro de la evaluación están los relacionados con la vinculación sociocomunitaria del

proyecto, el impacto social alcanzado por el mismo, su practicidad en términos sustentables y sostenibles pues, desde el enfoque curricular por competencias es ideal que los alumnos de la Carrera, se comprometan a dar respuesta tangible a los problemas detectados de modo que así, se deje en evidencia su aprendizaje en servicio, las competencias globales transferidas para resolver el problema, el grado de identificación con la comunidad y la pertinencia institucional de modo que ello, dé evidencias de lo logrado, porque así garantizarán la efectiva corresponsabilidad y proyección social.

Así, Pelekais & Aguirre (2012), reconocen el estrecho vínculo entre la responsabilidad, acción y proyección social, que todo estudiante universitario debería desarrollar mediante los proyectos, pues para lograr tales intencionalidades formativas, deberán ser disciplinados, tener actitud positiva hacia el aprendizaje, ser tolerante ante los desaciertos, reconocer el debido valor de la investigación e innovación, practicar valores de convivencia, tener actitudes favorables para trabajar en equipo y, que al conjugarse, le permitan trascender, yendo más allá de los límites físicos del espacio universitario; detectando los problemas de la localidad, estado y país, para dedicar esfuerzos compartidos en la oportuna solución de los mismos, aplicando para ello, las competencias tanto genéricas como disciplinares logradas en la Carrera, pues sólo así, se podrá mejorar la calidad vida de los ciudadanos en cualquier región o comunidad.

3.3 La formación social

Se caracteriza por ser un proceso reflexivo e intencional, con enfoque ético destinado a impulsar los vínculos mutuo entre universidad y sociedad, la teoría y la práctica, las competencias con las solución de problemas por cuanto, se erige como un compromiso moral irrenunciable que busca generar un nuevo conocimiento relevante a partir de la exploración diagnóstica del contexto para darle respuesta a las necesidades sociales, mediante la aplicación directa del saber científico, humanístico y tecnológico, así como una formación profesional más humanitaria porque en todo caso, se trata es de transferir los conocimientos a la intervención sustantiva de las realidades socioculturales con la intención de innovar, mejorar o transformar. De igual forma, Rendueles (2008) indica que la universidad está obligada a ser motor, garante del desarrollo económico y social de la sociedad con intervenciones respetuosas, eficaces que tengan firme sentido futuro a favor de los más necesitados y el ambiente que la rodea, de modo que tal cometido, sea sostenible y sustentable en el tiempo. El paradigma de la Responsabilidad

Social Universitaria (RSU) con énfasis en la comunidad, supera el enfoque técnico racional de la “proyección social y extensión universitaria” pues apuesta desde una metodología participativo-sociocrítica por una reflexión integral de la universidad como institución académica que influye significativamente en el entorno social, entonces, la universidad sin ser una empresa, es una organización compleja que funciona en su sociedad y genera impactos tanto sobre las personas que laboran en ella (docentes, estudiantes, administrativos, personal de apoyo) como sobre su entorno socio-natural. Su responsabilidad social es el afán de responder de modo ético e inteligente por estos beneficios para que sean positivos y garantes del bienestar común.

En este sentido, se trata que la universidad como institución superior dedicada a la formación de los nuevos talentos profesionales, brinde espacios de formación humanística, tecnológica y cultural que redunde en el desarrollo integral de los alumnos para que a través de las distintas unidades curriculares ellos puedan leer, comprender e interpretar la realidad existente en la comunidad, logrando desarrollar conocimientos, habilidades, procedimientos y actitudes en favor del bien común. Desde el enfoque sociocrítico, que articula el diseño curricular por competencias de los PNF de la universidad venezolana, se aspira formar un profesional comprometido con la sustantiva transformación del contexto histórico social donde vive, logrando actuar con convicción solidaria de mejorar lo que puede y debe según sus competencias siendo ello, una retribución de lo recibido en su formación superior. Así, Rendueles (2008) señala que, a partir de una visión integral de la organización, una gestión socialmente responsable cuida los impactos que la universidad tiene sobre el ambiente, el medio social y los talentos humanos, tratando de minimizar los daños posibles y maximizar todos los impactos positivos, en provecho tanto de la sociedad como de la educación que brinda a sus estudiantes, siendo esta última su razón de ser.

La formación de los profesionales debe responder a los requerimientos de un país en vías de desarrollo, que no sólo necesita de trabajadores excelentes, sino también de líderes, dirigentes, creadores de empresas y profesionales con firme consciencia de su responsabilidad profesional, para que la universidad pueda desarrollar eficientemente su labor formativa, la empresa privada tiene la responsabilidad social de aportar a dicha formación, a través de la presencia de sus funcionarios en la docencia universitaria, la dirección de trabajos de investigación y su participación activa en la dinámica universitaria. La RSU exige desde una visión holística y sociocrítica, articular las diversas partes de

la institución en un proyecto de promoción social con principios éticos y de desarrollo social equitativo, de modo sustentable y sostenible, para la producción y transferencia de saberes responsables que también garantice la formación de profesionales igualmente responsables, de allí que la RSU sea asumida como la capacidad que tiene la universidad de difundir y poner en práctica una serie de principios, valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos clave de toda institución de educación superior: la gestión, la docencia, la investigación y la vinculación con el medio (extensión) constituyéndose en el centro del quehacer de toda universidad (Universidad Politécnica Territorial de Barinas UPTB, 2017).

En síntesis, la meta de la educación superior es formar a los docentes y estudiantes en el enfoque de la RSU y promover en el compromiso social basado en proyectos comunitarios sustentados en el aprendizaje en servicio, pues según Tapia (2015), se caracteriza por ser una labor educativa compleja, de elevado valor sociocultural, que se nutre de la complejidad y diversidad de elementos conceptuales, procedimentales y actitudinales para relacionar contextualizadamente las competencias del alumno con la capacidad de servicio amalgamándolos con coherencia, pertinencia, representatividad en función del bien común y la satisfacción de la sociedad, permitiéndole además reflexionar, aprender, actuar y mejorar. Axiológicamente, este aprendizaje garantiza al estudiante universitario nuevas experiencias y fortalece los valores responsabilidad, creatividad, compromiso ciudadano, atribuyéndole especial sentido, en todo caso, se trata de abrir los espacios de aprendizaje universitario a la comunidad como fuente de enseñanza significativa y práctica aplicada a la solución efectiva de problemas.

3.4 Resultados de investigación

Tras haber recolectado la información requerida para satisfacer las exigencias del diagnóstico a fin de explorar las concepciones de los docentes de Construcción Civil en relación con los TP en la formación social de los estudiantes de la UPTB “JFR”, los hallazgos se redujeron, cumpliéndose con la codificación abierta, axial y selectiva: primero se establecieron los códigos como unidades con sentido y significado pertinente, posteriormente se establecieron las subcategorías hasta llegar a las categorías las cuales, se compararon entre sí. Estos procedimientos, permitieron articular un análisis superior de modo dialéctico motivo por el cual, a continuación, se presentan los resultados:

3.4.1 Categoría: Proyectos para la formación social. Subcategoría: Unidad Curricular

El realizar un proyecto ayuda a planificar, a pensar en lo que se va a realizar y en cómo conseguir esa idea que se tiene, ya sea de formación, para dar respuesta a una necesidad formativa detectada, un proyecto social, responder a una necesidad que no se esté cubriendo, o cualquier otro proyecto. Desde el convencimiento de que la experiencia acumulada y el conocimiento práctico sobre la intervención socioeducativa es patrimonio abierto y transmisible, y de que dicho conocimiento es necesariamente complementado con la experiencia práctica, se preguntó ¿Cómo es la metodología que aplica el docente en la Unidad Curricular (UC) Tutorial de Proyectos? Los informantes, respondieron:

EC1: “La metodología en el aula es dictar y dictar, talleres sin material para reforzar lo dicho por el Prof. Las clases son medio aburridas, pero nos toca estar ahí porque es una materia importante”.

EC2: “La metodología es que investiguemos los tipos de investigación que existe, pero después no la explica para saber cómo llevarla a la práctica, imagínese somos los futuros ingenieros y vamos a trabajar en comunidades y no sabemos todos los pasos de un diagnóstico”.

EC3: “El profesor poco aplica estrategias para que entendamos algo que es difícil para nosotros como es la metodología pues salimos de quinto año y llegamos aquí de una vez a hablar términos que desconocemos, pero sería bueno que nos llevaran estrategias que las entendamos y cuando estemos en las prácticas con las comunidades se puedan aplicar”

EC4: “Bueno yo aplicaría cada concepto con su explicación y en el área práctica cada realización de capítulo buscar su método y además pedir orientación de un buen profesor que me dé la ayuda que necesito. Porque es muy poca las cosas que ha cambiado y luego los otros compañeros tienen cosas diferentes. El profesor debería de ser más motivador, además de hablar términos que casi no entendemos nos aburrirnos, pero sería bueno llevar el video *beam* con proyectos ya realizados para entenderlo mejor; otra cosa sería el trabajo práctico pero que hubiera en la biblioteca bastante material de libros, así todos trabajamos y entendemos”.

En la clase, se observa que el docente le da un tratamiento metodológico a la unidad curricular similar al proceso de aprendizaje de las demás unidades curriculares de los ejes técnicos y socio críticos, sin poder precisar que metódica conlleva el tutorial de proyecto IV; hay ausencia del manejo de la investigación acción participación como un elemento básico, para la real vinculación social con las comunidades; así de esta manera rompe con la trilogía formación, producción de conocimiento e integración social fundamentos de los TP (Nota de Campo 3).

Cada unidad curricular, debería promover la formación integral de los futuros profesionales, pues ellos como sujetos educables son requeridos para los procesos de transformación de la sociedad, no sólo basta con llegar al aula pues también es pertinente que ellos se apropien de las técnicas, instrumentos y métodos de investigación social, de modo que sus acciones se encaminen a promover un impacto positivo en la sociedad apoyados en la ciencia y sus aportes. De los hallazgos, se desprende la necesidad de reflexionar sobre los estilos de enseñanza y aprendizaje que cada estudiante requiere, pues tal como señala Iglesias (2009), urge que los profesores comprendan los esquemas cognitivos de sus estudiantes derivados de los conocimientos previos y de las estrategias utilizadas para realizar las tareas encomendadas.

Dentro del amplio marco de las estrategias se puede establecer la siguiente tipología: Estrategias disposicionales y de apoyo: Son las que ponen la marcha del proceso y ayudan a sostener el esfuerzo. Hay dos tipos: (1) Estrategias afectivo-emotivas y de automanejo: integran procesos motivacionales, actitudes adecuadas, auto-concepto y autoestima, sentimiento de competencia, (2) Estrategias de control del contexto: se refieren a la creación de condiciones ambientales adecuadas, control del espacio, tiempo, material. En cuanto, a la segunda interrogante ¿Qué innovación en la gestión de la Unidad Curricular(UC) Proyecto Tutorial, cree usted que ha aportado el docente? Los informantes manifestaron:

EC1: “Hasta la fecha no he visto innovación, porque siempre es lo mismo, para decir, que salimos con mente clara y que presente algo nuevo nada de nada.”

EC2: “El profesor sólo nos da la parte teórica cuando salimos al campo, del resto veremos cómo nos las arreglamos, o sea, la innovación es muy poca”

EC3: “El Profesor, es calidad, lo que pasa es que la universidad no tiene equipos para hacer bien las cosas, además debe saber programas de computadoras para preparar exposiciones donde se explique los contenidos de metodología para ejecutar los proyectos”.

EC4: “El profesor de vez en cuando explica otras cosas que no están en el currículo, porque él cree que no está actualizado conforme a lo que debemos saber”

Se puede apreciar que en la planificación de tutorial de proyecto IV se establecen la participan obligatoria de los profesores especialistas en las áreas de ambiente, vialidad, estructuras, hidráulicas y sanitarias; además deben participar los profesores del área socio critica. No obstante, esto no se realiza y el docente asume el rol de todas las especialidades lo cual no le permite atender de forma específica cada proyecto seleccionado por el grupo de estudiantes y la comunidad (OP, Nota de Campo 9).

Por consiguiente, los informantes se debaten en escenarios múltiples y orgánicos dentro de la universidad, pero hay uno particular que se mira como el lugar deseable en el que se produce y valida cooperativamente conocimiento: el Aula, el cual es asumida por muchos como un espacio jerarquizado y regulado en el que se evidencian estructuras de poder que determinan. Por lo tanto, la dinámica de las relaciones psico-sociales de los allí involucrados: Los procesos pedagógicos que en ella se dan están prescritos por formas particulares de relación, en la que los roles suelen estar determinados desde un imaginario que remite a reconocer como válido solo una clase de conocimiento; el académico, solo un tipo de orden; el institucional, solo una forma de escuela; la que no acepta diferencias y un solo un tipo de profesor, el transmisor de conocimientos.

La investigación educativa como posibilitadora de construcción de conocimientos es determinante para develar el mundo complejo del aula, al ser la base de la enseñanza y de formación permite al docente, desde la reflexión crítica, la construcción de saber dejando de lado el rol de facilitador pasivo entre teoría y práctica, sin embargo como bien lo ha señalado Kemmis (1998: 156), sólo una reflexión que incorpore la crítica ideológica puede revelar a los profesores “como sus creencias y actitudes quizá sean ilusiones ideológicas que ayudan a preservar un orden social ajeno a sus experiencias y necesidades colectivas”. El ejercicio

investigativo asumido desde el enfoque socio-crítico puede dirigir procesos de transformación de las prácticas sociales, favoreciendo la democratización del conocimiento y paliando los efectos de la desigualdad social, respecto a la interrogante ¿Qué estrategias innovadoras según usted podría aplicarse para que la gestión de los proyectos tutoriales cumpla con la formación, el aporte de conocimiento y la vinculación social de los estudiantes? los informantes indicaron:

EC1: “Son muchas las que el profesor puede ir con nosotros al campo, ir explicando paso por paso que parte de la metodología vamos realizando”

EC2: “El preparar clases dinámicas, con material reproducido, estrategias de trabajo grupal o debates, pero todo el tiempo es teoría y más nada”.

EC3: “Primero me gustaría que tuviera más horas la materia, para poder que el Prof. nos acompañe al campo, el diseñar instrumentos, para saber cuáles son las diferentes encuestas que ay”.

EC4: “Estaría de acuerdo si nos hiciera jornada, como un seminario o talleres, donde todos debatiéramos cada paso de diagnosticar necesidades, ahí estaríamos todos, porque es muy difícil ir al campo práctico y quedar medio perdido”.

Durante el desarrollo de proyecto tutorial se puede evidenciar que existe una separación de las unidades curriculares del eje socio crítico, lo que lleva que el aprendizaje de estas unidades no se ve reflejado en el desarrollo de los trabajos de investigación. No hay una posición crítica ni una formación ideológica y política que le permita al estudiante comprender que la UPTB, está al servicio de la comunidad (OP, Nota de Campo 10).

Los enfoques de interpretación sobre innovación varían, si bien algunos parten de la sociología del conflicto en oposición al modelo integracionista para abordar el concepto, otros prefieren afirmar que lo hacen desde posiciones socio-culturalistas pero, en ambos casos se acepta que el concepto de innovación proviene de las teorías sistémicas, de allí que algunos autores hablan de los cambios producidos por una innovación tanto en dimensiones externas (legales

y organizativas) como internas (actitudes y comportamientos de las personas), a estos últimos les dan mayor importancia por ser los que verdaderamente posibilitan la interiorización por parte de los docentes de los principios que inspiran la innovación. Sobre el concepto de cambio está el ser deliberado, intencional y voluntario. Por eso, la acción transformadora, mejora y equilibra el sistema o decide romper y crear un nuevo sistema, la innovación como opuesta a las prácticas pedagógicas tradicionales se constituye en la ruptura de las secuencias que establecen aquellas, pero de igual manera esas rupturas se suceden en el tiempo y con variedad en la intensidad como en la intencionalidad. Frente a la interrogante (4) ¿Qué contribución ha tenido Tutoriales de Proyecto a la solución de problemas comunitarios, realizados en obras de construcción civil? los informantes respondieron:

EC1: “Hasta la presente fecha el aporte es que visitamos las comunidades y se le hace un estudio y se enseña sobre el desarrollo del diagnóstico, gracias a Dios que las comunidades son receptivas con los estudiantes”

EC2: “La materia es todo lo relacionado con la metodología y los pasos para elaborar los proyectos, al llegar a las comunidades se trata de solucionar los problemas diagnosticados, con recursos y competencias”

EC3: “Esta asignatura está buena, pero es a los docentes que se deben de tener conocimiento sobre metodología, a veces tenemos que buscar ayuda de personas con experiencia para que nos asesoren con los proyectos, y esto genera un gasto”.

EC4: “En la Carrera de construcción civil, se realizan muchos proyectos en las comunidades; por eso es importante que sepamos elaborarlos, ejecutarlos y evaluarlos”.

En el transcurso de este año se ha desarrollado el proyecto de investigación de acuerdo con su naturaleza como un proyecto factible orientado hacia la solución de un problema de infraestructura de obras civiles en donde los consejos comunales previa priorización han seleccionado el proyecto. No obstante, la metodología de los tutoriales de proyectos está orientada a la investigación acción

participación, metódica que los docentes no manejan con precisión (OP, Nota de Campo15).

De la triangulación realizada se desprende que los estudiantes están conscientes de la importancia de encontrar la solución práctica a los problemas que diariamente afectan la calidad de vida, por ello es necesario que la universidad como institución formadora de las nuevas generaciones se proyecte con aportes científicos pensando en el impacto social siendo esto su mayor contribución científico- humanística mediante la investigación y docencia, ello, permitirá insistir en el especial valor que tiene la construcción, desarrollo, validación y transformación sucesiva de un currículo por competencias que forme en para y desde la vida misma de cada individuo.

En efecto, el enfoque del currículo por competencias, con sus dimensiones orientadoras para el diseño de los perfiles, cobrará sentido práctico y realizador en la acción pedagógica, cuando integre de manera crítica y contextualizada esa nueva visión socio comunitaria en las unidades curriculares como la de los (TP), puesto que será producto de la reflexión de los docentes hacia la construcción de significados en la genuina formación en y para el desempeño, la transversalidad, la integración a la realidad, apoyado en el trabajo colaborativo del colectivo como una comunidad de aprendizaje, que se consolida desde la producción de conocimientos derivados de la integración practica-teoría-reflexión y acción (UPTB, 2017).

Es necesario tener claro que los conocimientos psicológicos, pedagógicos, didácticos de las estrategias de enseñanza, en el contexto de la función del docente universitario, la consciente vinculación con el contexto real inmediato, tienen un valor instrumental en la medida en que facilitan y hacen más eficaz su acción. Tales conocimientos y estrategias son indispensables, pero no son fines en sí mismos porque, en el profesor universitario la calidad científica, la condición humana y moral, así como su compromiso institucional, juegan un papel fundamental. En relación con la interrogante ¿Qué aportes y sugerencias le harías a los docentes para innovar la práctica de los Tutoriales de Proyectos para la formación social en la carrera de Construcción Civil? los informantes respondieron:

EC1: “Bueno que el Prof. Este actualizándose y el trabajo en el aula sea más práctico e intercambio de ideas con los otros compañeros de clase. Sería bueno que se hicieran exposiciones de todos los pasos del proyecto”.

EC2: “Sería bien bueno que participáramos todos en jornadas, ahí nos preocuparíamos saber qué temas tocaríamos en esas jornadas y además el Prof. Nos ayudaría a quedar bien”.

EC3: “Entre los aportes sería agradable que los docentes no tuvieran tanta dedicación al papeleo que exige la universidad y no les da tiempo para planificar y ahora con ese concurso de cargos están más enredados”.

EC4: “Que iniciaran encuentros con las demás secciones para compartir ideas y que estén presentes las comunidades, y así nos evaluarían, pero que sobre todo nos enseñen a realizar proyectos bien hechos.

Los aportes del docente de la unidad curricular tutorial de proyectos IV es mínima, por cuanto puede observarse una gran carga de responsabilidad al asumir el papel de facilitador en varias áreas de ingeniería que no son de su responsabilidad. La innovación solo se podrá dar en esta unidad curricular si va orientada hacia un trabajo en equipo el cual no se evidencia (OP, Nota de Campo 17).

El programa de la Unidad Curricular se entiende como un subsistema que funciona armoniosamente dentro del macro-sistema curricular, cuyo objeto es proporcionar a los docentes, estudiantes y la comunidad académica en general información orientada hacia el logro de las competencias establecidas previamente por los objetivos y perfil profesional de cada Carrera. El programa es parte de un todo, el cual direcciona los procesos formativos. Didácticamente, la metodología de la unidad curricular es la declaración de la intención por la cual se desarrolla el proceso formativo, como parte operativa del proceso curricular, así mismo, define los contenidos, las acciones y los recursos con los cuales esa intención llegará a convertirse en acciones y logros; también debe presentar la forma cómo se realiza la revisión permanente de esos logros y de la realización de los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Los hallazgos encontrados, destacan la permanencia de un modelo burocrático, con prevalencia de la racionalidad técnica en el que lo administrativo ocupa gran parte de la labor docentes, si bien es cierto que ello es necesaria, también es importante que se profundice en la formación de los estudiantes, pues en definitiva son ellos quienes ejercerán en cada una de las comunidades donde

sean asignados para realizar el proyecto social, del que se espera evaluar logros significativos y con favorable impacto.

3.4.2 Categoría: Gestión Innovadora. Subcategoría: Estrategias

Como lo plantea Escorsa (1997:19) “La innovación es el elemento clave que explica la competitividad”, innovación y competitividad van de la mano, pero no necesariamente una existe sin la otra. Además, la innovación está ligada a todos los niveles de competitividad de la pirámide y se puede aplicar en cualquiera de éstos, ahora bien, se puede ser competitivo sin ser innovador con sólo mantener sistemas de mejora continua, la innovación se convierte en un proceso fundamental para alcanzar la competitividad, debido a que los esfuerzos por mejorar han alcanzado su límite y ya no son suficientes para seguir adelante pero, hay que entender que la innovación, por sí sola, no garantiza necesariamente, que se alcance la competitividad. Se deben establecer procesos específicos para poder innovar. Realizar un estudio detallado de los factores que intervienen en el proceso para la innovación y de las oportunidades existentes en los diferentes escenarios, siempre serán herramientas elementales. Por ello la creatividad es quizá la fuente de innovación mejor conocida y más aplicada, pero no puede encargarse completamente del proceso de innovación, ya que es una facultad compleja que necesita tener ciertos límites.

En términos generales, la creatividad significa producir objetos o ideas que no existían previamente, para Escorsa (Ob. cit: 89) “la creatividad se puede definir precisamente como el proceso mental que ayuda a generar ideas”. Es decir, que genera un sinnúmero de soluciones a un problema específico, pero solamente a través de una depuración racional puede llegarse a la mejor. En la nueva concepción de la educación como agente de transformación social, el docente es un actor clave en el desarrollo efectivo de las competencias de educando, como también en la participación de organizaciones que ayuden a la solución de problemas de la comunidad; porque su preparación profesional es específica para la educación y debe generar actividades encaminadas a la formación de individuos críticos, responsables. De allí que la Práctica Profesional, debería propiciar aprendizajes de tipo conceptual, procedimental y actitudinal, que con base en la observación promueve aproximaciones sucesivas a la realidad sociocultural del país. Esto conlleva a observar el carácter reflexivo y formativo de la misma, ya que los docentes deberían experimentar situaciones que les proporcionen variadas oportunidades para el aprendizaje significativo,

apoyándose en la IAP, pues dicha metodología le permite al docente construir, recrear sus conocimientos, percepciones, respecto a la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación. Al preguntarle a los docentes ¿Qué estrategias de gestión aplica para desarrollar los objetivos de la Unidad Curricular Tutorial de Proyecto? manifestaron:

DC1: “En algunos momentos a lo largo de la carrera se quiso impartir esta unidad curricular como el resto de las otras de una manera rigurosa, netamente teórica, pero esto se debe de cambiar, puesto que esta materia es la que más se asemeja a el trabajo diario de un ingeniero; el cómo hacer, gerenciar un proyecto factible, interactuar con las comunidades, crear consciencia en nosotros mismo de la necesidad de las personas”.

DC2: “Las unidades curriculares requieren de ciertos cambios en los contenidos, no son muy profundos en los contenidos, además son pocas las horas asignadas para el trabajo práctico.”

DC3: “Los requerimientos de la unidad curricular no analizan los contenidos metodológicos, se enfoca más al trabajo comunitario y los futuros ingenieros requieren de contenidos más científicos y elaborados”

El aporte evidencia que dicha gestión para aplicar estrategias en la asignatura es una oportunidad significativa para que los docentes ejerciten en el contexto educativo real, los roles de su profesión descubran, construyan y demuestren las competencias asimiladas durante la Carrera así como en el ejercicio de su profesión, mediante la interacción constante con los múltiples procesos de reflexión que le exige el ejercicio de su rol como formador de modo que, la preocupación por la calidad de la educación se ha llevado a considerar, entre otros factores, el importante papel desempeñado por el docente en el proceso, aunque éste es complejo y multifactorial, la participación tiene un impacto fundamental, de manera que puede superar algunas limitaciones propias del entorno o del medio escolar. A tal efecto, es pertinente abogar por un docente más protagónico, comprometido con el cambio social transformador, que ejerza un rol creativo, autónomo, crítico-reflexivo que, en lugar de tener siempre que acatar y ejecutar órdenes, tenga autonomía para tomar decisiones con base en las características específicas de la socioformación significativa. Este concepto

de docente genera una serie de retos a las instituciones formadoras, implicando cambios en sus “*currícula*” y en el rol del formador de docentes, también, se generan cambios sustanciales.

Este enfoque requiere de un docente diferente al que se ha venido formando tradicionalmente, un formador que actúe con autonomía, con sentido crítico capaz de materializar su creatividad por lo cual, este nuevo formador debe alcanzar un conocimiento y una amplia comprensión de la teoría pedagógica, de manera que pueda valorar su práctica educativa en relación con el desarrollo integral de todos y cada uno de sus estudiantes que esté comprometido con el impacto que se espera, produzca la educación en el contexto social, económico y cultural. Entender la educación como práctica social, exige una formación que le permita conocer y valorar la realidad en que se desenvuelve y comprender el profundo significado de su labor. Con respecto al estudiante, el profesor universitario debe conocer, su desarrollo integral, sus motivaciones y condiciones socio-culturales, con el fin de organizar los procesos de enseñanza y aprendizaje necesarios para favorecer su desarrollo pleno y autónomo. El docente debería establecer una comunicación dialógica con sus estudiantes, de manera que juntos consoliden un pensamiento crítico. Esta comunicación requiere una relación de respeto al educando y de un ambiente democrático pues, en consideración de Freire (1993: 113) es preciso reconocer que:

La relación dialógica no anula, como se piensa a veces, la posibilidad del acto de enseñar. Por el contrario, funda ese acto, que se completa y se sella en el otro, el de aprender, y ambos sólo se vuelven verdaderamente posibles cuando el pensamiento crítico, inquieto, del educador o de la educadora no frena la capacidad del educando de pensar o comenzar a pensar críticamente también.

En virtud de esto, el referido enfoque requiere también de un amplio dominio de las disciplinas que se van a enseñar, concebidas no como conjuntos de conocimientos aislados y acabados, sino como conocimientos que forman parte de un todo, que es la realidad derivándose de la constante construcción, por lo tanto, los métodos de investigación sociocrítica como el de la IAP deberían incorporarse a los procesos de formación docente. En la siguiente interrogante ¿Qué innovación en la gestión de la Unidad Curricular (UC) Proyecto Tutorial, cree usted que ha aportado? los docentes manifestaron:

DC1: “Es una asignatura rigurosa, pero se hace lo posible por aportar ideas y formas de explicarla para que se sientan atraídos por la asignatura, es preocupante que no se le pueda hacer modificaciones por la presión de la universidad en el respeto a los contenidos”.

DC2: “El trabajo práctico es un aporte, esto es porque en el contenido programático la cantidad de horas prácticas no son suficientes para el trabajo a realizar en las comunidades, así que me tomo un tiempo fuera de la institución y los asesoro”.

DC3: “En las discusiones que se está realizando del diseño curricular en la universidad se planteó los cambios, pero no pueden efectuarse a nivel local, estos tienen que ser a nivel central, se trata de lo posible enfocar temas que le sirva a los estudiantes en los siguientes semestres”.

Entonces, para crear estrategias es necesario establecer objetivos de desarrollo. Además, es importante seguir algún modelo que pueda establecer orden en todos los procesos, con el conocimiento global, las habilidades y las competencias necesarias para dirigirlos. Desde luego, se observa el reconocimiento pedagógico del aprendizaje como proceso adaptativo y secuencial, cuya aplicabilidad se centra en el aprendizaje significativo desde una metodología renovada que aporte soluciones concretas a las problemáticas sociales que afectan a la comunidad y universidad como organizaciones dinámicas y complejas. Si bien es cierto que el transformar un currículo implica años de espera para tomar sabias decisiones garantes de innovar en su nivel de concreción micro, asegurando que su impacto y pertinencia responda a las necesidades de la sociedad. Existe en algunos profesores, el reconocimiento explícito de las limitaciones del actual currículo, pues las horas de clase parecen no ser suficientes para consolidar las competencias profesionales específicas de la asignatura en los estudiantes, ellos, en su mayoría optan por asesorar en horas extras a los grupos con el propósito que se cumplan los objetivos formativos establecidos en el curso. Al preguntarle a los docentes ¿Qué estrategias según usted podría aplicarse para que la gestión de los proyectos tutoriales cumpla con la formación, el aporte de conocimiento y la vinculación social de los estudiantes? Manifestaron:

DC1: “Los talleres con experiencias de las comunidades, además de exposiciones o clases magistrales, explicando los contenidos,

por ejemplo, el muestreo, llevar libros para que ellos busquen las diferentes formas para escoger una muestra, pero, por la carencia de estos, se recurre al poco material de la biblioteca y son autores muy viejos, pero sobre todo motivar al estudiante en la importancia de los proyectos tutoriales”.

DC2: “Hay que proporcionar bibliografías y para el trabajo en el aula, o para que se realizan jornadas con la técnica del mural, mapas mentales. Las exposiciones, consultas grupales o individuales que son estrategias excelentes, pero el tiempo de la asignatura no da para tantos contenidos que hay que desarrollar”.

Desde luego, el programa de cada unidad curricular así concebido, no es simplemente un plan de trabajo para el profesor por cuanto, representa una ruta de acción para el estudiante, que propicia la autodeterminación, y lucha contra la dependencia excesiva de las vivencias presenciales de la clase tradicional. El mismo informa al estudiante sobre la totalidad de actividades de formativas a cumplir durante el curso de allí que, en referido documento curricular, deberá estar implícita el propósito de promover actividades de vinculación con el medio por la vía del diagnóstico comunitario con su respectivo proyecto de intervención social. Según Alfaro (2004) el diseño del programa no implica una secuencia lineal de pasos sucesivos aplicados mecánicamente, sino más bien, una serie de aspectos a considerar a través de la reflexión y la deliberación sobre la práctica, por lo tanto, al inicio de cada período académico el programa debería ser discutido a profundidad con los estudiantes, con la disposición de estar abiertos al cambio, de modo que se produzcan acuerdos y una actitud entusiasta de compromiso tanto personal como grupal. A la interrogante ¿Cómo usted diagnóstica las necesidades de los estudiantes en la Unidad Curricular (UC) Tutorial de proyecto IV? Los docentes manifestaron:

DC1: “El diagnóstico se da por medio de los resultados de los exámenes y las prácticas de campo realizadas a la comunidad; o también la planificación y ejecución de los proyectos”

DC2: “Al estudiante se le hace un seguimiento de las actividades asignadas en el aula y en las debilidades que él presenta se realimenta con trabajo de talleres que el trae de su casa, con temas que se le asignan. Se realiza una prueba diagnóstica para indagar sobre los conocimientos que el estudiante trae de otras asignaturas”.

No cabe duda, que el diseño e implementación de tutoría puede iniciarse sin un conocimiento adecuado de los alumnos a los cuales se dirige; de hecho, usualmente lo han llevado a la práctica de esta manera. Otras instituciones han implementado programas de tutoría, tomando como sujeto de atención, a los estudiantes con un alto desempeño académico o, por el contrario, a los estudiantes con un bajo rendimiento (regularmente medido por los resultados del examen de admisión o por las calificaciones obtenidas en el transcurso de la Carrera). Pero, también es posible sostener que, si las instituciones conocen algunos de los rasgos de sus estudiantes, podrían ser mejores las condiciones para diseñar, implementar y obtener distintos resultados en la calidad de la enseñanza y, por ende, en la capacidad institucional para retener a sus estudiantes, logrando así formar más y mejores profesionales. El enfoque educativo de carácter socio-comunitario enfatiza en el trabajo social, cuyo objetivo es mejorar las condiciones de vida de los usuarios, asimismo, existe la tendencia a identificar mejora con desarrollo, es decir, indicadores de modernidad desde el vínculo Universidad-Comunidad.

Los hallazgos evidencian que usualmente, en el ámbito universitario, tradicionalmente la mayoría de los profesores parten de la idea que los estudiantes ya deben saber investigar, intervenir en grupos sociales, diagnosticar problemas socio-comunitarios, estas prácticas suponen los conocimientos adquiridos en los años que han estado en el aula. Por todo ello, la gestión de la innovación se convierte en un instrumento directivo de primera magnitud, capaz de contribuir sustancialmente con el éxito y desarrollo de la institución. En este proceso de carácter creativo se pueden utilizar distintos métodos y herramientas, siendo este un momento de aportación libre e intuitivo, por lo tanto, en los procesos formativos vigentes, el docente debería profundizar los contenidos relacionados con las competencias, los procesos de IAP, esto le permitirá comprender todo lo relacionado con los procesos de evaluación por competencias (Alfaro, 2004; Tobón, 2007), además de reflexionar sobre la corresponsabilidad social, la formación comunitaria, el enfoque socio-crítico y, el aprendizaje en servicio.

La metodología tradicional ha generado en los estudiantes objeto de la investigación, cierta apatía pues tal como reportaron los docentes, en la mayoría de clases se limitan a dictar o a discutir textos, lo cual genera como consecuencia aburrimiento y hasta incertidumbre, porque manifiestan que desconocen muchos procedimientos importantes para poderse enfrentar exitosamente las labores de campo que les son asignadas en las comunidades, donde deben entregar como requisito final un proyecto de impacto y beneficio social. El rol del educador,

como agente del currículo complejo debería apoyarse en las necesidades de cada uno de los estudiantes, conducente a desarrollar su práctica pedagógica reflexiva, de modo que sea de calidad y responda a las demandas no sólo del curso, sino también de la comunidad y, por tratarse de una Carrera nueva, es pertinente evaluar su impacto transversal, de modo que se innoven las estrategias destinadas a la enseñanza y el aprendizaje significativo.

En relación con la categoría gestión, pareciera que la concepción técnico-racional del currículo, afecta su administración porque connota un carácter cerrado, rígido, poco innovador y normativo; es decir, la mayoría de docentes se limitan a lo indicado exclusivamente en el programa de la asignatura y, tienden a dejar de lado otros contenidos emergentes del diagnóstico comunitario participativo o de los mismos estudiantes, quienes insisten en la apremiante necesidad de innovar la enseñanza de la asignatura con contenidos más acordes a la realidad social observada en las comunidades. Las estrategias desarrolladas en los TP, están descontextualizadas, porque poco se vincula la teoría con la práctica, los profesores del tutorial tienen poco dominio de la metodología IAP, escaso trabajo de campo, exceso de horas teóricas, presentándose un desequilibrio con poco seguimiento de los TP, esto se refleja en la poca orientación recibida por los estudiantes, dado que, prevalece la limitación de cumplir con los requerimientos metodológicos mínimos. El elemento clave dentro de las estrategias de los TP, lo constituye el diálogo, la dialéctica y el interés por transformar la enseñanza desde el trabajo colaborativo, la crítica constructiva y el aprender haciendo, con el propósito de enriquecer las actividades formativas que favorezcan el desarrollo de las competencias necesarias para la construcción de una más y mejor sociedad, a partir de la responsabilidad social y, con una visión compartida del aprendizaje, el trabajo y la transformación del medio.

Conclusiones

La actividad formativa en los TP de la Carrera de Construcción Civil, deberían comenzar con una acción institucional con sentido socio-comunitario permitiendo que la universidad vaya a la realidad comunitaria, abriendo espacios para recrear la comprensión del ser humano, permitiendo a los alumnos ser capaces de aprehender el mundo, comprenderlo y transformarlo, en el ejercicio de otras formas de expresiones y comunicación más allá del aula, como el cine, la literatura, entre otros, que desafíen la creatividad, imaginación e ingenio, en un acto reflexivo, para que por medio del trabajo liberador, los alumnos actúen de

acuerdo con sus finalidades y competencias. Los docentes, estudiantes y colectivo social, por formar parte del tejido articulado que constituye la universidad, la comunidad y la sociedad, ha de favorecer la pertinencia de la educación superior en todo el territorio nacional, para que esté comprometida con el desarrollo humano, basado en la participación protagónica de las comunidades, bajo los principios de cooperación solidaria, realimentación, reciprocidad y responsabilidad social.

El programa de Construcción Civil, en el marco de los PNF es una alternativa dirigida a fortalecer el tejido institucional de la educación superior venezolana, por cuanto los lineamientos generales para el desarrollo del currículo por competencias, mediante estrategias novedosas de gestión pueden fortalecer la responsabilidad social, la participación de todos en la generación, transformación y difusión del conocimiento, reivindicando el carácter humanista de la educación superior, como espacio de realización y construcción de los seres humanos en su plenitud, con profundo reconocimiento de su cultura, ambiente, pertenencia a la humanidad y capacidad para hacer nuevos aporte conducentes a la exitosa transformación. El fortalecimiento de un modelo académico comprometido con la inclusión, la promoción social, debería vincular los procesos de socioformación, investigación y vinculación con la comunidad, como acciones dirigidas a potenciar la pertinencia de la educación superior, tan necesaria para consolidar la unidad, cooperación, el progreso y el bien social.

Los TP constituyen espacios de aprendizaje democrático de los futuros profesionales universitarios, siendo oportuno repensar las estrategias de gestión utilizadas por los docentes, a fin de acercar al alumno a la realidad social donde interactúa, en cuyos propósitos socioformativos destaca el desarrollo de las competencias tanto profesionales como sociales enmarcadas en el enfoque sociocrítico. La gerencia universitaria, mediante el trabajo colaborativo en el escenario social inmediato, debería posibilitar el diagnóstico comunitario participativo con el cual, alumnos y profesores ejerzan la ciudadanía democrática tendente a desarrollar en ellos el compromiso, la responsabilidad social, los valores de convivencia que le son requeridos para comprometerse con la construcción social compartida de aquellas situaciones cuya naturaleza susceptible o vulnerable, impone la necesidad de ser resuelta de manera expedita, pensando en impactar favorablemente en lo sustentable y sostenible por la vía de la transformación.

La universidad del presente, está llamada a garantizar desde las actividades de investigación, que todos aprendan de todos, en un contexto dialógico

dialéctico, creativo y participativo, conjugando para ello, la lectura de la realidad sociocomunitaria mediante el trabajo de campo, las visitas al caserío y el diálogo de saberes, que despierten la intención de solucionar problemas, ejecutando aquellas habilidades desarrolladas durante la Carrera. Las estrategias gerenciales exitosas de los TP, serán aquellas cuyo potencial socioformativo amalgame el conocimiento - la intención solidaria- las competencias globales del futuro ingeniero, permitiéndole intervenir en la solución, pero desde aquello que disfruta y sabe hacer.

Referencias

- Alcedo, Y. (2018). Praxeología: concreción de la praxis pedagógica en la enseñanza reflexiva del inglés. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa (REFCaE)*. 6(3), 151-170.
- Alcedo, Y. (2016). La dimensión sociocultural: referente epistémico necesario para la resignificación de la práctica pedagógica en la enseñanza lúdica del inglés. *Heurística revista digital de historia de la educación*, 9, 208-223.
- Alcedo, Y. (2013). *Reconstrucción de la cultura lúdica para redefinir la práctica pedagógica del inglés en educación primaria. (tesis de doctorado)*. Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Alcedo, Y., & Chacón, C. (2010). El rol del docente en la evaluación cualitativa de los aprendizajes del inglés. *Evaluación e Investigación*. Universidad de Los Andes-Táchira. 5(1), 54-72.
- Alfaro, M. (2004). *Planificación del aprendizaje y la enseñanza*. Caracas: FEDUPEL.
- Ander Egg, E. (1999). *Técnicas de investigación social para trabajos sociales*. Argentina: Obelisco.
- Arias, F. (2014). *El Proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. (5ª ed.). Caracas: Espísteme.
- Cordido, F., & Estacio, L. (2015). *Enfoque sociocrítico y rol del docente en la promoción social comunitaria*. (4ª ed.). México: Anáhuac.
- Chacón G, E., Eslava, R., Chacón L, G., González, J., & Buitrago, M. (2017). Cooperación académica entre el sector productivo y las universidades: Una evaluación basada en las prácticas estudiantiles. *Perspectivas*, 2(2), 49 – 63.

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (Diciembre de 17 de 1999). *Gaceta Oficial de Venezuela. (Extraordinaria)*. Caraca – Venezuela.
- EDUSOL (2006). *Programa nacional educación solidaria. Unidad de programas especiales. Ministerio de educación, ciencia y tecnología*. Argentina: EDUSOL.
- Escorsa, P. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión*. España: UPC.
- Eslava, R., Chacón Lobo, G., Chacón Guerrero, E., & González, H. A. (2018). Cooperación académica: Universidad y sector productivo regional. *Perspectivas*, 3(1), 102-114.
- Eslava Zapata, R. A., Zambrano Vivas, M. V., Chacón Guerrero, E. J., Gonzalez Junior, H. A., & Martínez Nieto, A. J. (2018). Estrategias didácticas para la promoción de valores ambientales en la educación primaria. *AIBI, Revista de investigación en administración e ingeniería*, 6(1), 1-10. Obtenido de <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/476>.
- Freire, P. (1993). *Pedagogía de la Esperanza*. México: Siglo XXI.
- García, D. (2012). *Gestión universitaria y decisiones. (3^{ra} ed.)*. Venezuela. Fondo editorial de la Universidad Central de Venezuela UCV.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. P. (2014). *Metodología de la Investigación. (5^{ta} ed.)*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2016). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio*. Caracas: Sypal.
- Iglesias, C. (2009). *Diagnóstico escolar, teorías, ámbitos y técnicas*. Madrid. España: Pearson.
- Kemmis, S. (1998). *El Currículo más allá de la teoría de la reproducción*. España: Morata.
- Martínez, M. (2002). *La Investigación cualitativa etnográfica en educación. Manual teórico – práctico*. Caracas: Texto.
- Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria MPPEU (2016). *Documento Rector del PNF en la Carrera de Ingeniería*. Ministerio de

- Educación Superior. Vice-Ministerio de Políticas Académicas. Caracas, Venezuela: Autor.
- Molins, C. (2011). *La gerencia escolar y sus funciones. (4^{ta} ed.)*. Argentina: Paidós.
- Paredes, F. (2016). *Administración de organizaciones*. Argentina: Interoceánica.
- Pelekais, C., & Aguirre, R. (2012). *Hacia una cultura de responsabilidad social. (2^{da} ed.)*. México: Prentice Hall.
- Prieto, L. (2014). *El maestro como líder. (2^{da} ed.)*. Venezuela: Fondo editorial: Instituto de Previsión y Asistencia Social para el Personal del Ministerio de Educación IPASME.
- Tapia, M. (2015). *Aprendizaje en servicio en la educación superior*. Argentina: Ciudad nueva.
- Rendueles, M. (2008). Responsabilidad Social y Balance Social en las Universidades Privadas. (*tesis de doctorado*). Venezuela: Universidad Rafael Belloso Chacín.
- Ribeiro, D. (2008). *Metodología de las ciencias sociales para el análisis del fenómeno educativo*. México: Harla.
- Tobón, S. (2007). *Formación basada en competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica. (2^{da} ed.)*. Colombia: Eco Ediciones Ltda.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2010). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas: FEDUPEL.
- Universidad Politécnica Territorial de Barinas. (2017). *Estructura organizacional y curricular de los tutoriales de proyectos (TP) en los Programas Nacionales de Formación (PNF)*. Venezuela: Comisión Curricular de la UPTB.
- Vaillant, D & Marcelo, C. (2012). *Las tareas del formador. (3^{ra} ed.)*. España: Aljibe.
- Valles, M. (2012). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. España: Síntesis sociológica.

Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal*

Delinquency of the consumer credit portfolio and its impact on the profitability and liquidity of Banco Mercantil, Banco Universal

Recibido: Mayo 08 de 2019 - Evaluado: Agosto 09 de 2019 - Aceptado: Noviembre 13 de 2019

Luis Alberto Contreras Gómez**

Para citar este artículo / To cite this Article

Contreras Gómez, L. A. (Enero-Junio de 2020). Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (121-149).

Resumen

Este trabajo tiene por objetivo determinar la incidencia en la morosidad de la cartera de crédito al consumo en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, C.A. Banco Universal en el periodo 2015 – 2019. Para ello, se categoriza la morosidad de la cartera de crédito al consumo (tarjeta de crédito), se analizan los indicadores de rentabilidad y liquidez y, se determina la relación entre los indicadores de rentabilidad y liquidez con la morosidad de la cartera de crédito al consumo de

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto vinculado a la Maestría en Gerencia de Empresas mención Finanzas de la Universidad Nacional Experimental del Táchira - Venezuela.

** Licenciado en Gerencia de Empresas y Licenciado en Contaduría Pública por la Universidad Católica del Táchira – Venezuela, Magister en Gerencia de Empresas mención Finanzas por la Universidad Nacional Experimental del Táchira – Venezuela, participante de la Maestría en Docencia Virtual de la Universidad Nacional Experimental del Táchira, Profesor de la Universidad Católica del Táchira - Venezuela. Email: lcontrerasg@ucat.edu.ve.

la institución bancaria objeto de estudio. El estudio se apoya en una investigación descriptiva, documental y de campo, apoyados en una guía de observación documental. Los resultados revelan que las políticas públicas del Estado Venezolano en materia económica están afectando el consumo, lo que conlleva a que los tarjetahabientes utilicen instrumentos financieros para consumo diario y no para productos a largo plazo. Por lo tanto, se concluye que la cartera de crédito al consumo (tarjetas de crédito), por su comportamiento y evolución financiera, impacta la rentabilidad y liquidez. Por ello, se hace necesario aplicar políticas que permitan otorgar mejores beneficios a los tarjetahabientes para aumentar la cartera.

Palabras Clave: Cartera de Crédito al Consumo, Morosidad, Rentabilidad, Liquidez, Banco Mercantil

Abstract

The objective of this work is to determine the impact of the delinquency of the consumer credit portfolio on the profitability and liquidity of Banco Mercantil, C.A. Banco Universal in the period 2015 - 2019. For it, the delinquency of the portfolio of credit to the consumption (credit card) is categorized, the indicators of profitability and liquidity are analyzed and, the relation between the indicators of profitability and liquidity with the delinquency of the portfolio of credit to the consumption of the banking institution object of study is determined. The study is based on descriptive, documentary and field research, supported by a documentary observation guide. The results reveal that the Venezuelan State's public policies on economic matters are affecting consumption, which leads cardholders to use financial instruments for daily consumption and not for long-term products. Therefore, it is concluded that the consumer credit portfolio (credit cards), due to its behavior and financial evolution, impacts profitability and liquidity. Therefore, it is necessary to apply policies that allow for better benefits for cardholders in order to increase the portf.

Keys Words: Consumer Credit Portfolio, Default, Profitability, Liquidity, Banco Mercantil

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. – II. Metodología. III. – Plan de redacción. – 3.1.

El Crédito. - 3.1.1 El Crédito al consumo. - 3.1.2 El crédito para vehículos. - 3.1.3 Crédito de préstamo personal. - 3.1.4 Tarjeta de crédito. - 3.2 La morosidad. - 3.2.1 El Índice de morosidad. - 3.2.2 Factores externos e internos que inciden en el aumento del índice de morosidad recursos. - 3.2.3 Los indicadores de rentabilidad y liquidez. - 4. Resultados de investigación. - 4.1 Indicadores de rentabilidad ROA y RAE - 4.2 Indicadores de liquidez - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Esta investigación trata de la problemática ocasionada por la morosidad de los clientes, la cual ha sido un indicativo que refleja debilidades en la gestión del crédito por parte de las entidades financieras, la cual impacta en los incrementos de las provisiones por los créditos morosos, la liquidez y rentabilidad de dichas instituciones, debido a las regulaciones de la Superintendencia de Bancos y otras Instituciones Financieras (SUDEBAN). La falta de cumplimiento por parte de los deudores puede convertirse en problema de liquidez y rentabilidad, pudiendo incluso llevar a insolvencia. La cartera de créditos al consumo la conforma la cartera de vehículos y la cartera de tarjetas de crédito, entre otras. Todo crédito asignado, aun cuando se tomen en cuenta las previsiones y provisiones, tiene riesgo, muchos de ellos derivados de la propia coyuntura macroeconómica.

Como elemento externo, los ciclos económicos pueden afectar la morosidad en la recuperación de cartera. Estudios han demostrado que una rápida expansión del crédito se considera como una de las principales causas de la morosidad. Las entidades bancarias activan una lucha por una mayor cuota de mercado, lo que conduce a unas elevadas tasas de crecimiento del crédito. La manera más fácil de ganar cuota de mercado es conceder créditos a clientes de menor calidad crediticia. El presente estudio la morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal en el periodo 2015 – 2019.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

A nivel mundial se han reportado crisis financieras que han afectado a varios países. América Latina, también ha vivido experiencias en este sentido, por

ejemplo, México presentó problemas en la gerencia de su sistema financiero, por debilidades en el sector bancario, según lo reportan Morales, García & Uribe (2013), lo cual quedó en evidencia por el análisis en la evolución reciente de los principales indicadores de desempeño de la banca comercial para las últimas dos décadas. El estudio realizado por los autores citados, demuestra que el comportamiento de la estructura del financiamiento que otorgaba la banca comercial al sector privado del país en lo referente a los indicadores de morosidad, resultaban ser inconvenientes, ya que podían afectar el normal desenvolvimiento de la entidad. En este sentido, se identificó, por una parte, un sector bancario que, aunque era estable y sólido, no cumplía a cabalidad la función de canalizar los recursos financieros al sector productivo.

También, según Morales, García & Uribe (2013: 171) “se observa un deterioro en la cartera vencida de los diferentes segmentos de consumo, lo que se refleja en un sobreendeudamiento por parte de los hogares y familias”. Las entidades bancarias canalizan sus recursos a través de los créditos, siendo uno de ellos, el crédito al consumo. Las empresas o personas naturales, tiene la necesidad de financiar diversos proyectos por lo que no disponen del recurso económico para lo cual recurren a las instituciones financieras para solicitar crédito y de esta manera concretar negocios con el fin de obtener una rentabilidad. Al respecto Pinto (2013: 45), asegura que:

Los créditos al consumo son aquellos créditos que bajo la forma de pago aplazado, préstamo o cualquiera facilidad de pago, se otorgan a las personas físicas, destinados a financiar el gasto en la adquisición de bienes o servicios para uso personal y familiar (no profesional), por medio de una persona física o jurídica que regularmente (o a título habitual) opera en el mercado crediticio y cuya garantía no es superior ni inferior a aquella fijada por la ley.

En este sentido, los Estados regulan dichas concesiones a través de instituciones creadas para ello, con la finalidad de tener un Sistema Bancario Nacional solvente y rentable, por lo que deben sujetarse a una serie de regulaciones. Venezuela, tiene una regulación para la oferta de crédito, esta situación es reflejada por Pereira (2009), quien comunicó que, durante los últimos años, la oferta de crédito en Venezuela, ha estado alterada por un conjunto de regulaciones por parte del gobierno nacional, quien impide la libre asignación de cantidades y precios en el mercado financiero.

El Estado Venezolano está facultado legalmente para ordenar la reasignación de los flujos crediticios de la banca en función de una política de redistribución sectorial, empresarial, social o regional de la producción y el comercio, con las únicas limitaciones que le impongan el buen juicio en el manejo económico y político Pereira (2009: 1). De esta manera, se observa la estrategia en el manejo del riesgo por parte de las instituciones otorgantes de crédito, dado que, como intermediarios financieros, logran impactar en la economía y en la propia entidad. En este sentido, Díaz (2012: 7) señala que:

La labor que desarrollan los intermediarios financieros en economía de un país, es de vital importancia, ya que estos canalizan los recursos entre los agentes económicos del país, facilitando entre otras cosas, el financiamiento hacia sectores productivos. Realizar esta función, conlleva a la banca operar bajo una serie de factores y riesgos, entre ellos, el de liquidez, que es el principal insumo de los bancos para ejercer su función. Este riesgo no solo afecta a los que mantienen una relación con el sector bancario, sino también, de producirse una crisis, impactaría directamente en el desenvolvimiento de otros sectores de la economía nacional y de la sociedad en general.

Las evidencias empíricas apuntan que a pesar de los factores de riesgo que afectan la liquidez y rentabilidad, por niveles de morosidad en el manejo de la cartera, en ocasiones los bancos no se controlan en periodos de expansión económica. Aparicio & Moreno (2011: 8), sostienen que:

Los bancos se vuelven excesivamente optimistas en los periodos de expansión económica, causando que se menosprecie el riesgo asociado al incumplimiento de pagos de nuevos créditos. De esa manera, bajan los niveles de tasas de interés y suavizan sus patrones de exigencia en un esfuerzo para incrementar los préstamos. Bajo este supuesto, los bancos se comportan cautelosamente durante y después de periodos de grandes pérdidas, pero prestan más agresivamente en la medida en que estas experiencias son olvidadas.

Por su parte, Moreno (2007: 4), proyectó algunos datos estadísticos para el año 2006 los cuales reflejaron que:

Los microcréditos se habían incrementado en un 80,72%. Que el 3,99% de la cartera bruta correspondió a microcréditos en la banca

universal (a la que pertenece la institución objeto de estudio) y comercial en marzo de 2006. ... Los primeros lugares en microcréditos al cierre del tercer mes del año fueron Mercantil con 221,69 millardos de bolívares, Venezuela con 203,65 millardos de bolívares. Le siguen Provincial con 183,89 millardos de bolívares, Banesco con 180.81 millardos de bolívares...

Para minimizar los riesgos por parte de la banca que regulan las instituciones, como por ejemplo SUDEBAN, en cumplimiento de las políticas públicas en materia monetaria, se establecen ciertos controles en las variables macroeconómicas, como son, por ejemplo, las tasas activas y pasivas. Como parte de su capacidad de adaptación y cambio, los bancos. Al respecto, Pereira (2009: 34) señala:

La banca ha demostrado a lo largo del tiempo su capacidad de adaptarse a los cambios de mercado y a las nuevas regularizaciones de forma rápida, manteniendo una buena utilidad y rentabilidad razonable, sin embargo, se piensa que el entorno será mucho más complejo, en la cual la gerencia bancaria requerirá de cambios importantes para su adaptación, por ejemplo, las últimas medidas aprobadas por BCV de controles de tasas, tendrá un impacto directo en las utilidades del sector, ya que el incremento en las tasas de tarjetas de crédito no compensa el aumento de las tasas pasivas ni la reducción de las tasas activas para el sector agrícola y manufactura.

Otra de las regulaciones o mecanismos de control, es el encaje legal. Pereira (2009: 35) lo define como “uno de los instrumentos de política monetaria que aplican los bancos centrales con la finalidad de regular la capacidad crediticia de la banca comercial, como el caso Venezolano”. Resalta Pereira que en el país esta política es bastante intrincada, existen captaciones del sistema financiero que para el período de estudio no estaban sujetas a la regulación de encaje, tal es el caso de las inversiones cedidas y los planes especiales de financiamiento. Además, existen regulaciones de encaje para las posiciones en divisas del sistema bancario.

La incidencia del encaje afecta el diferencial entre las tasas pasivas y activas, de la siguiente manera: un encaje relativamente alto disminuye los estímulos para la realización del negocio bancario: un encaje elevado obliga al banquero a disponer de menos fondos para ser prestados, por lo cual debería ser más selectivo a fin de usar tasas activas mayores, por lo tanto, disminuirá la oferta de

fondos y, como contrapartida, se necesitará de menores recursos para colocarlos. Al final, esto desestimulará los depositantes debido a las tasas de interés menos atractivas, la consecuencia inevitable será un mayor diferencial entre la tasa activa y la pasiva.

Caso contrario ocurre cuando el Banco Central recorta o disminuye los requerimientos de encaje, esto hace al banquero más propenso al negocio bancario, llevándolo a tener una mayor proporción de recursos ociosos, estimulándolo a elevar la oferta de recursos al sistema, disminuyendo su tasa activa. Si esto se corresponde a elevaciones en la demanda de créditos, entonces motivará la necesidad de mayores recursos para ser colocados, esto se traducirá en tasas pasivas más elevadas, por lo que en definitiva reducirá los diferenciales entre la tasa activa y la pasiva (Pereira, 2009).

Otro aporte del estudio de las variables económicas se obtiene a partir de Veloz (2007), quien explicó la forma de medir los efectos de los cambios en las condiciones económicas del país a partir de otro grupo de variables explicativas. El trabajo de Veloz (2007) demuestra que elevadas tasas de intereses reales de corto plazo (IN TRS) pueden afectar negativamente a firmas con elevados niveles de endeudamiento. En este sentido, Veloz (2007: 34) señala:

La tasa de interés real de corto plazo es utilizada para capturar los efectos de potenciales choques de tasas de interés en la economía. Variaciones en el tipo de cambio nominal (NEX) pueden afectar la competitividad del país en los mercados internacionales, así como también los beneficios de la banca aumentando la morosidad de los préstamos otorgados en moneda extranjera. En adición, una elevada tasa de inflación (INFL) tiene un efecto negativo sobre la economía y el sistema bancario en general. La tasa de inflación en este estudio es utilizada como una medida de mala administración de la política monetaria. Como medida de fragilidad bancaria, se introduce la relación entre los préstamos morosos totales del sistema entre el total de la cartera del sistema (BSNPL).

Se observa como la inflación, las tasas de interés, las variaciones en los tipos de cambio, entre otros, puede acrecentar la vulnerabilidad bancaria, elevando el riesgo e incertidumbre de los empresarios e inversionistas del sector bancario. Galiz (2011) define el Riesgo Económico como la incertidumbre producida sobre el rendimiento esperado de las inversiones, debido a los cambios obtenidos en la

situación económica del sector en el cual se desenvuelve la empresa. La morosidad, las políticas públicas en materia monetaria, afectan la rentabilidad y liquidez de las instituciones sujetas a estudio.

Con base a los anteriores planteamientos, se pretende realizar una investigación para determinar incidencia en la morosidad de la cartera de crédito al consumo en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil C. A. Banco Universal en el Estado Táchira, durante el periodo 2015 – 2019. El Banco Mercantil al igual que otras instituciones de crédito, ha tenido la problemática de la morosidad en su cartera de créditos, lo cual hace que la sostenibilidad financiera se vea comprometida, tal como lo señala Colmenares (2011: VIII):

La cartera de créditos al consumo de Mercantil, mostró una morosidad para los años 2006 y 2007 de 0,24%; y para los 2008 y 2009, aumento a 0,47% y 0,40% respectivamente; este aumento en la morosidad hace que el problema de incumplimiento se convierta en uno de liquidez y rentabilidad y finalmente en insolvencia bancaria si las instituciones empiezan a generar pérdidas y déficit de provisiones.

Los estudios demuestran el impacto de la morosidad en la liquidez y rentabilidad que conduce a la insolvencia, en cuanto a las causas de la morosidad en la banca de la región andina, son de la más diversa índole, cuya procedencia pueden ser el comportamiento de las variables macro y micro económicas, además de factores internos inherentes a la institución otorgante de créditos. En este sentido, con respecto a las causas de morosidad atribuidas a los procesos internos de los bancos, en la región andina, en la especificidad del Banco Nacional de Crédito (BNC), los hallazgos indican que, “Es un hecho indiscutible que la evaluación, otorgamiento, recuperación y seguimiento deben constituir acciones planeadas para establecer estrategias que permitan obtener la mejor herramienta para disminuir el índice de morosidad de la cartera de crédito al consumo de la institución” (Moncada, 2010: VII). Por lo tanto, las instituciones oferentes de crédito, deben gerenciar el riesgo crediticio, teniendo estrategias y políticas que tengan como fin una cartera sana, en lo posible. Por lo expuesto, surgen las siguientes preguntas de investigación:

¿En qué condiciones esta la Morosidad de cartera del crédito al consumo del Banco Mercantil, Banco Universal, periodo 2015 – 2019?

¿Cómo deben ser evaluados los indicadores de rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal, periodo 2015 – 2019?

2. Metodología

El grado de profundidad de la presente investigación es de tipo correlacional, pues se relacionó los indicadores de rentabilidad y liquidez con la morosidad de la cartera de crédito al consumo del Banco Mercantil C. A. Banco Universal, periodo 2015 – 2019. Un estudio correlacional es definido por Hernández, Fernández y Baptista (2003) como aquel que mide el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables.

El diseño de investigación asumió una estrategia de tipo documental y de campo. El análisis documental según Arias (2006) es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los datos obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales, impresas, audiovisuales o electrónicas. En este estudio, los documentos estuvieron integrados por la información económico - financiera e información de variables macro y micro económicas. En este trabajo es de carácter no experimental, no se manipularon variables, al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2003: 184) señalan que su función: “es observar fenómenos tal y como se dan en el contexto natural para después analizarlos”.

La población estuvo compuesta por los diez (10) primeros bancos universales del país de acuerdo a SUDEBAN en el Boletín Mensual Preliminar abril 2015. La muestra fue intencional y no probabilística, al respecto, se seleccionó al Banco Mercantil C.A., Banco Universal, dado que el banco brindaba fácil acceso a la información. En este sentido, se seleccionaron los estados financieros del periodo 2015-2019 y, las partidas financieras vinculantes tales como la composición de cartera, rentabilidad, liquidez, ROA, ROE, entre otras. De igual forma, se obtuvo los hechos registrados en la fuente económica del Banco Central de Venezuela (BCV), tales como la Tasa Activa de Interés, Variación Tipo de Cambio, entre otras.

Para el trabajo de campo, se encuestaron algunos funcionarios bancarios y clientes del banco. En este caso, se utilizó un muestreo no probabilístico e intencional, siguiendo parámetros definidos por el investigador, por ejemplo, personal que labora en el departamento de créditos, clientes que tengan créditos a través de tarjetas de crédito, prestamos, entre otros.

Con las técnicas e instrumentos, el investigador pudo realizar la recolección de los datos. Hurtado (2008), define las técnicas e instrumentos de recolec-

ción de datos como las técnicas tiene que ver con los procedimientos utilizados para la recolección de datos, es decir, el cómo, las técnicas pueden ser de revisión documental, observación, encuesta y técnicas sociométricas, entre otras y los instrumentos representan la herramienta con la cual se va a recoger, filtrar y codificar la información.

La validez de la investigación se dio a través de la técnica del juicio de expertos, tres (3) en total, con el perfil académico y profesional, quienes evaluaron la guía de observación de las variables para la investigación documental y la operacionalización de las variables y los cuestionarios. La confiabilidad de la investigación de tipo documental estuvo dada por las fuentes consultada, de dominio público, procedente del Banco Mercantil C.A., Banco Universal, Informes de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario de Venezuela (SUDEBAN), Informes del Banco Central de Venezuela (BCV), informes estadísticos del Instituto Nacional de Estadística (INE), entre otros. Los datos fueron tratados con los paquetes de software Word, Excel y Power Point a fin de analizar los indicadores y extraer la información según las pautas de la metodología de la investigación.

3. Plan de Redacción

3.1 El crédito

El crédito es una pieza clave de los sistemas económicos en la mayoría de los países y mercados; permitiendo que personas y organizaciones con excesos de fondos puedan transferirlos a quienes tienen déficit de efectivo, a cambio de una recompensa y de la obligación de devolver los fondos. Según Campos (2012: 5):

Este tipo de operaciones posibilita la financiación de actividades y proyectos que no podrían llevarse a cabo sin esta transferencia de fondos. Sin embargo, durante la realización de los proyectos ocurren eventos inesperados que pueden causar que la devolución de fondos no se materialice en la forma acordada o, aún más, ni siquiera se recuperen dichos fondos. Esto causa pérdidas al inversionista por el monto no recuperado y por los costes asociados al intento de recuperación. Este es el principal riesgo que corre el acreedor en las operaciones crediticias y su adecuada evaluación es una tarea de gran importancia para el acreedor.

Con el fin de disminuir la incertidumbre que conlleva el otorgamiento de créditos las instituciones financieras deben hacer un constante seguimiento a la cartera de crédito de acuerdo con Aranguren, Eslava & Bautista (2000: 171) se debe estar evaluando regularmente con el fin de conocer el mayor activo de las empresas financieras y de esa manera poder formularse un juicio sobre el estado actual de la situación financiera de la banca, buscando disminuir el riesgo asociado a las operaciones crediticias.

3.1.1 Crédito al consumo

El crédito al consumo es frecuente en la economía actual y los consumidores utilizan regularmente el crédito al consumo, como parte de sus hábitos de compra diaria. Pinto (2013: 39), los define como:

Aquellos créditos que, bajo la forma de pago aplazado, préstamo o cualquiera facilidad de pago, se otorgan a las personas físicas, destinados a financiar el gasto en la adquisición de bienes o servicios para uso personal y familiar (no profesional), por medio de una persona física o jurídica, que regularmente (o a título habitual) opera en el mercado crediticio y cuya garantía no es superior ni inferior a aquella fijada por la Ley. Se consideran dentro de esta definición los créditos otorgados a las personas físicas a través de tarjeta de crédito, préstamo personal, apertura de crédito, crédito revolving, crédito rápido, y otros.

La cartera de crédito al consumo incluye una clasificación principal de acuerdo a la actividad a la cual se destinan los recursos, estas son: comercial, consumo, vivienda y microempresa. La cartera de crédito al consumo es aquella que está destinada a personas naturales que tienen como propósito atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial. Picón (2011: 51), la define como:

El conjunto de créditos y financiamientos otorgados por una institución financiera a personas naturales. La cartera de crédito comprende los saldos de capital por las operaciones de crédito que la institución bancaria concede a sus clientes y está constituida también por el rendimiento devengado a cobrar a favor de las mismas. En estas incluyen todos los financiamientos otorgados por la institución cualquiera que sea la modalidad como los mismos se pacten, con excepción de las operaciones que corresponden registran en los grupos

de inversiones temporales, de acuerdo con las definiciones descritas para cada uno de éstos.

3.1.2 Crédito para vehículos

La aparición del automóvil y su producción masiva en el mercado, modifican la estructura tradicional de otorgamiento del crédito al consumo, en este sentido, Álvarez (2008: 3) opina que:

Dado elevado precio del producto, es casi impensable la compraventa al contado, por lo que la alternativa está en el crédito. La venta a plazos que hasta entonces se utiliza no satisface, sin embargo, eficazmente la demanda de crédito, pues la limitada capacidad de financiación del proveedor es incapaz de absorber masivos aplazamientos de pagos de tan alto precio. En este estadio, aparece una nueva modalidad de financiación del consumo, en la que interviene un tercer sujeto que desempeña exclusivamente el rol de sujeto financiador.

3.1.3 Crédito de préstamo personal

El préstamo personal es un contrato por el que la entidad financiera adelanta una cantidad de dinero (principal) a otra persona llamada prestatario, con la obligación de que devuelva el principal y abone además unos intereses pactados y los gastos derivados de la operación, en este mismo orden de ideas, Pinto (2013: 44) señala que:

Es aquel en el que el prestamista otorga fondos a ser cobrados en plazos establecidos en un contrato de préstamo, a una tasa que puede ser conocido con un tipo de interés fijo, o desconocida con interés variable. Estos fondos son de libre disposición para el prestatario. Normalmente, el préstamo personal se utiliza de forma puntual en la adquisición de un bien o servicio y una vez amortizado en su totalidad finaliza la relación entre prestamista y prestatario.

Existen varios tipos de préstamos personales a saber: de interés fijo, mixto y variable, préstamos personales sin carencia y con carencia, de cuota fija, constante, creciente o decreciente y pago mensual, trimestral, semestral y anual.

3.1.4 Tarjeta de crédito

Una Tarjeta de Crédito (TC), según Pinto (2013: 44):

Conlleva a la concesión de un crédito a su titular por parte de la entidad emisora. De una a otra categoría la tarjeta variara el límite de ese crédito, pero todas comparten la atribución al consumidor de un poder de disposición en la forma que esta decida. El consumidor que posee una tarjeta de crédito no precisa acudir a una entidad financiera para solicitar un préstamo cada vez q necesite dinero.

Asimismo, Pinto (2013: 45) destaca los siguientes elementos de la TC:

- Cuota o Pago mínimo. Es el que el banco calcula cada mes, con relación a tu deuda, para determinar el monto mínimo que debes cancelar de tú crédito.
- Intereses. Es el costo que debes pagar por tu tarjeta de crédito. Lo encuentras como un valor adicional que se calcula cada mes sobre el saldo de tu tarjeta.
- Beneficios Adicionales. Dependiendo de tu entidad financiera, algunas tarjetas de crédito tienen beneficios adicionales como seguros para viajes o cobertura nacional, entre otros.
- Cupo. Es el tope máximo de dinero que puedo gastar con mi tarjeta de crédito.
- Corte. Fecha mensual, que toma el banco para hacer el cálculo de tu deuda, pago mínimo e interés, que aparecen en tu Estado de Cuenta. Por ejemplo, imagínate que tu fecha de corte son los días 30 de cada mes, en tu Estado de Cuenta llegarán todos los consumos que has realizado con tu tarjeta desde el 1 hasta el 30 del mes en curso, a esos consumos se les sumará los saldos anteriores y se calculará el pago mínimo y los intereses a pagar.
- Saldo. Es el dinero que debes al banco después de efectuar tus pagos mensuales de intereses, cuota mínima o abono a capital.

3.2 La morosidad

La morosidad es un indicador que permite el análisis del riesgo crediticio de las entidades financieras, y es entre otras el reflejo de la gestión que lleva adelante en el momento de asignar los créditos. En este sentido, la morosidad, según Raposo (2009: 133), es definida como:

El cociente entre activos dudosos e inversión crediticia, es el indicador tradicionalmente utilizado para analizar el riesgo de crédito en las entidades financieras y es asumida como medida fundamental de

la calidad del crédito, por cuanto viene a reflejar el nivel de acierto de la entidad en la selección de sus clientes y en la solución de aquellos que devinieron en problemáticos. La morosidad además de estar causada por la calidad con la que se gestiona el riesgo, puede estar causada por circunstancias económicas exógenas. Mientras en el primer caso las entidades crediticias pueden reducir su morosidad revisando sus políticas de riesgo y mejorando su gestión, poco pueden hacer con relación a la morosidad debida a factores exógenos a la propia entidad como el ciclo económico.

Como se pudo observar, las instituciones bancarias, como es el caso de esta investigación, no solo son afectadas por variables internas a la gerencia, sino por variables o factores externas en la cual la entidad no tiene control alguno.

3.2.1 El índice de morosidad

La morosidad puede ser calculada según un índice llamado de morosidad (IMOR), el cual se constituye como uno de los indicadores más utilizados como medida de riesgo de una cartera crediticia. El cálculo se da por la cartera de crédito vencida como proporción de la cartera total. Para Fuentes & Escobar (2013), la cartera de crédito se clasifica como vencida cuando los acreditados son declarados en concurso mercantil, o bien, cuando el principal, intereses o ambos no han sido liquidados en los términos pactados originalmente, considerando los plazos y condiciones establecidos. Explica el autor citado que, de acuerdo con la regulación aplicable, los créditos declarados vencidos que liquiden totalmente los saldos pendientes de pago o que siendo créditos reestructurados o renovados cumplan con el pago sostenido del crédito, volverán a considerarse cartera vigente.

En cuanto a la recuperación de los créditos o cartera vencida, se puede recuperar ejerciendo garantías (cobranza en efectivo o en especie), reestructurando créditos o liquidando créditos vencidos. El monto recuperado se resta de la cartera vencida inicial. Las aplicaciones de cartera vencida, también conocidas como castigos, se definen como la cancelación del crédito cuando existe evidencia suficiente de que el crédito no será recuperado.

Acotan los autores que el banco refleja estas aplicaciones en sus estados financieros utilizando las reservas previamente constituidas. No existe un criterio específico sobre cuándo el banco realiza aplicaciones de cartera. La regulación permite que los bancos decidan si el crédito vencido debe permanecer en el ba-

lance o bien debe ser castigado y, varía de acuerdo a las políticas establecidas por cada institución, puntualizaron los autores.

3.2.2 Factores externos e internos que inciden en el aumento del índice de morosidad

Los Factores que inciden en el aumento del índice de morosidad de la cartera de crédito tienen procedencia externa e interna. Dentro de los factores externos hay lo que se llama determinantes macroeconómicos o variables macroeconómicas, dentro de los cuales se cuenta, entre otras, la tasa activa de interés y la variación en el tipo de cambio.

Variables Macroeconómicas. Las variables macroeconómicas afectan los niveles de morosidad. Algunas de ellas, según Marzomas, Wicijowski & Rodríguez (2008: 7), son “el desempleo, Producto nacional bruto, la renta per cápita y la inflación”. Consideran los autores, que el desempleo es un factor que afecta el índice de morosidad. Hay que considerar que la presencia de un elevado desempleo es un problema tanto económico como social. Como problema económico, es un despilfarro de valiosos recursos. Otro de los factores que influyen directamente en el endeudamiento desmesurado que deriva en morosidad es el Producto Nacional Bruto (PNB), que se define como el valor total de los bienes y servicios finales producidos en el periodo por los factores pertenecientes al país, dentro o fuera de las fronteras nacionales.

De igual forma la renta per cápita es la relación que hay entre el Producto Interno Bruto (PIB) de un país y su cantidad de habitantes. Para conseguirlo, hay que dividir el PIB de un país por la población de éste. Es un indicador comúnmente usado para estimar la riqueza económica de un país. Por otra parte, la inflación que se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular, lo que se diferencia de la devaluación, dado que esta última se refiere a la caída en el valor de la moneda de un país en relación con otra moneda cotizada en los mercados internacionales, como el dólar estadounidense, el euro o el yen.

Factores internos que inciden en el aumento del índice de morosidad.

Los factores internos que influyen en el aumento del índice de morosidad, viene dada por una mala evaluación financiera y del entorno socioeconómico del negocio, que al final repercute en la capacidad de pago del cliente, causado en algunas ocasiones sobre endeudamiento. Puede ser causada por factores internos de la organización financiera, tales como, al decir de Marzomas et al. (2008: 23):

- Inexistencia y/o poca claridad de objetivos, políticas y/o normas crediticias.
- Tentación de incrementar la cartera en el corto plazo para obtener mejores resultados económicos y financieros inmediatos alentando u obligando al personal de créditos a incrementar sus metas de colocaciones.
- Deficiencias organizacionales, especialmente en la definición de funciones y responsabilidades, lo cual origina que ante errores cometidos en el proceso crediticio no se pueden identificar las responsabilidades para aplicar las correcciones.
- Falta de disciplina para hacer cumplir las normas, en algunos casos a pesar de existir normas bien precisas estas no se cumplen por que los vínculos laborales entre el personal se caracterizan por relaciones de amistad que impiden la aplicación de las políticas de una manera disciplinada.
- Falta de sistema de control.
- Desconocimientos de las características y necesidades del mercado, es el caso de algunas instituciones que elaboran sus estrategias, productos financieros y procedimientos de acuerdo a su estructura organizacional y a sus propias necesidades o características las cuales muchas veces son diferentes a las necesidades del microempresario al cual se pretende atender.
- Falta de programas de capacitación y entretenimiento de su personal.

La morosidad en la cartera de crédito al consumo. La morosidad de la cartera de crédito al consumo se estudió observando las causas de la morosidad desde la perspectiva del cliente, de igual forma, de la causa de los procesos internos.

Las causas de la morosidad desde la perspectiva del cliente en la cartera de crédito al consumo. Las instituciones bancarias tienen en funcionamiento Políticas de Crédito, con la finalidad de que el mismo sea recuperable y que no exista situaciones de morosidad. Las políticas de crédito, son, según Moncada (2010: 32), “un conjunto de acciones encaminadas a alcanzar los objetivos establecidos; son responsabilidad de los Consejos de Administración, cuanto más agresivo es la política crediticia, mayor es el riesgo crediticio”. Sin embargo, los clientes caen en la morosidad. Estudios han demostrado que las causas de morosidad, por parte del deudor pueden ser intencionales, en este orden de ideas, afirman Marzomas et al. (2008: 22):

a mayoría de los impagados al deudor son intencionales, pero es necesario establecer una distinción entre dos grupos de deudores de mala fe: los que practican el juego financiero, retrasando al máximo el pago de las facturas, pero abonándolas finalmente, y los morosos profesionales o defraudadores, que nunca atienden sus obligaciones de pago a menos que se les obligue.

Marzomas et al. (2008) destacan que hay dos tipos de deudores morosos, los de mala fe y los morosos profesionales o defraudadores, tipología que debe tener en cuenta al momento de asignar un crédito por las características que ellos revisten. El cliente de una institución bancaria, puede tener diversas causas para entrar en mora en el cumplimiento de sus obligaciones financieras, pudiéndose destacar, entre otras: perfil demográfico, vencimiento de cuotas y tasas de Interés.

- Perfil demográfico. En cuanto al perfil demográfico se encuentran: cambio de situación laboral, desempleo, enfermedad, accidente, aparición de problemas familiares o personales; adquisición de viviendas u otros bienes muebles que endeudan por encima de los ingresos.
- Vencimiento de cuotas. Cuando se presentan incremento de gastos o endeudamiento por encima de los ingresos, que no le permiten afrontar todos los compromisos de pago; el deudor ha hecho inversiones excesivas en su negocio y se encuentra endeudado por encima de sus posibilidades; cuando se realizan compras excesivas de determinadas existencias, se quedan sin liquidez para pagar a otros acreedores.
- Tasas de Interés. Las tasas de interés de las entidades financieras es otro factor que puede influir en sus niveles de morosidad. Las entidades que asumen mayores riesgos, anticipan las pérdidas cobrando mayores tipos de interés.

Las causas de la morosidad desde la perspectiva de los procesos internos en la entidad bancaria en la cartera de crédito al consumo. Cuando las entidades financieras que intentan incrementar su cuota de mercado tienden de relajar los estándares de riesgo con el consecuente deterioro en la calidad de la cartera, lo cual incrementa la vulnerabilidad de las economías que experimentan una crisis bancaria. Algunos de los procesos internos en las instituciones bancarias que afectan los índices de morosidad, por debilidades en el otorgamiento de los créditos, se pueden mencionar: perfil del funcionario ejecutivo otorgante del crédito, evaluaciones de análisis, verificación de documentos y seguimiento.

Con relación al perfil del funcionario ejecutivo otorgante del crédito, Díaz (2009), indica que en momentos de expansión económica los bancos bajan los niveles de tasas de interés y suavizan sus patrones de exigencia en un esfuerzo para incrementar los préstamos, por lo que se vuelven excesivamente optimistas, causando que se menosprecie el riesgo asociado al incumplimiento de pagos de nuevos créditos. De acuerdo a este punto de vista “los bancos se comportan cautelosos durante y después de periodos de grandes pérdidas, pero prestan más agresivamente en la medida en que estas experiencias son olvidadas” (Díaz, 2009: 8).

Respecto a las evaluaciones de análisis, la entidad bancaria asume diferentes niveles de riesgo de acuerdo al perfil demográfico de la población que atiende. De allí que los créditos asignados a empresas y hogares son más riesgosos que la inversión al sector público. Asimismo, el riesgo es diferente cuando se analiza la estructura de la cartera por tipo de crédito siendo los créditos hipotecarios menos riesgosos que los créditos de consumo. Por otra parte, existen sectores económicos que implican un mayor riesgo para las entidades financieras. Por tanto, si la institución financiera concentra sus colocaciones en créditos y sectores de elevado riesgo, es probable que enfrente mayores niveles de morosidad que aquellas que lo diversifican.

En cuanto a la verificación de documentos, el análisis del solicitante del crédito es esencial para determinar si existe algún riesgo de morosidad. Dicho análisis debe incluir los siguientes aspectos manifiesta Antúnez, Inés (2012: 28):

Análisis de las razones por las que el cliente requiere el crédito, análisis de los estados financieros poniendo énfasis en las tendencias de los mismos en cualquier tipo de volatilidad en el sector en el que trabaja el cliente, análisis del flujo de caja para evaluar la capacidad de hacer frente a los pagos del crédito solicitado, analizar las fuentes de ingresos y su estabilidad, entre otros elementos.

Como se puede esgrimir, la entidad otorgante de crédito posee suficientes razones y análisis para protegerse de la asignación de un mal crédito, pero los controles internos que el mismo tenga, serían garantes del funcionamiento de una sana cartera de créditos, además de la ética del funcionario en el cumplimiento de sus obligaciones.

Por su lado, el seguimiento, consiste en la vigilancia y el control en el otorgamiento de los créditos y, marcan la diferencia en la eficiencia de la gestión del riesgo. Díaz (2013: 9), afirma que:

Una selección de los créditos y la implementación de sistemas de vigilancia y recuperación eficientes también influyen en la tasa de recuperación de las colocaciones. Cuando hay poca eficiencia en las entidades gestoras de los créditos va acompañada de una mayor morosidad. Por otra parte, una menor asignación de recursos a los procesos de evaluación, supervisión y recuperación de créditos puede afectar la capacidad de control y recuperación de los créditos otorgados.

3.2.3 Los indicadores de rentabilidad y liquidez

Los indicadores financieros que se consideraron fueron la rentabilidad económica y financiera (ROA, rentabilidad que proviene de las operaciones del negocio bancario y, ROE, rendimiento de patrimonio del instituto) y lo referente a la Liquidez.

La rentabilidad económica y financiera. El ROA, es una herramienta de monitoreo para conocer la capacidad que tiene una empresa de utilizar eficientemente sus recursos y generar valor. Es un indicador que resume, el rendimiento de la empresa. Asevera Navas (2013: 297):

La Rentabilidad como indicador de rendimiento de las instituciones bancarias incluye la evaluación de las ganancias con respecto a las operaciones realizadas, con el fin de determinar la incidencia de los factores internos y externos reinantes en el entorno en la obtención de la utilidad; puesto que las ganancias son primordiales para la cancelación de los dividendos, cubrir las pérdidas crediticias y mantener niveles de reservas suficientes para enfrentar las políticas de crecimiento de la entidad bancaria.

Se infiere, por lo tanto, la importancia de la rentabilidad como indicador de rendimiento, pues le permite tener un crecimiento sostenido en el tiempo, por parte de las instituciones bancarias, lo cual da seguridad a sus clientes y al estado venezolano. Existen dos tipos de rentabilidad, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera. Grimaldo (2012: 30), las define:

Rentabilidad Económica. Establece una relación entre el resultado económico, es decir antes de deducir impuestos e intereses con el activo total, de forma que permite medir la gestión económica independientemente de la manera como estén financiadas las inversiones. Se conforma: $RE = \text{Resultado antes de interés e impuesto} / \text{Activo Total}$.

Rentabilidad Financiera. Se encarga de medir el rendimiento de los activos propios de la empresa en un periodo determinado, permite dar información precisa a los accionistas sobre la marcha del negocio y evaluar alternativas de inversión y de financiamiento. Se conforma: $RF = \text{Resultado neto} / \text{Recursos propios}$.

Cabe destacar que la Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE, *return on equity*). se define como el cociente entre beneficio neto después de impuestos y fondos propio, tradicionalmente ha sido un ratio utilizado para medir la rentabilidad de una compañía. Este ratio es utilizado como una medida de la rentabilidad de una compañía y permite hacer comparaciones estáticas de distintas compañías dentro de un mismo sector. Grimaldo (2012) señala que algunos indicadores de rentabilidad exigidos por SUDEBAN (2010) son: a) Ingreso por cartera de créditos / Cartera créditos promedio, b) Ingreso por inversiones en títulos valores / Inversiones en título valores promedio, b) Gastos financieros/Captaciones promedio con costo, c) Margen financiero bruto / Activo promedio, d) Ingresos extraordinarios / Activo promedio, ROA, ROE. Asimismo, Grimaldo (2012: 31-34) indica la forma de cálculo de los siguientes indicadores:

Ingreso por cartera de créditos / Cartera créditos promedio. Mide el grado de rendimiento promedio generado por la cartera de créditos durante el ejercicio. La cuantía de este indicador está estrechamente vinculada al carácter rentable de la cartera.

Ingreso por inversiones en títulos valores/ Inversiones en título valores promedio. Expresa el rendimiento obtenido por la entidad en sus inversiones en títulos valores.

Gastos financieros/Captaciones promedio con costo. Mide cual es el costo bruto de los pasivos a cargo del banco.

Margen financiero bruto/Activo promedio. Cuantifica el margen financiero ingresos financieros menos egresos financieros.

Ingresos extraordinarios/Activo promedio. Expresa la relación existente entre el volumen de recursos obtenidos por la entidad con el promedio en que se cifro el activo del instituto.

ROA. Rentabilidad proveniente de las operaciones del negocio bancario. ROE. Mide el nivel de rendimiento de patrimonio del instituto.

Indicadores de liquidez. La liquidez según Fernando (2003:25) “comprende las disponibilidades de moneda central de los bancos comerciales”. En este sentido podría desprenderse que es la facilidad con la que un activo puede venderse rápidamente, es decir; cuando puede convertirse en dinero fácilmente. En las instituciones bancarias la liquidez toma mayor importancia, debido a que constantemente atienden demandas en efectivo por parte de sus clientes. Algunos indicadores de liquidez exigidos por la SUDEBAN son:

- Disponibilidades. Mide la capacidad de la entidad para responder en forma inmediata a eventuales retiros del público. $(\text{Disponibilidad} + \text{Inversiones en títulos valores para negociar y disponibles para la venta}) / \text{Captaciones del Público}$. Mide la proporción del activo que tiene capacidad de respuesta inmediata para convertirse en efectivo, en la medida que aumenta la institución es más líquida.
- Cartera de créditos Neto. Indica el nivel en que la cartera de créditos ha sido financiada mediante recursos captados del público más inversiones.
- Activos a corto plazo / Pasivos a corto plazo. Proporción del activo menores a 90 días que tienen capacidad de respuesta inmediata, para convertirse en efectivo ante un eventual retiro de los pasivos menores de 90 días.

El ratio de solvencia es muy importante para medir la liquidez. Marzomas et al. (2008: 20) aseveran que: “El ratio de solvencia que es la capacidad de una empresa o cliente para hacer frente a sus deudas a corto o largo plazo; el plazo, el importe y los tipos de interés, que puede ser fijo es aquel que se mantiene constante durante toda la vida del préstamo”. Es una variable que se actualiza y revisa en los plazos establecidos con la entidad financiera. En el caso de las instituciones financieras, el ratio de solvencia es medular para su gestión y manejo del riesgo, pues un ratio favorable, le generara confianza a los clientes y a las instituciones de control de la banca. Tal como lo indican Eslava, Chacón & González (2017: 65) en su clasificación de indicadores enfocados al sector bancario venezolano los indicadores de solvencia ayudan a medir aspectos como la liquidez, la rentabilidad o capacidad de pago.

4. Resultados de investigación

A continuación, se presenta la Tabla 1 que muestra el resumen de los índices de correlación de Pearson y coeficiente de determinación de las variables objeto de estudio; correlación de rentabilidad ROA, correlación de rentabilidad ROE, correlación de liquidez 1 (Disponibilidades / captaciones del público) y correlación de liquidez 2 (Disponibilidades e inversiones / captaciones del público)

Tabla 1. Correlación de cartera de tarjetas de crédito vs índices de liquidez y rentabilidad

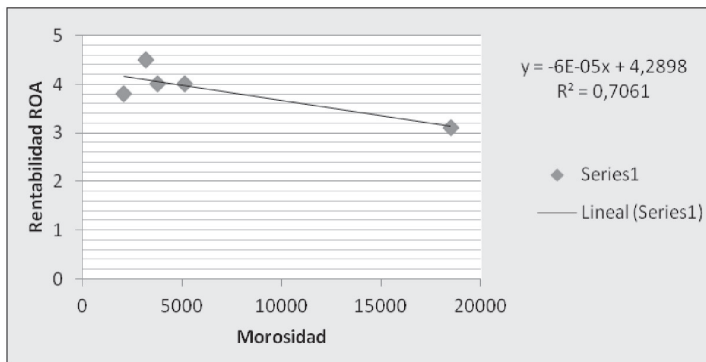
	RENTABILIDAD		LIQUIDEZ	
	ROA	ROE	Disponibilidades / Captaciones del Público	Disponibilidades e Inversiones / Captaciones del Público
Correlación de Pearson (r)	0,7061	0,2458	0,891	0,4446
Coefficiente de Determinación (r²)	-84,03%	-49,58%	-94,39%	-66,68%

Fuente: Elaboración propia.

1.1 Indicadores de rentabilidad ROA y RAE

ROA. Para este indicador se observó una correlación moderada de 0,7061 lo que indica que existe una relación positiva directamente proporcional en función del aumento de la morosidad de la cartera de tarjetas de crédito con respecto a la rentabilidad para el período de estudio, es decir, mientras más morosos se encuentren los tarjetahabientes más rentable será para el banco, lo dicho anteriormente toma validez al ver el resultado del coeficiente de determinación de 84,03% que significa que la variación en la Rentabilidad ROA toma en cuenta a la morosidad de los tarjetahabientes del banco (gráfico 1).

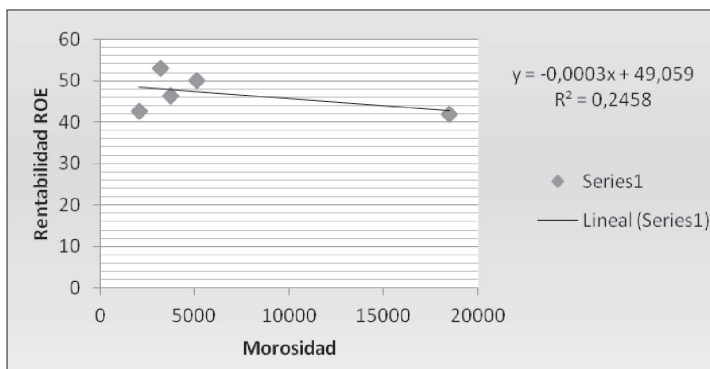
Gráfico 1. Correlación de Pearson. Morosidad Vs. Rentabilidad ROA



Fuente: Elaboración propia.

ROE. Al analizar correlación de Pearson entre la morosidad de la cartera de tarjetas de crédito con la rentabilidad ROE de 0,2458 indica que hubo una correlación positiva baja que significa que no existe una relación directa entre la morosidad que tienen los tarjetahabientes entre la rentabilidad ROE del banco, al ver el resultado que arrojó el coeficiente de determinación de 49,58% de la variación de la rentabilidad ROE impacta en la morosidad de los tarjetahabientes. En el gráfico 2 se muestra la correlación de estas variables.

Gráfico 2. Correlación de Pearson. Morosidad vs rentabilidad ROE

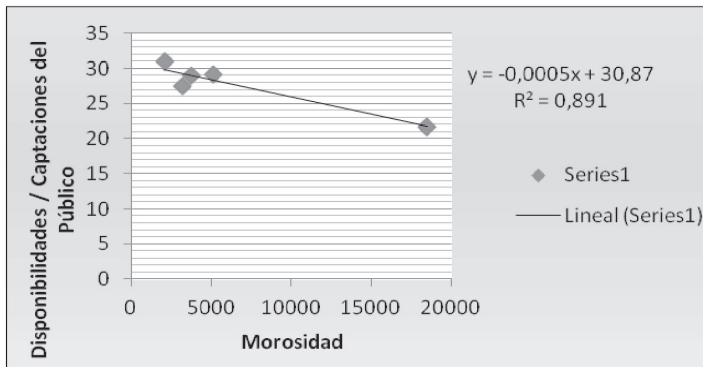


Fuente: Elaboración propia.

1.2 Indicadores de Liquidez

Liquidez 1 (Disponibilidades / Captaciones del público). Al comparar la morosidad de la cartera de tarjetas de crédito con las disponibilidades entre las captaciones del público se determinó una correlación de 0,891 siendo una correlación positiva alta (gráfico 3).

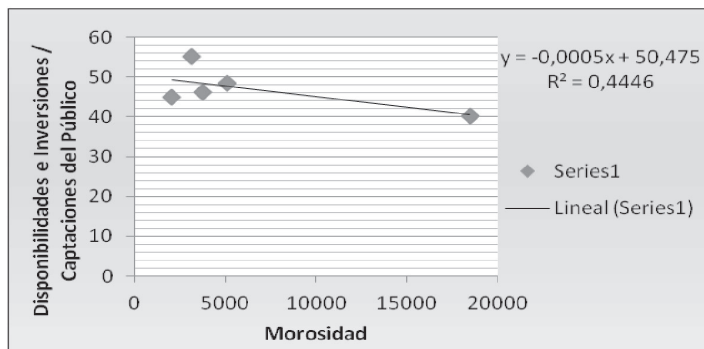
Gráfico 3. Correlación de Pearson. Morosidad vs liquidez 1



Fuente: Elaboración propia.

Liquidez 2 (Disponibilidades e inversiones / Captaciones del público). Al correlacionar estas variables el coeficiente de Pearson arroja un resultado de 0.4446 que viene a ser una relación positiva media que significa que la morosidad de los tarjetahabientes incrementa la rentabilidad del banco dado a que éste obtiene mayores beneficios gracias a los intereses generados por la mora, esta conclusión se fortalece al compararla con el resultado del coeficiente de determinación de 66,68% (gráfico 4).

Gráfico 4. Correlación de Pearson. Morosidad vs liquidez 2



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La categorización de la cartera de crédito se puede concluir que, en el caso de las tarjetas de crédito se contempla que ha crecido en términos absolutos, para el 2015 la cartera de tarjetas de crédito se encontraba en 6.578.035 llegando a 71.467.209 miles de Bolívares para el año 2019, es decir, que incremento su valor en once veces con respecto al año base; de igual manera la cartera total ha crecido ocho veces con respecto al año 2015, ya que se encontraba para ese momento en 43.787.961, llegando a 354.685.460 miles de Bolívares en el año 2019. Este incremento se dio porque el banco incrementó los límites de crédito a sus tarjetahabientes y, estos últimos, han usado esos aumentos en el gasto corriente.

En cuanto a la morosidad de la cartera de las tarjetas de crédito en el período de estudio, se presentó un crecimiento sostenido en los años 2015 - 2018 y una aceleración exponencial para el año 2019, que representó un valor atípico en la media. El aumento se debió al alto costo de la vida que afectó la capacidad de pago de los tarjetahabientes, quienes recurrieron al financiamiento con las TC para cubrir gastos cotidianos.

De la incidencia y correlación de las variables morosidad con respecto al ROA, se evidenció la existencia de una relación positiva directamente proporcional entre el aumento de la morosidad de la cartera de tarjetas de crédito y la rentabilidad, por lo tanto, mientras más morosos se encuentren los tarjetahabientes más rentables es el banco. Por su parte, la correlación de la morosidad con respecto

al ROE arrojó una correlación positiva baja, esto significa que no existe una relación directa entre la morosidad que tienen los tarjetahabientes y la rentabilidad ROE del banco.

Al correlacionar la morosidad con la liquidez 1 (disponibilidades / captaciones del público), el resultado fue positivo alto, esto indica que la morosidad influye directamente en la liquidez que presenta el banco, por lo tanto, el coeficiente de determinación de la liquidez tiene una relación lineal con la morosidad. Por su lado, la correlación de la morosidad versus liquidez 2 (disponibilidades e inversión / captaciones del público), presentó una relación positiva media, lo que supone que la morosidad de los tarjetahabientes incrementa la rentabilidad del banco debido a que este obtiene mayores beneficios gracias a los intereses generados por la mora.

Referencias

- Álvarez, G. (2008). Los grupos de contratos en el crédito al consumo. (*tesis doctoral*). España: Universidad da Corruña.
- Antúnez, I. (2012). Riesgo en el otorgamiento de tarjetas de crédito en la banca universal venezolana. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad del Zulia.
- Aparicio, C., & Moreno, H. (2011). Calidad de la cartera crediticia bancaria y el ciclo económico: una mirada al gasto en provisiones bancarias en el Perú (2001-2011). Obtenido de http://www.sbs.gob.pe/repositorioaps/0/0/jer/ddt_ano2011/3_Aparicio_y_Moreno_2011.pdf.
- Aranguren Carrero, M., Eslava Zapata, R., & Bautista Torres, G. (2014). Los indicadores financieros y su relación con la situación económica de la banca universal en Venezuela. *Evaluación e Investigación*, 1(10), 165-182. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/41749>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Campos, R. (2012). Técnicas de sistemas automáticos de soporte vectorial en la réplica del rating crediticio. (*tesis doctoral*). España: Universidad Ramón Llull.

- Colmenares, J. (2011). Los créditos al consumo en la morosidad y liquidez de Mercantil C.A. Banco Universal, años 2006 - 2009. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad Nacional Experimental del Táchira.
- Cuadrado Ebrero, A., García Jara, E., & Eslava Zapata, R. (2011). Información financiera en Internet Caso: Bolsa de Madrid y el Eurostoxx50. *Visión Gerencial*, 10(1), 57-70. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890003.pdf>.
- Díaz, B. (2012). Diagnóstico de la exposición al riesgo de liquidez de las instituciones del sector bancario venezolano, durante el periodo 2006-2011. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Díaz, L. (2013). Banca múltiple: cartera vencida y morosidad en el crédito al consumo común; relación con la economía mexicana 2000-2010. (*tesis de maestría*). México: Universidad Autónoma de México.
- Díaz, O. (2009). Tercer encuentro de economistas de Bolivia. Obtenido de <http://www.bcb.gob.bo/3eeb/sites/default/files/Papers%203EEB%20-%20CD/OscarDiaz-Determinantes%20del%20ratio%20de%20morosidad.pdf>
- Eslava Zapata, R., Chacón Guerrero, E. & Gonzalez Júnior, H.A. (2017) Los indicadores financieros y la banca universal en Venezuela. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 2(3), (58-76). Obtenido de: https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/3222.
- Fernando, V. (2003). Condiciones permisivas y factores limitativos de la oferta de crédito bancario. *Análisis Económico*, XVIII(37), 313-337.
- Galiz, M. (2011). La administración del riesgo financiero en la banca universal venezolana. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad del Zulia.
- García Jara, E., Cuadrado Ebrero, A., & Eslava Zapata, R. (2011). Effect of international financial reporting standards on financial information quality. *Journal of Financial Reporting & Accounting*, 9(2), 176-196. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/19852511111173121/full/html>.
- Grimaldo B. R. (2012). La cartera de crédito hipotecaria obligatoria en la rentabilidad y liquidez de los 5 principales bancos universales, periodo 2006-

2010. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad Nacional Experimental del Táchira.
- Hernández, R., Fernández C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Hurtado, J. (2008). *Metodología de la Investigación. Enfoque Holístico*. Caracas: Fundación SYPAL.
- Marzomas, C. Wicijowski, C., & Rodríguez, L. (2008). Prevención y cura de la morosidad (análisis y evolución futura de la morosidad en España). (*tesis de maestría*). España: Universitat Pompeu Fabra.
- Moncada, A. (2010). La morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del banco nacional de crédito Región los andes periodo 2004 – 2008. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad Nacional Experimental del Táchira.
- Morales, F., García, G., & Uribe, E. (2013). Sistema financiero y actividad económica en México: negocio y divergencia del sector bancario. *Análisis Económico*, XXVIII(67), 171-198.
- Moreno, F. (2007). El microcrédito y su aporte al desarrollo económico venezolano: caso BBVA Banco Provincial. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Nava, M. (2013). Rentabilidad en la banca universal venezolana: período 2008-2010. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(62), 291-315.
- Pereira, D. (2009). Efectos de la implementación de la cartera obligatoria de crédito y la regulación de tasas de interés pasivas sobre la rentabilidad de la Banca Nacional. (*tesis de pregrado*). Venezuela: Universidad católica Andrés Bello.
- Picón, K. (2011). Cartera de crédito y rentabilidad en la Banca Universal Venezolana. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad del Zulia.
- Pinto, R. (2013). El crédito al consumo en España. (*tesis de doctorado*). España: Universidad Nacional de Educación a distancia.

- Raposo, J. (2009). El nuevo acuerdo de capital de Basilea estimación de un modelo de calificación de pequeñas y medianas empresas para evaluar el riesgo de crédito. (*tesis de doctorado*). España: Universidad Complutense de Madrid.
- SUDEBAN (1998). Circular N° SBIF/GT/DET/0592. Obtenido de <http://sudeban.gob.ve/uploads/mq/GG/mqGGJbpSsdEw6EPvRplyyA/1-2-CC-SBIF-GT-DET-0592.pdf>.
- SUDEBAN (1998). Normas relativas a la Clasificación del Riesgo en la Cartera de Créditos y Cálculo de sus Provisiones. Resolución N° 009-1197. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 36.433 del 15/04/1998. Obtenido de <http://sudeban.gob.ve/uploads/va/2e/va2e-V1EgKgmV6PoIFdQRg/1-1-RES--009-1197.pdf>
- SUDEBAN (2011). Boletín Trimestral, indicadores financieros. Obtenido de http://sudeban.gob.ve/uploads/bOiKuhTZiJ3i0MTg_uRHO/Oct-Dic2011.Pdf.
- SUDEBAN (s.f.). Normas Prudenciales de Cartera de Crédito. Obtenido de <http://sudeban.gob.ve/webgui/inicio/publicaciones3/normas-prudenciales/cartera-de-credito?op=makePrintable;op=auth;method=init>.
- SUDEBAN. (2014). Boletín mensual abril 2014. Obtenido de http://sudeban.gob.ve/webgui/root/documentos/dbm/dbm-2014/bm-2014-04_preliminar.zip
- Veloz, Alberto (2007). Determinantes de fragilidad en el sistema bancario de la república dominicana. Alertas tempranas en un modelo logit. *Ciencia y Sociedad*, XXXII(4), 489-504.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 9, 2020. p.p. 150-169
ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Práctica pedagógica de la matemática en la carrera de educación básica integral:
una mirada desde los formadores docentes
Doris Coromoto Pernía Barragán
María Auxiliadora Chacón Corzo

Práctica pedagógica de la matemática en la carrera de educación básica integral: una mirada desde los formadores docentes*

Pedagogical practice of mathematics in the integral basic education
career: a look from the teacher trainers

Recibido: Mayo 09 de 2019 - Evaluado: Agosto 10 de 2019 - Aceptado: Noviembre 16 de 2019

Doris Coromoto Pernía Barragán**
María Auxiliadora Chacón Corzo***

Para citar este artículo / To cite this Article

Pernía Barragán, D. C., & Chacón Corzo, M. A. (Enero-Junio de 2020). Práctica pedagógica de la matemática en la carrera de educación básica integral: una mirada desde los formadores docentes. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (150-169).

Resumen

La práctica pedagógica de la matemática en la formación de docentes integradores, es motivo de constante análisis y diversidad de planteamientos. Esta investigación, se plantea analizar los significados que los profesores formadores de la carrera de Educación Básica Integral (CEBI) de la Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez”-Táchira - Venezuela, otorgan a sus prácticas pedagógicas. Se realiza bajo un enfoque cualitativo e interpretativo, cuya técnica fue la entrevista para la obtención de los datos. Los informantes son seis profesores. El

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Artículo vinculado al proyecto “Práctica Pedagógica de la Matemática en la formación inicial docente” de la Universidad de Los Andes - Venezuela.

** Doctora en Innovaciones Educativas. Profesora Titular de la Universidad de Los Andes. Investigadora PEI de la Universidad de Los Andes. Email: pernia.doris667@gmail.com.

*** Doctora en Pedagogía. Profesora Titular de la Universidad de Los Andes. Investigadora PEI de la Universidad de Los Andes. Email: corzomar@gmail.com.

análisis de la información se efectúa con la metodología de la Teoría Fundamentada haciendo uso del programa Atlas. Ti, versión 6.0. Los hallazgos revelan tres aspectos de la Práctica Pedagógica: *aprendizaje, enseñanza y la propia formación*. Se vislumbra un enfoque tradicional, caracterizada por una enseñanza unidireccional, aun cuando se reconoce el aprendizaje es un proceso de construcción de conocimiento y una evidente preocupación por la necesidad de incorporarse a procesos de formación permanente. Se concluye, que, es pertinente impulsar el desarrollo profesional de los formadores para mejorar las prácticas pedagógicas y, por consiguiente, lograr que los futuros educadores asuman la matemática como una ciencia contextual y significativa, vinculada con la cotidianidad.

Palabras Clave: Práctica Pedagógica del Formador, Procesos de Enseñanza y Aprendizaje, Formación Docentes Integradores, Matemática

Abstract

The pedagogical practice of mathematics in the training of inclusive teachers is a reason for constant analysis and diversity of approaches. This research aims at analyzing the meanings that the teachers who teach the course of Integrated Basic Education (CEBI) at the Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez”-Táchira - Venezuela, give to their pedagogical practices. It is carried out under a qualitative and interpretative approach, whose technique was the interview to obtain the data. The informants are six teachers. The analysis of information is carried out with the methodology of the Fundamental Theory using the program Atlas. Ti, version 6.0. The findings reveal three aspects of Pedagogical Practice: learning, teaching and training itself. A traditional approach, characterized by unidirectional teaching, can be glimpsed, even though learning is recognized as a process of knowledge construction and an evident concern for the need to be incorporated into permanent training processes. It is concluded that it is pertinent to promote the professional development of trainers in order to improve pedagogical practices and, consequently, to make future educators assume mathematics as a contextual and significant science, linked to everyday life.

Key words: Pedagogical Practice of the Trainer, Teaching and Learning Processes, Integrative Teacher Training, Mathematics

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. – II. Metodología. - III. Resultados de la investigación. – 1. Subcategoría Aprendizaje. - 2. Subcategoría Enseñanza. -3. Subcategoría Docente formador. - CONCLUSIONES. – REFERENCIAS.

Introducción

En el mundo contemporáneo se evidencia la necesidad de indagar sobre la labor del docente universitario, en particular de quienes se dedican a formar a los futuros docentes: los formadores de formadores. Korthagen (2010) afirma que impulsar en los estudiantes de las escuelas, la confianza en sus propias capacidades para crear, construir conocimientos, ser reflexivos y críticos es primordial que sus docentes posean y demuestren estas capacidades. Bajo esta premisa, es pertinente profundizar sobre las prácticas pedagógicas de los formadores que enseñan matemática a los futuros docentes, pues estas prácticas reconfiguran el ser y saber docente. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la Práctica Pedagógica de los profesores de matemática en la carrera de Educación Básica Integral de la Universidad de Los Andes, “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez”-Táchira - Venezuela, fundamentada en los significados y experiencias de los formadores.

Referirse a la Práctica Pedagógica (PP) implica considerar las intenciones, actividades, acciones, medios que despliega el docente con el propósito de enseñar y potenciar el aprendizaje. De allí que, este constructo es objeto de innumerables definiciones enmarcadas en las concepciones y relaciones que se establecen entendiendo que se trata de una acción dinámica y compleja, reflexiva y autónoma. Al respecto, pueden mencionarse algunos autores, entre ellos: Díaz (2004a: 14) quien afirma que “la Práctica Pedagógica es una actividad cotidiana que realiza el docente, orientada por un currículo, en un contexto educativo, dirigido a la construcción de saberes y formación de los estudiantes como vía para el desarrollo personal y social”. En este sentido, Díaz (2004a) el autor plantea que la PP representa una acción dinámica y compleja en la que intervienen cuatro componentes: (a) el docente, (b) el currículo, (c) los estudiantes y (d) el proceso formativo, los cuales se articulan para configurar la formación de un profesional docente apto en el mundo laboral y social.

De manera similar, Ortega (2005: 73) concuerda en que se trata de un con-

cepto polivalente, amplio; es un elemento metodológico, “que articula realidades tanto prácticas como conceptuales que circulan en las instituciones educativas. La práctica pedagógica es una relación de interdependencia con el saber pedagógico y viceversa”. Es decir, una práctica se traduce en la organización, distribución e intervención de los saberes que se construyen en la institución educativa. Según este autor, la práctica está regida por una serie de principios que controlan la estructura de las interacciones sociales y que, de algún modo, otorgan significados a la cultura y conocimientos.

Asimismo, Díaz (2006b: 20) señala que “el docente es y debe de ser un generador de conocimientos, cuando reflexiona y teoriza su práctica, reconstruyéndola y resignificándola”. En tal sentido, es tarea de los formadores contribuir a elevar la calidad del futuro educador, de manera que los egresados puedan poner en práctica, movilizar las competencias desarrolladas en las aulas universitarias cuando se conviertan en profesionales de la docencia, ello derivaría en la concepción de un profesor que se reconoce como aprendiz permanente y generador de conocimientos.

En este sentido, Contreras y Contreras (2012: 198) refieren que en “la Práctica Pedagógica, las estrategias de enseñanza, la comunicación pedagógica y la planificación didáctica, son elementos importantes para hacer de ésta una acción que contribuya con el desarrollo integral de los aprendices”. Es así como esta práctica dinámica y flexible exige un docente capaz de mediar el aprendizaje en contextos de incertidumbre y multidimensionales; en pocas palabras, se requieren competencias profesionales para planificar, diseñar, valorar y propiciar ambientes favorables de aprendizaje.

Por otra parte, Barragán, (2012: 20), conciben la PP, “como ese conjunto de acciones que realiza el profesor dentro del horizonte de sus actuaciones concretas, en las que se involucran concepciones de currículo, pedagogía, didáctica y, en general, esos campos constitutivos del ser maestro”. Es decir, abarca una serie de aspectos del quehacer pedagógico, que se llevan a cabo en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Por otra parte, el precitado autor, considera que: “Lo más íntimo de un maestro es su práctica pedagógica, la cual no debe entenderse solamente como simples técnicas para enseñar, sino como las intencionalidades del ejercicio docente que van de lo posible a las acciones concretas que involucran la ética, la moral y la política” (p. 25). Desde esta perspectiva, esta práctica debe ir más allá de las técnicas, sobre cómo enseñar una disciplina, y revisar la actua-

ción en el desempeño docente, con el fin de transformar la práctica, a través del hacer, sentir y pensar.

Con base en lo anterior, puede expresarse que la PP, implica considerar la intencionalidad; es decir, clarificar los objetivos educativos con el fin de planear la enseñanza dirigida a la formación integral del ser humano. En otras palabras, el docente es quien gestiona los procesos de enseñar y aprender, en tanto debe profundizar en el conocimiento de los educandos, el contexto, las intencionalidades educativas, el curriculum y los contenidos, estrategias, recursos y formas de evaluación, de acuerdo con las características de los escenarios educativos donde se desempeñe. (Belair, 2005).

Para efectos de este estudio, se asume la Práctica Pedagógica como un ámbito formativo e interactivo destinado a mejorar la enseñanza y el aprendizaje, en el cual, tanto estudiantes como docentes, aprenden y construyen significados para alcanzar los fines de la educación enmarcados en la formación integral de ciudadanos críticos, reflexivos, autónomos y competentes para asumir los retos de la sociedad actual. En palabras de Buendía-Arias, Zambrano-Castillo & In-suasty (2018: 197) es “empoderar a los estudiantes como docentes reflexivos, con un espíritu investigativo”. De manera que profundizar en las acciones de los formadores reviste gran importancia para comprender y mejorar la formación de los futuros docentes.

Por otra parte, se hace necesario aclarar que es interés de este estudio ubicar la PP en el contexto universitario, específicamente en el área de la matemática, ámbito donde se desarrolló la investigación. Dicho esto, afirmamos que la PP se caracteriza por todas aquellas acciones que configuran el ser, conocer y hacer del docente formador orientadas a contribuir con la formación del futuro docente, de acuerdo con el perfil de competencias establecidos en los Diseños Curriculares de la carrera de educación, específicamente, Educación Básica Integral, en consonancia con los fines educativos de la sociedad venezolana (Rivas, 1996). En síntesis, la PP del formador de docentes, debe ser un espacio de indagación, reflexión y acción que impulse la enseñanza y el aprendizaje, con la finalidad de lograr un profesional docente que intervenga la realidad educativa para transformarla, significa ser un investigador de su propia práctica, específicamente reflexionar sobre los procesos de enseñanza de la Matemática.

Ahora bien, referirse a los procesos de enseñanza y aprendizaje de la matemática, exige comprender la multidimensionalidad de perspectivas didácticas

y pedagógicas, orientadas hacia el desarrollo de capacidades para la reflexión crítica, tanto en el contexto científico como en la actuación de su práctica cotidiana, entrando en consideración los procesos de comunicación en las diferentes interacciones entre los docentes y estudiantes, así como los demás actores del proceso educativo. En consecuencia, se concibe el aprendizaje de la matemática como un proceso integrado que debe generar un cambio de actitud y que depende de aspectos relacionados con los conocimientos de la disciplina, la experiencia docente, la didáctica, la organización e interacción con los estudiantes; así como la actualización y formación permanente, además de las nociones básicas sobre la investigación teórica-práctica de la matemática en la Educación Primaria.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuáles son los significados que los profesores formadores de la carrera de Educación Básica Integral (CEBI) de la Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez”-Táchira - Venezuela, otorgan a sus prácticas pedagógicas?

2. Metodología

Indagar sobre las prácticas pedagógicas de los profesores formadores para comprender desde sus propias experiencias, los procesos de enseñanza mediados durante el trayecto de formación de los futuros educadores de la CEBI; interesa saber: qué, para qué, cómo y con qué enseñan a los futuros profesores. Sobre esta base, se plantea la siguiente ¿Cómo conciben los docentes universitarios de la CEBI, la práctica pedagógica de la matemática? En cuanto al propósito del estudio fue: Analizar el significado que le otorgan los docentes formadores a la Práctica Pedagógica de la Matemática, a partir de las concepciones, vivencias y experiencias.

Es un estudio cualitativo orientado a comprender el fenómeno, centrado en analizar la práctica pedagógica de los profesores de matemática que ejercen el rol de formadores en la CEBI. Es cualitativo porque se fundamenta en la comprensión del mundo a través de los significados y experiencias de las personas (Goetz & LeCompte, 1988). Asimismo, Taylor & Bogdan (1992: 20) señalan que la investigación cualitativa es “aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”. En cuanto a la técnica se empleó la entrevista en profundidad; es decir se realizaron conversaciones cara a cara. Así, como lo afirman Rodríguez, Gil & García (1999:

168) la idea es “acercarse a las ideas, creencias y supuestos mantenidos por otros...las preguntas estimulan una y otra vez al informante a que entre en detalles, a que exprese sin prácticamente limitación alguna sus ideas o valoraciones”. Se efectuaron seis entrevistas en profundidad que fueron grabadas, y transcritas posteriormente. Estos encuentros facilitaron que los informantes expresaran sus concepciones y pensamientos, lo cual es fundamental para comprender sus acciones formativas.

En relación con los participantes, fueron seis (6) docentes profesores quienes ejercen su rol como formadores en el área de matemática en la CEBI, fue una muestra intencional, siguiendo a Martínez (1996: 54) “en la muestra intencional se eligen una serie de criterios que se consideran necesarios o muy convenientes para tener unos informantes con las mayores ventajas”. Estos criterios fueron: (a) que administren la asignatura Matemática o asignaturas relacionadas con Matemática adscritas a la CEBI (b) concedores de la asignatura matemática de acuerdo con los diseños curriculares (c) manifestación de voluntad para participar. En la Tabla 1, se especifican sus características.

Tabla 1. Docentes participantes

Informantes	Años de servicio	Título
1	15 años	Licenciado en Educación. Mención: Física y Matemática. MSc. Enseñanza de las Ciencias Básicas. Mención: Física
2	17 años	Licenciado en Educación. Mención: Matemática. Dra. en Estadística.
3	30 años	Lic. en Educación. Mención: Matemática. MSc. Enseñanza de las Cs. Básicas. Mención: Matemática
4	38 años	Licenciado en Educación. Mención: Física y Matemática. MSc. Enseñanza de las Ciencias Básicas. Mención: Matemática
5	23 años	Licenciado en Educación. Mención: Matemática
6	15 años	Licenciado en Educación. Mención: Matemática

Fuente: elaboración propia.

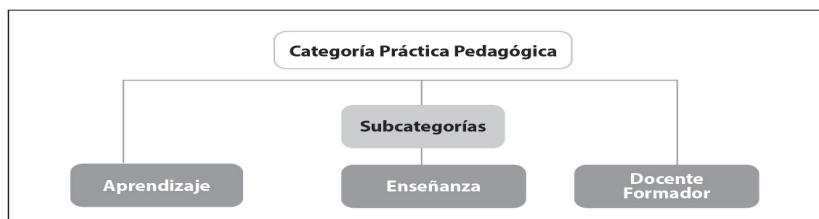
Es conveniente señalar que para el análisis de los datos obtenidos de las entrevistas se utilizó el programa Atlas. Ti, siguiendo el método de inducción analítica bajo el enfoque de la Teoría Fundamentada; la cual según Strauss & Corbin

(2002: 13) es una “teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación”, este proceso permitió a las investigadoras acercarse a los datos, codificar, comparar, vincular los códigos y citas de los documentos primarios a fin de alcanzar niveles conceptuales para construir teoría. (Chacón & Eslava, 2017). En cuanto a la Validez y Confiabilidad de la Información, se tuvieron en cuenta las estrategias consideradas, por autores como Guba (1989), Rodríguez, Gil & García (1999) entre las que se destaca que los informantes, leyeron y estuvieron conformes con los protocolos de entrevistas realizados. Igualmente, se reconoce que como estudio cualitativo no es generalizable, aunque pudiera contribuir con otro en un contexto con alguna similitud.

3. Resultados de investigación

Producto del análisis surge una categoría denominada *Práctica Pedagógica de los formadores de docentes*, caracterizada como un escenario complejo donde interactúa el docente, los estudiantes, el currículo y la institución educativa. El fin primordial es la formación del profesional de la docencia, específicamente, el docente integral, quien deberá desempeñarse en el subsistema de la educación básica a nivel de la Educación Primaria. En este constructo se devela la presencia de algunas particularidades, que dan origen a las subcategorías: *Aprendizaje, Enseñanza y Docente Formador*, esto con base en la mirada de los docentes entrevistados, responsables de administrar las diferentes asignaturas relacionadas con Matemática, adscritas al plan de estudio de la CEBI (figura 1).

Figura 1. Categoría y subcategorías. Fuente. Proceso de investigación



Fuente: Elaboración propia.

3.1 Subcategoría: aprendizaje

El aprendizaje es un proceso individual de construcción de conocimientos vinculado a los conocimientos y experiencias previas del aprendiz, en este caso el futuro de profesor Como proceso de construcción exige de la implicación del

sujeto en la tarea de aprender. De acuerdo con Ríos (2006: 220) “es un proceso orientado a la comprensión, el análisis crítico y la reflexión de lo que hacemos”. Al respecto, los formadores, señalan que es muy importante la comprensión de los conceptos y procedimientos matemáticos, y los contenidos actitudinales. En otras palabras, contribuir con el desarrollo de competencias del futuro docente, implica no solo conocer, sino también saber cómo enseñar, y asumir actitudes favorables hacia la disciplina, convertirse en un aprendiz permanente, crítico e indagador, veamos su opinión al respecto:

I1 “El aprendizaje, si yo creo que es un proceso individual para cada uno de ellos, pues cada educando trae una preconcepción de algo de su modo de vida, de su forma para procesar la información” [110: 110].

I3: “el aprendizaje es un proceso también, que como, tal ya se define en función de capacidades personales, de posibilidades de desarrollo intelectual, particular de cada uno de los individuos” [122: 124].

I7 “Porque, tenemos y no olvidemos que tenemos una diversidad de individuos allí, de seres pensantes, que sienten, que están dentro de un contexto muy diferente del uno del otro, que de repente tienen recursos y de repente no tienen recursos, que de repente tienen algún ideal de vida y otros no lo poseen” [247: 251].

En otras palabras, aprender está vinculado con las experiencias previas, el contexto, la motivación para aprender, entre otros aspectos, que el docente universitario debe tener en cuenta, cuando organiza la clase y promueve aprendizaje, pues como reconocen, los Informantes 2 y 3:

I2 “el profesor media el aprendizaje y motiva al estudiante a aprender, tienen fortalezas tienen ánimos, lo que pasa, es que los profesores que estamos en la universidad, no los motivamos, a ser mejores” [170: 172].

I3 “cuando se encuentran con una buena presentación del tema, el entusiasmo es bueno, los estudiantes responden, uno les exige, particularmente en mi caso, trato de forzar un poquito el nivel de exigencia adecuado a la formación que ellos tienen y responden” [97: 100].

En los anteriores testimonios, se muestra el reconocimiento del aprendiz,

sus potencialidades y la importancia de incentivar esa capacidad de aprender, siempre que el profesor promueva el interés, gestione las acciones formativas considerando los conocimientos y experiencias previas, esto supone también, apoyarse en medios, recursos significativos:

I2 “usted podrá enseñarle todo, los miles de fórmulas, pero si no relaciona el contenido matemático y la adecua con precisión en su uso y le da sentido a esa fórmula, no le da ayuda a entender lo que significa abstracción mental” [75: 75].

Tal como señalan los entrevistados, aprender es un proceso que exige la participación del sujeto, es interno y pertenece a cada persona, por ello las estrategias de enseñanza deben ser coherentemente organizadas, con base en las intenciones educativas, los contenidos. Estos referentes, coinciden en el marco de la investigación cognitiva, referida a la construcción de esquemas de conocimiento con los postulados ausubelianos, y sobre la teoría del aprendizaje verbal significativo, concernientes a los principios de instrucción sugeridos al docente, tal como lo señalan Díaz & Hernández (2002), la organización de los contenidos debe estar precedida de una organización interrelacionada, no se trata de conceptos o datos aislados, sino de establecer las relaciones entre sí, de modo que tenga sentido para los estudiantes, de allí la importancia de planificar las situaciones de enseñanza y seleccionar los recursos, medios o materiales que faciliten la comprensión y apropiación del conocimiento. En otras palabras, la secuencia, pertinencia y vinculación de los contenidos curriculares, así como la creación de espacios contribuyen a facilitar la integración de saberes, y promover el aprendizaje significativo en el futuro docente integrador.

Otro aspecto fundamental, es tener en cuenta las diferencias individuales a la hora de promover el aprendizaje por cuanto son múltiples, culturales, sociales, afectivas, cognitivas, entre otras. Así pues, cada estudiante tiene su propio estilo de aprendizaje (Alonso, Gallego & Honey, 2004) es decir, los estudiantes descubren, interaccionan y aprenden, según los diferentes atributos tanto cognitivos, expresivos y funcionales que presentan cada uno y con base en sus experiencias tanto en la institución como en la vida cotidiana.

Con base en lo anterior, Díaz & Hernández (2002: 40) sostienen que “la estructura cognitiva del alumno tiene una serie de antecedentes y conocimientos previos, un vocabulario y un marco de referencia personal, lo cual es además un reflejo de su madurez intelectual”. En este sentido, se insiste en la continuidad

existente entre el modo o forma en que el estudiante construye los conocimientos en relación con las posibles situaciones del aprendizaje en los procesos de enseñanza y aprendizaje en los escenarios de la Práctica Pedagógica de la Matemática (Godino, Batanero & Font, 2003).

3.2 Subcategoría: enseñanza

Referirse a la enseñanza implica tener en cuenta las intenciones, concepciones, formas de enseñar, las estrategias, los recursos; es pues, una actividad intencional, planificada y contextual. (Litwin, 2008). En el caso de este estudio, se vislumbra un acuerdo sobre la importancia de indagar acerca del para qué, cómo enseñar: las estrategias a utilizar; con qué: los medios, materiales y recursos; así como la consideración de las diferencias individuales; si bien, se asumen posturas distintas en relación con la enseñanza y el aprendizaje, de algún modo, se reconoce que la creatividad e innovación son ámbitos de suma importancia para que los futuros docentes aprendan el oficio de enseñar.

En el caso de los entrevistados, prevalece una visión de la enseñanza de la matemática caracterizada conceptual y técnicamente por un conjunto de elementos, entre ellos: concepciones sobre didáctica y enseñanza, las cuales pudieran orientar sus acciones. En este sentido, las citas confirman una tendencia tradicional en la enseñanza de la Matemática, en otras palabras, una acción del docente, cercana a una concepción tradicional, así surgen ideas sobre la didáctica como:

I2 “yo puedo definir la didáctica como técnica, yo pienso que hay que exigir, hay que enseñar enseñando las técnicas de estudio” [256: 257].

Por otra parte, el informante 5, señala que la didáctica es cómo enseñar y al respecto opina lo siguiente:

I5 “didáctica, es como enseñar, no es como dictar, porque muchas veces llega uno, y a ver, mira uno el tablero y escribe algo ahí, y los muchachos dicen: espérese y entonces, los estudiantes lo copian, o les pasa algo para que copien eso” [294: 297].

I1 “Enseñar de la mejor manera, es decir, ser muy creativo e innovador y motivador, o sea, yo tengo que motivar la clase, porque no es obligar y no van a venir a juro” [118: 118].

Tales afirmaciones demuestran que los formadores deben profundizar acer-

ca de sus propios conceptos y procedimientos, por cuanto la didáctica como ciencia de la enseñanza, trasciende los espacios y no puede limitarse a ser reconocida como una técnica o dedicarse a la trasmisión de conocimientos. Siguiendo a Sevilla (2004: 110) la didáctica “es una ciencia aplicada que tiene por objeto la enseñanza y el proceso de instrucción formativa integral e integrada, posibilitando la aprehensión de la cultura y el desarrollo individual y social del ser humano”. Por consiguiente, el formador de formadores debe actuar fundamentado en teorías que sustenten y estimulen su propio desarrollo cognitivo, a objeto de influir favorablemente, en una forma consciente, reflexiva y creativa, con la formación de los futuros docentes. En este orden de ideas, I3 y I6, se aproximan a una concepción cognitiva de la enseñanza cuando expresan:

I3 “la enseñanza es un proceso integral, intencional, que involucra, una cantidad de elementos que van más allá de ser, del trabajo que tiene que ver con el trabajo exclusivo en el aula, tanto individual como colaborativo, por eso de la teoría sociocultural de Vygotsky, y tiene que ver con la formación integral de la persona” [113: 117].

I6 “ello indica un proceso complejo en el que interviene lo social, cognitivo, afectivo y valorativo del ser humano y, que definitivamente conlleva a un proceso integrador y transversal” [161: 161].

Este mismo profesor destaca que se debe tener en consideración que se está formando a docentes integradores:

I6 “si yo doy clase de geometría, de cálculo, o de física, tener claro que yo tengo que lo que estoy formando aquí, son profesores que van a enseñar, que, por lo tanto, yo debo tener una visión mucha más integradora, porque estos muchachos van a ser integradores también. Entonces, no es tampoco tan fácil hacer eso” [266: 270].

En otras palabras, el énfasis de la enseñanza no debería recaer en los contenidos, sino en la construcción del conocimiento, el empleo de las estrategias, procedimientos y recursos desencadenantes de los procesos cognitivos. Sin embargo, prevalecen todavía prácticas descontextualizadas. Imbernon (2013: 29) expresa que la concepción de la enseñanza universitaria, en la mayoría de los casos, se basa en que los estudiantes asimilan conocimiento que el profesor experto les da; así se organizan y exponen los contenidos disciplinares desde la voz del docente formador, en un “modelo de corte tradicional, conductista o académico,

donde se espera el cambio de conducta del alumnado y su asimilación mediante la ejercitación, memorización y repetición de lo dicho por otro”.

Hacer más consciente y oportuna la formación del futuro docente integral, pasa por preponderar el desarrollo intelectual, la autonomía, la interacción, la creatividad, entre otras competencias, y obviamente, la necesaria transferencia de sus aprendizajes. Coincidimos con Marcelo & Vaillant (2009: 29), quienes consideran que “la enseñanza es una actividad incierta y espontánea, construida en respuesta a las particularidades de la vida diaria en las escuelas y clases”. Así pues, la enseñanza es una actividad compleja, intencional y formativa que facilita el aprendizaje, en función de las situaciones, elementos curriculares y procesos adecuados a las particularidades que se presentan en los distintos ámbitos educativos, entre lo que destacamos las necesarias y oportunas prácticas profesionales en las escuelas, que son los escenarios naturales de prácticas de los futuros profesores.

En este mismo sentido, Sevillano (2004: 7), considera que “la enseñanza como concepción, proceso y práctica social necesita de una adecuada estructura conceptual desde la que logremos clarificar qué es esta actividad de enseñanza, qué finalidad tiene, a quiénes afecta, en qué marco conceptual se elabora y qué rango de saber es”. En otras palabras, enseñar es una búsqueda de respuestas y formas de reflexión acerca de un marco de preguntas en función de la práctica pedagógica y del proceso de aprendizaje. En suma, el desempeño profesional del futuro docente integrador como facilitador de experiencias de aprendizaje en el nivel de Educación Primaria, demanda, además de conocimiento cognoscitivo, también psicológico, pedagógico y disciplinar, para poder comprender cómo sus estudiantes en la escuela primaria construyen y reconstruyen el conocimiento matemático, desarrollan valores, las aptitudes y actitudes, y cuáles son sus limitaciones o debilidades.

3.3 Subcategoría docente formador

El docente formador tiene la ineludible tarea de analizar y reflexionar sobre los finalidades de la enseñanza y el aprendizaje, profundizar en los propósitos de enseñar, comprender el entorno y las necesidades del estudiantado; es diseñar y organizar el aprendizaje, respetar las diferencias individuales, promover la participación activa en la construcción de conocimientos; tareas todas complejas que exigen disposiciones personales y profesionales para enseñar y aprender; en palabras de Beillerot (2006: 26) “comprometerse a tener desafíos consigo mismo”.

Así pues, formar docentes, además de un desafío, es una actividad incierta, representada en diversos roles, entre ellos: enseñar, investigar, gestionar el currículo, asesorar procesos de prácticas. (Radovic, San Martín, Bustos & Martínez (2019) es decir, múltiples y laboriosas funciones que exigen preparación y estudio permanente. En otros estudios Vezub (2013); Chacón (2015); Contreras Colmenares & Pernía Barragán, (2018) se han encontrado coincidencias en relación con la importancia del desarrollo profesional permanente de los profesores responsables de formar a los futuros docentes.

Para los docentes entrevistados, se plantean dos aspectos fundamentales: actualización y experiencia. Por otra parte, es necesario señalar que los formadores expresan que es fundamental conocer y dominar los contenidos de la disciplina que enseñan, y reconocen que se debe poseer conocimientos pedagógicos y didácticos. Sin embargo, manifiestan que la formación permanente es escasa y la institución universitaria interviene muy esporádicamente en la formación del profesorado; aunado a ello la carga horaria es excesiva limitando las posibilidades de formación, veamos algunos testimonios, al respecto:

I6 “Yo pienso que lo primero que tenemos que tener claro y tener una visión bastante clara, es que yo debo saber cuál es el campo, cuál es el desarrollo que se ha manifestado y que se está manifestando en el área de la Didáctica de la Matemática, es decir, actualizarme y estudiar cuáles son las diferentes investigaciones que se han hecho, que tienen una influencia bastante marcada en la formación de los estudiantes de Básica Integral de aquí, de la universidad” [103: 107].

I1 “la universidad no me ha brindado mucha formación profesional de capacitación. El desarrollo profesional uno lo tiene limitado porque la carga horaria no lo permite dé a mucho; por eso, opino que hay necesidades de formación aquí en la universidad, pues insisto que es escasa” [30: 30].

I3 “Realmente la institución tiene varios años que no tiene actividad académica fundamental para el desarrollo de los profesores” [61: 61].

I6 “realmente, que se hayan desarrollado dentro de la universidad, realmente, nosotros estamos adormecidos” [114: 115].

Los anteriores testimonios demuestran que escasamente la institución uni-

versitaria apoya la formación permanente de los formadores, lo cual puede considerarse una debilidad, teniendo en cuenta que, para ser profesional de la docencia, es prioritario formarse continuamente. Otro aspecto surgido la importancia del conocimiento disciplinar, didáctico y pedagógico:

I3 “hay que reforzar la formación, la fundamentación teórico formal de la parte de lo que es el conocimiento matemático en sí, la parte de didáctica y de trabajo de este, de facilitación de la enseñanza para el aprendizaje” [53: 55].

I6 “los estudiantes nuestros en el proceso de formación, no solamente van a estar informados, sino que van a estar formados, sobre las diferentes formas, que los niños de Educación Primaria utilizan para resolver problemas de suma, resta, multiplicación y división, si nosotros conocemos que ya hay un corpus teórico, entonces, nosotros los que damos clase en Básica Integral, tenemos que tener eso claro” [109: 109].

I3 “pero si es necesaria una formación posterior para el desempeño en la universidad como profesor de Matemáticas” [36: 38].

I6 “Yo pienso que, el profesor debe tener un conocimiento disciplinar, en este caso, saber matemático, pero también debe tener un conocimiento pedagógico” [146: 146].

Del mismo modo, se hace presente su sentir acerca de la reflexión docente, y expresan lo siguiente:

I6 “eso es lo primero, o sea yo debo saber cuál es mi estado, cual es mi estado del arte, cuál es mi corpus teórico, que me va a servir a mí de fundamento, para yo actuar dentro del aula de clase, eso es lo primero” [281: 284].

I7 “ir creando esa conciencia de que lo que están aprendiendo para algún momento, poderlo mostrar como competencia dentro del desenvolvimiento como docente” [85: 87].

En consecuencia, se infiere que la actualización y formación permanente de los profesores universitarios es considerada esencial para contribuir, a su vez, con la formación de los estudiantes de CEBI. No obstante, es evidente que existen necesidades reales de formación pedagógica, didáctica y disciplinar en los docen-

tes universitarios que administran las asignaturas relacionadas con Matemática. Sin embargo, es innegable el interés que manifiestan por mejorar profesionalmente, lo cual es favorable pudiendo ser aprovechado para impulsar el desarrollo de los formadores de formadores en este contexto particular.

Producto del análisis surgen ideas sobre aprender a enseñar como un intercambio de experiencias e ideas, para discutir, analizar y compartir sobre prácticas, métodos, técnicas y herramientas dentro de las cuales se lleva a cabo el proceso de aprendizaje. Así, lo manifestaron los informantes 3, 5 y 7:

I5 “Aquí debería de haber y es algo que de pronto, usted puede poner y es que, en una universidad, todos los que enseñan matemática o que enseñan en cualquier carrera, en cualquier materia, deben de reunirse, el departamento debe reunirlos y cada uno discutir más o menos lo que está pasando, eso no se hace aquí. Cada cual hace lo que le da la gana” [16: 20].

I7 “Es necesario que, por ejemplo, sobre todo en los liceos donde hay especialistas, lo que es la parte de matemática se conviertan como en un equipo consolidado de trabajo, donde se esté revisando que es lo que se está haciendo, cuáles son los logros que se obtienen, cuáles han sido las experiencias con la aplicación de algunas de las herramientas o de algunas de las técnicas o de algún recurso en particular” [362: 367].

De acuerdo con estos planteamientos, se infiere el deseo e interés porque se compartan las experiencias de enseñanza y aprendizaje; se reflexione acerca de prácticas y procedimientos que contribuyan a enriquecer y favorecer el proceso educativo; en otras palabras, existe un clima favorable para impulsar el trabajo colaborativo entre colega; ello indudablemente contribuiría al desarrollo profesional docente; es la conformación de comunidades de aprendizaje que empoderen el crecimiento de los formadores y consecuentemente mejoren sus prácticas pedagógicas. Esta subcategoría docente formador evidencia el reconocimiento de los entrevistados de su propia formación como parte de su función como profesores universitarios, responsables de formar a los futuros docentes de educación integral. Coincidiendo con estas aseveraciones, Marcelo & Vaillant (2009: 86), señalan que los profesores formadores deben poseer:

un conocimiento pedagógico general, relacionado con la enseñanza,

con sus principios generales, con el aprendizaje y los estudiantes, así como con el tiempo de aprendizaje académico, el tiempo de espera, la enseñanza en pequeños grupos y la gestión de clase. También incluye el conocimiento sobre técnicas didácticas, estructura de las clases, planificación de la enseñanza, teorías del desarrollo humano, procesos de planificación curricular, evaluación, cultura social e influencias del contexto en la enseñanza, historia y filosofía de la educación, y los aspectos legales de la educación.

Tal como manifiestan los citados autores, el formador de formadores debe poseer competencias personales y profesionales orientadas a ejercer su práctica con propiedad, en esa dirección coinciden las respuestas de los docentes entrevistados. Por consiguiente, se puede afirmar que los docentes formadores en la CEBI, están conscientes de la importancia de actualizarse permanentemente y declaran sus más acuciantes necesidades de formación pedagógica y didáctica, las cuales inciden directamente sobre el sistema de enseñanza y facilita la mejora de los procesos de enseñanza y aprendizaje en el aula. Marcelo & Vaillant (2009) consideran que, junto al conocimiento pedagógico, los docentes deben poseer conocimientos sólidos y bien fundamentados de la disciplina que enseñan, pues constituye el oficio de enseñar, puesto que, si se adolece de los conocimientos adecuados de la disciplina que enseña, representa erradamente los contenidos a los estudiantes, lo cual influye desfavorablemente en el qué y el cómo enseñar. (Litwin, 2008), (Montes & Suárez 2016).

Conclusiones

El propósito de este estudio fue analizar el significado que le otorgan los docentes formadores a la Práctica Pedagógica de la Matemática a partir de sus concepciones, vivencias y experiencias de los docentes de la carrera de Educación Básica Integral, En tal sentido, emergen la práctica pedagógica como categoría, vinculada con el aprendizaje, la enseñanza y la formación del docente universitario emergen como subcategorías. En cuanto al aprendizaje, concebido desde la perspectiva de cada entrevistado, como construcción del conocimiento, pero en todo caso, vinculado a la contextualización de éste; es decir se reconoce la importancia de las experiencias previas y el contexto a la hora de aprender. De otro lado, se interpreta que la enseñanza está asociada con la didáctica, el uso de estrategias, procedimientos y recursos; influida por las concepciones de cada for-

mador, como el actor principal; se evidencia el énfasis en una visión tradicional de la enseñanza. En cuanto a la formación se reconoce su necesidad y se aboga por procesos de desarrollo profesional que fortalezcan las competencias de los profesores formadores.

En síntesis, las acciones formativas que implican la PP están encaminadas a lograr la formación personal y profesional en los futuros docentes integradores, no obstante, es imperativo que, a su vez los profesores universitarios asuman procesos de formación permanente vinculados no solo a reflexionar acerca de ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con qué? enseñar, sino también a la investigación pedagógica, lo cual pasa por reconocer su condición de aprendices permanentes en la tarea de educar.

Referencias

- Alonso, C., Gallego, D. & Honey, P. (2004). *Los Estilos de Aprendizaje. Procedimientos de Diagnóstico y Mejora*. Bilbao: Mensajero.
- Belair, L. (2005). Enseñar la complejidad del oficio del maestro. *En Paquay, L. Altet, M., Charlier, E., Perrenoud, P. (Edits.) La formación profesional del maestro*. .88-105. México: Fondo de Cultura Económica.
- Beillerot, J. (2006). *La formación de formadores: entre la teoría y la práctica*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas.
- Barragán, D. (2012). La Práctica Pedagógica: Pensar más allá de las técnicas. Universidad de La Salle. *En Barragán, D. Gamboa, A., Urbina, J. (Edits.) Prácticas Pedagógicas. Perspectivas teóricas, (pp. 20-38)*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Buendía-Arias, X., Zambrano-Castillo, L.& Insuasty, E. (2018). El desarrollo de competencias investigativas de los docentes en formación en el contexto de la práctica pedagógica. *Folios, 47*, 179-195.
- Contreras Colmenares, A. & Pernía Barragán, D. (2018) La formación docente y el desarrollo de la identidad profesional docente. *Heurística, 21*, 211-229.
- Chacón Corzo, M. (2015). La construcción del conocimiento sobre la enseñanza desde la perspectiva de los futuros docentes. *Revista Educación, 39* (1), 51-67.

- Chacón, E. & Eslava, R. (2017). Aplicaciones de Software Científico para el análisis de datos en diseños mixtos de investigación. *Eco matemático* 8 (1). 106-115.
- Contreras, M., & Contreras, A. (2012). Práctica Pedagógica: Postulados Teóricos y Fundamentos Ontológicos y Epistemológicos. *Heurística*, 15, 197-220.
- Díaz-Barriga, F., & Hernández, G. (2002). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista*. México: McGraw-Hill.
- Díaz, V. (2004a). *Curriculum, Investigación y Enseñanza*. Venezuela: Litoforma.
- Díaz, V. (2006b). *Construcción del saber pedagógico*. Venezuela: Litoforma.
- Díaz, V. (2006c). Formación docente, práctica pedagógica y saber pedagógico. *Laurus*, 12, 88-103.
- Goetz, J., & LeCompte, M. (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid: Morata.
- Godino, J. Batanero, C., & Font, V. (2003). *Fundamentos de la enseñanza y el Aprendizaje de las matemáticas para Maestros. (pp.15-16)*. Granada: Universidad de Granada
- Guba, E. (1989). Criterios de credibilidad en la investigación naturalista. *En J. Gimeno y A. Pérez (comps.) La enseñanza: su teoría y práctica*. (pp. 148-165). Madrid: Akal.
- Imbernon, F. (2013). Referentes para una didáctica reflexiva en la universidad. *En José Luis Medina Moya (coord.), Beatriz Jarauta Borrasca (coord.) Enseñanza y aprendizaje en la educación superior* (pp.18-43). España: Síntesis.
- Korthagen, F. (2010). La práctica, la teoría y la persona en la formación del profesorado. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 2 (68), 83-102.
- Litwin, E. (2008). *El oficio de enseñar. Condiciones y contextos*. Buenos Aires: Paidós.

- Marcelo, C., & Vaillant, D. (2009). *Desarrollo Profesional Docente. ¿Cómo se aprende a enseñar?* Madrid: Narcea.
- Martínez, M. (1996). *La investigación cualitativa etnográfica en educación Manual teórico-práctico. (2º Edición)*. México: Trillas.
- Montes, D., & Suárez, C. (2016). La formación docente universitaria: claves formativas de universidades españolas. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 18 (3), 51-64.
- Ortega, J. (2005). *Poder y práctica pedagógica*. Bogotá: Editorial Magisterio.
- Sevillano, M. (2004). *Didáctica en el siglo XXI. Ejes en el aprendizaje y enseñanza de calidad*. Madrid: McGraw-Hill.
- Radovic, D., Peñafiel, B., San Martín, A., Bustos, S., & Martínez, S. (2019). Enseñando matemáticas a futuros profesores en un sistema complejo: Formadores de profesores en universidades de Chile. *Estudios Pedagógicos*, 44 (3), 101-116.
- Ríos, P. (2006). *La aventura de Conocernos*. Caracas: Editorial Texto.
- Rivas, P. (1996). *La enseñanza de la Matemática en la Educación Básica*. Venezuela: Consejo de Publicaciones CEP-CDCHT.
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1999). *Metodología de la Investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1992). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*. Barcelona: Paidós.
- Vezub, L. (2013). Hacia una pedagogía del desarrollo profesional docente: modelos de formación continua y necesidades formativas de los profesores. *Páginas de Educación*, 6(1), 97-124.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 9, 2020. p.p. 170-186

ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones

Valoración monetaria del beneficio ambiental generado por el Páramo de Santurbán

Jesús Antonio Villamizar Loaiza

Liliam Flor Barraza Caballero

Jonathan Gabriel Silva Jurguensen

Valoración monetaria del beneficio ambiental generado por el Páramo de Santurbán*

Monetary valuation of the environmental benefit generated by the
Santurbán moor

Recibido: Mayo 10 de 2019 - Evaluado: Agosto 13 de 2019 - Aceptado: Noviembre 15 de 2019

Jesús Antonio Villamizar Loaiza**

Liliam Flor Barraza Caballero***

Jonathan Gabriel Silva Jurguensen****

Para citar este artículo / To cite this Article

Villamizar Loaiza, J. A, Barraza Caballero, L. F., & Silva Jurguensen, J. G. (Enero-Junio de 2020). Valoración Monetaria del Beneficio Ambiental Generado por el Páramo de Santurbán. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (170-186).

Resumen

El ritmo al que han crecido las sociedades modernas las ha llevado a encontrarse en una encrucijada particular, expandir sus economías y garantizar una mejor calidad de vida para su población a cambio de mayores niveles de degradación

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Artículo vinculado al semillero de investigación SEIMARCAL adscrito al grupo de investigación GINDET del Centro de la Industria, La empresa y Los servicios CIES – SENA – REGIONAL NORTE DE SANTANDER.

** Tecnólogo en Formulación de Proyectos por el Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA, Economista por la Universidad de Pamplona, Especialista en Finanzas Públicas por la Escuela Superior de Administración Pública ESAP, Magister en Economía y Desarrollo por la Universidad de Manizales e Instructor de Emprendimiento y Gestión de Proyectos Centro CEDRUM – SENA. Email: javillamizar@sena.edu.co.

*** Ingeniera Industrial por la Universidad del Atlántico, Especialista en Salud y Seguridad en el Trabajo por la Universidad Minuto de Dios, Magister en Educación Virtual por la Universidad Nacional del Táchira – Venezuela e Instructora de Gestión de la Producción Centro CIES – SENA. Email: lbarraza@sena.edu.co.

**** Ingeniero Industrial por la Universidad Libre, Especialista Tecnológico en Investigación de Mercados por el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, Magister en Educación Virtual por Universidad Nacional del Táchira – Venezuela e Instructor de Gestión Empresarial Centro CIES – SENA. Email: jgsilva02@misena.edu.co.

ambiental, los páramos son fábricas naturales de agua que proveen a gran variedad de ecosistemas, sin embargo, también cuenta con una variada riqueza minero-energética en el subsuelo, lo que ha generado que países como Colombia hoy enfrenten una disyuntiva particular, generar riqueza económica a cambio del deterioro persistente de su capital natural y su pertinente subvaloración. Es entonces necesario construir un modelo de valoración monetaria en donde se identifique el beneficio económico de una zona como el páramo de Santurbán cuyo importancia hidrológica se considera preponderante tanto para los departamentos de Santander y Norte de Santander ya que 48 municipios dependen directa o indirectamente de sus afluentes, por lo que empleando dos tipos de modelos econométricos: el Costo de Viaje y la Valoración Contingente mediante la utilización de encuestas en las cuales se indaga no solo el conocimiento respecto a lo que es un páramo, sus externalidades positivas y los mecanismos de conservación que se requieren implementar, sino también la viabilidad de aplicar un plan de apropiación turística que realce el potencial de la zona y que se convierta en una alternativa laboral para sus pobladores, y finalmente derivar en un indicador de responsabilidad ambiental individual que haga posible la cohesión entre las políticas públicas y la conservación de los recursos ambientales.

Palabras Clave: Páramo de Santurbán, Costo de Viaje, Contaminación, Desarrollo Económico, Valoración Contingente

Abstract

The pace at which modern societies have grown has led them to find themselves at a particular crossroads, expanding their economies and guaranteeing a better quality of life for their population in exchange for higher levels of environmental degradation. It is therefore necessary to construct a monetary valuation model that identifies the economic benefit of an area such as the Santurbán moor, whose hydrological importance is considered to be preponderant both for the departments of Santander and Norte de Santander, since 48 municipalities depend directly or indirectly on its tributaries, and therefore using two types of econometric models: the cost of travel and contingent valuation through the use of surveys in which we investigate not only the knowledge of what a moor is, its positive externalities and the conservation mechanisms that need to be implemented, but also the viability of applying a tourism appropriation plan that enhances the potential of the area and becomes an employment alternative for its inhabitants, and finally deriving in an indicator of individual environmental responsibility

that makes possible the cohesion between public policies and the conservation of environmental resources..

Key words: Santurban Moor, Travel Costs, Pollution, Economic Development, Contingent Assessment

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. – II. Metodología. - III. Plan de redacción. – 1. La aplicación del modelo de valoración económica del medio ambiente. – 2. Comportamiento. – 3. Resultados de investigación. – 3.1 Análisis estadísticos descriptivos. – 3.2 Análisis econométrico. – 3.3 El indicador de responsabilidad social ambiental. - CONCLUSIONES. – REFERENCIAS.

Introducción

En Colombia se carece de mecanismos de valoración económica de los recursos naturales que permitan determinar el costo real que se tiene que asumir para aminorar los respectivos impactos humanos sobre los ecosistemas, así como los beneficios que se generan a partir de los mismos mediante la explotación humana (Álvarez Farizo & Barberan Sánchez, 2018), La forma como se han construido los mecanismos de evaluación económica ha partido de la necesidad que nace del fenómeno de la contaminación y que en la gran mayoría de ocasiones tienden a ser subvalorada y no corresponden con el precio real que lleva consigo iniciar una secuencia de recuperación de una zona afectada por una externalidad negativa en particular (Azqueta, 2018).

Las características ecológicas que presenta el país cuyo capital natural en comparación al resto del mundo es preponderante en especies como anfibios y aves exóticas (Bishop, 2017); se identifica por una gama de sistemas hidrográficos y paisajísticos, dentro de los que se destacan los páramos como uno de los principales reguladores hídricos del medio ambiente, aunque existe una tendencia de sobreexplotación de estos sitios para la producción minero- energética.

Lo que se pretende demostrar mediante la combinación de dos métodos de valoración económica como son la contingencia y el coste de viaje, es la viabilidad de preservar este tipo de lugares, a la vez incentivar la actividad turística recreativa en estas áreas en un marco sostenible, para lo cual se realiza un trabajo de campo a través de un esquema de encuestas, se construyen dos tipos de modelos

de orden econométrico y se determina de esta forma el grado de conciencia ambiental de los habitantes del área metropolitana de Cúcuta respecto de este lugar.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

El Páramo de Santurban es un macizo montañoso que contempla una amplia región natural de ecosistemas montanos e intertropicales de naturaleza yerma (escasa vegetación), destacándose de manera especial su diversidad biológica en fauna y flora, cuenta con una extensión de 142.000 hectáreas y su altura se encuentra entre los 2.800 y 4.290 Metros sobre el Nivel del Mar (M.S.N.M), con un 72,00% del terreno localizado en Norte de Santander y un 28,00% dentro del territorio de Santander, e incluye el Parque Regional Sisavita, El Parque Regional Santurban, El territorio de Mutiscua, Berlín y el complejo lagunario conformado por cerca de 40 lagunas (Corporación Autónoma Regional de Norte de Santander, CORPONOR, 2018).

El complejo de Santurban se encuentra sobre la cordillera de los Andes y se conecta de manera directa con los parques naturales paramunos de Almorzadero, Cocuy, Pisba y Tota, y se considera como un centro estratégico tanto para la reserva, como para la recarga y la regulación de agua que fundamenta los asentamientos urbanos que constituyen aproximadamente 2.3 millones de personas, siendo de manera adicional el mayor afluente del lago de Maracaibo en Venezuela (Escobar, 2019), y el encargado del sostenimiento del acueducto de la ciudad de Cúcuta, el distrito de riego del Zulia y el futuro del proyecto de la represa del Cínera. Los asentamientos urbanos existentes en la zona de Santurban, son en su gran mayoría agricultores cuya actividad económica se focaliza hacia el cultivo de productos como la cebolla, algunas frutas y papa, así como algunas especies de semovientes como ganado vacuno, ovino, porcino y caprino, sin embargo en los años recientes la frontera agrícola ha ido creciendo hacia áreas de mayor altitud térmica y mejor acceso a los sistemas de riego, lo que ha colocado en riesgo ecosistemas tan sensibles como los frailejones cuya principal función dentro del entorno es la acumulación de agua (CORPONOR, 2018).

El desarrollo de las actividades comerciales dentro de la zona se enfoca en unidades económicas familiares lo que ha dificultado los procesos de control y vigilancia respecto al crecimiento de las fronteras de producción agrícola, (CORPONOR, 2018), en cuanto a la minería existen explotaciones industriales

y artesanales enfocada en minerales como la arcilla, se han realizado esfuerzos de exploración de presencia aurífera por parte de empresas multinacionales que han impactado de manera visible la composición paisajística de la zona (DANE, 2019), lo que desencadenado el levantamiento popular y en la organización de diversos eventos de protesta frente a la posible permisión para la explotación minera intensiva. Por lo expuesto surge el siguiente interrogante de investigación:

¿Cómo valorar económicamente el páramo de Santurban a partir de sus beneficios sociales y ambientales para la ciudad de San José de Cúcuta?

2. Metodología

Los mecanismos de valoración ambiental son una herramienta bajo la cual se estima el valor económico de un recurso ya sea mediante la medición de sus externalidades positivas que este genera o las externalidades negativas que este percibe (Escobar, 2018), dentro de los métodos que mayor trascendencia han presentado a lo largo del tiempo no solo por su capacidad teórica sino también por su eficiencia matemática se encuentran los denominados como: Costo de Viaje y Valoración Contingente lo cuales pueden ser aplicados para iniciar un proceso de valoración de beneficios percibidos por parte de los habitantes del Municipio de San José de Cúcuta, respecto al Paramo de Santurban (Garrido, et al, 2019).

El método de costo de viaje fue creado por el economista Harold Hotelling en el año de 1927 quien tras observar el deterioro creciente que presentaban los sistemas de parques nacionales de Norteamérica (Hostelling, 2018), ideó un sistema que permitía medir el grado de pertenencia hacia un determinado bien ambiental a partir del coste de desplazamiento hacia el lugar en el que se encuentra a partir del empleo de sus preferencias de tal manera que se pueda brindar un valor monetario a un bien público que es gratuito y accesible desde el punto de vista del ingreso. De otra parte el método de valoración contingente fue ideado por el economista Ciriacy Wantrup en 1958 para una empresa consultora en donde mediante un mecanismo de preguntas sencillas se indagaba a los habitantes de una reserva natural si estarían en algún momento dispuestos ya sea a pagar o aceptar del Estado, determinado incentivo a cambio de modificar su comportamiento contaminante (Kunze, 2019), ya que el entorno natural carece de un mercado propio donde pueda ser tranzado mediante la interacción entre la oferta y la demanda y se asignen las responsabilidades adecuadas respecto a su conservación.

En Colombia los mecanismos de valoración tanto de los beneficios como los impactos ambientales ha sido poco aplicados en parte por el desconocimiento que existe dentro de la población respecto a los bienes naturales que poseen en su comunidad y el verdadero valor que pueden representar y también porque parte de la investigación en este campo enfocado en el entorno académico en donde a pesar de ser ampliamente difundido parece que aun la existencia de estos es desconocida en muchos de los círculos del conocimiento e incluso dentro de los mismos economistas En la tabla 1 se aprecia la encuestada utilizada en el estudio.

Tabla 1. Cuestionario Modelo de Costo de Viaje y Valoración Contingente

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE- CENTRO DE LA INDUSTRIA LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS						
Encuesta de valoración del beneficio ambiental generado por el Páramo de Santurban						
EDAD		GENERO	M		F	
COMUNA		BARRIO			ESTRATO	
Información Básica						
El páramo de Santurban, es una formación montañosa que se encuentra ubicada en el oriente de Colombia, entre los departamentos de Norte de Santander y Santander, cubre un área de 142.000 Hectáreas, para llegar a este, se parte del Municipio de Mutiscua, hacia la vereda Sucre, en donde se sube por un valle. Se trata de un territorio altamente estratégico para la vida, ya que es una fuente actual y futura de abastecimiento de agua de las ciudades de San José de Cúcuta y Bucaramanga; pero este lugar está siendo amenazado por la explotación masiva de oro por parte de empresas mineras, por lo tanto, se requiere que se establezca un proyecto público de conservación.						
Pregunta			Si	No	Ns/ Nr	
1. ¿Sabe Usted que es el Páramo de Santurban?						
2. ¿Ha Viajado Alguna Vez al Páramo de Santurban?						
3. ¿Cuánto Gasto para trasladarse al Páramo de Santurban?						
4. ¿Cuál es su Nivel de Ingreso Promedio Mensual?						
5. ¿Cuál es su Nivel Educativo?						
6. ¿Le interesaría que se implementara este proyecto?						
7. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor anual por la conservación del Páramo de Santurban?						
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar anualmente?						

Fuente: Elaboración propia a partir de lo planteado por Yañez & Bustamante (2001).

3. Plan de redacción

3.1 La aplicación del modelo de valoración económica del medio ambiente

Se parte de una metodología exploratoria de carácter experimental y de orden cuantitativo, en donde ante la carencia de referentes relacionados con el tema de estudio a nivel local, se ha recurrido a la aplicación de mecanismos de medi-

ción aplicados en otras latitudes cuyo contexto es diferente, por lo que se hace necesario adaptar los modelos matemáticos que son la herramienta para la construcción del indicador de responsabilidad ambiental individual (Mäler, 2011), a las características socio-demográficas que presenta el municipio de Cúcuta, para lo cual al llevar a cabo esta investigación se ha diseñado una encuesta en la que se muestra a los habitantes del municipio de San José de Cúcuta que es el páramo de Santurban, donde se ubica, que beneficios genera para la calidad del medio ambiente, la comunidad y las principales amenazas que enfrenta, así también las respectivas medidas remediales que se pueden emplear para mitigar estas vicisitudes, en donde la primera parte la encuesta corresponde a la metodología de costo de viaje y la segunda parte concierne a la valoración contingente.

En primera medida se han tomado el número de viajes al área de destino que en el presente estudio lo representa la zona aledaña al paramo de Santurban tanto para los viajeros frecuentes como para lo no frecuentes, representado por la letra (Y), donde se relaciona de forma lineal con el costo de viajar al respectivo lugar (Cv), la preferencia por realizar el desplazamiento (Paramo), la edad (Edad) y el ingreso promedio mensual (YpM). Posteriormente se plantea un modelo adicional que explica el valor que tiene para los habitantes del municipio el páramo de Santurban mediante su disposición a pagar por su preservación (DAP) en relación con variables como YpM, nivel educativo (Edu), Edad, ética ambiental (Em), confianza Gubernamental (Cg) y el género (G) mediante Ancova (Modelo econométrico que incluye una serie de variables cualitativas y cuantitativas) y una función probabilística Logit (Modelo econométrico que incluye el logaritmo ponderado de las probabilidades) (Martínez, 2018).

A lo largo de la investigación se han encontrado una serie de limitantes que parten del mismo proceso de recolección de la información, en especial en lo referente a las estimaciones del valor monetario del beneficio ambiental del páramo de Santurban que se enfoca en un análisis teórico, en observaciones directas y en el manejo dado por el gobierno regional y nacional al mismo; las cifras económicas vienen dadas por las preferencias de los encuestados quienes después de una descripción completa de la zona de estudio expresan libremente su punto de vista, es por la presencia de esta condición que puede existir cierto grado de sesgo que tienden a favorecer al encuestador.

Para el análisis cuantitativo se ha tomado la ciudad de San José de Cúcuta, con una población cercana a los 650.011 habitantes, de la cual se determina que la muestra a obtener deberá cumplir dos tipos de restricciones: encuestados con

mayoría de edad cumplida y que perciban algún nivel de ingreso, así como que habiten de manera permanente dentro del entorno urbano del municipio, así entonces se plantea una prueba de 240 muestras con el fin de realizar los modelos de regresión antes planteados partiendo del método de muestreo conglomerado (Mcconnell, 1985).

3.2 Comportamiento

Para calcular el tamaño de la muestra a obtener dentro del desarrollo investigativo se recurrió a la siguiente fórmula estadística para muestreo tipo conglomerado (Perdiguer, 2018), que se observa en la ecuación 1:

$$n = Z^2 P \cdot Q / e^2$$

Dónde:

Z= Margen de Confianza = 95,00% (corresponde a 1.96 en la distribución normal), P = Probabilidad de que el evento ocurra (80,00%), Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (1-P) = (20,00%), e= Error de Estimación = 5,00%.

Al momento de desarrollar la fórmula anterior se obtuvo:

$$n = (1.96)^2 * (0.80) * (0.20) / (0.05)^2 = 246$$

El valor anterior corresponde a la siguiente secuencia: se enumeran todos los barrios de la ciudad, se escoge de manera aleatoria una parte de esos barrios, se enumeran las manzanas, se escoge una muestra aleatoria de esas manzanas, a partir de ahí se escogen aleatoriamente un número de cuadras, se enumeran las unidades familiares por cada cuadra y finalmente se toman al azar una parte de estas, en el presente caso se han tomado veinte barrios de distinto nivel socio económico, en los que se han realizado doce encuestas en total, a su vez se toman tres manzanas por asentamiento y finalmente se realizan dos encuestas a dos unidades familiares para un total de 240 muestras.

3.3 Resultados de investigación

3.3.1 Análisis estadístico descriptivo

Al recolectar la información de forma directa en los hogares de la ciudad y bajo los principios teóricos de los respectivos modelos se ha obtenido la siguiente información:

Del total de personas que en alguna oportunidad que se han desplazado

hacia la zona del páramo de Santurban; un 26,00% afirmó haber incurrido en un gasto de traslado un rango entre \$30.000 y \$50.000; un consecuente 27,00% empleó un valor ubicado entre \$50.000 y \$70.000; 24,00% gastó entre \$70.000 y \$90.000; 14,00% gastó un rublo superior a los \$150.000 y un 5,00% incurrió en un gasto ubicado entre \$90.000 y \$110.000.

Respecto a la disposición a pagar por la conservación del páramo de Santurban existe una prevalencia de 66,00% hacia los valores menos elevados es decir entre \$1.000 y \$2.999; subsecuentemente un 14,00% ha fijado su disponibilidad en un rublo ligeramente superior entre los \$3.000 y \$4.999; un 11,00% ubicó su preferencia en una brecha de valor entre \$5.000 y \$6.999; un 3,00%; un 2,00% se inclina por una contribución de \$20.000 y más; para finalmente el restante 4,00% se identifique con un pago probable ubicado entre \$7.000 y \$10.999 respectivamente. Esta situación permite entonces entender que el hecho de contar con un monto de ingresos considerable no se evidencia en el grado de conciencia y responsabilidad ambiental.

Al momento de relacionar el nivel educativo con la disposición a pagar por la conservación de un bien natural como es el páramo de Santurban, se observa que el 59,00% presentó educación secundaria completa, de los cuales el 86,00% estarían dispuestos a asumir el pago de esta cuota; seguido de primaria completa con un 15%, en donde esta prevalencia es del 68,00%, pregrado incompleto 5,00%, con un porcentaje de disposición de pago del 75%; pregrado completo 3,00%, con un margen del 80,00%; secundaria incompleta 2,00%, con una proporción del 60,00%; educación técnica 2,00%, con una relación del 56,00%; primaria incompleta 12,00%, con una participación del 53,00%; tecnólogo 1,00%, con un nivel de dación del 63,00%; y finalmente ninguno 1,00%, con un umbral del 30,00%. El nivel educativo guarda una relación directa con la disposición a pagar por proteger el medio ambiente, no obstante, esta situación se observa con mayor prevalencia en los grados medios de educación que en los restantes niveles.

En lo referente al nivel de ingreso promedio mensual el 66,00% de devenga un salario promedio mensual entre \$566.700 y \$853.049, de los cuales el 66,00% estarían dispuestos a asumir el pago de esta cuota; el 25,00% recibe un salario promedio mensual entre \$853.050 y \$1.136.399, en donde esta prevalencia es del 58,00%; un 4,00% percibe un salario que se ubica entre \$141.675 y \$283.349, con un porcentaje de disposición del 35,00%; otro 2,00% devenga un salario por más de \$1.703.100, con un margen del 25,00%; un 2,00% cuenta con un salario

entre \$1.136.400 y \$1.419.749, con una proporción del 45,00%; y el 1,00% restante tiene un ingreso promedio mensual entre \$1.419.750 y \$1.703.099, con una participación del 34,00%.

Se ha planteado en la mayoría de los textos económicos que aquellas personas que poseen un mayor nivel de ingresos (Platteau, 2018), estarían dispuestos a pagar más al momento de adquirir un determinado bien o servicio; planteamiento que parece no aplicar al momento de hablar de la calidad ambiental como bien público, ya que los individuos de ingresos elevados no estarían dispuestos a pagar más de lo necesario por el cuidado del medio ambiente de su comunidad a diferencia de aquellos que subsisten con un margen menor.

3.3.2 Análisis econométrico

Con la información recolectada se han construido dos tipos de modelos de regresión; en el primero se relacionan los viajeros frecuentes y no frecuentes a la zona del páramo de Santurban en donde se establece la relación existente entre el número de visitas a dicho lugar, el costo de traslado, en este caso de viaje; la probabilidad de visitar el área, la edad y el ingreso y en el segundo se estructura el respectivo modelo indicativo de disposición de pago de forma lineal en dependencia de variables como el nivel educativo, la ética ambiental, la confianza en el gobierno, la edad y la renta empleada en el primer apartado, en la tabla 1 se compilan los respectivos valores asignados a las variables de estudio para cada una de las ecuaciones que se estiman:

Tabla 2. Descripción De Las Variables De Construcción De Los Modelos Económicos De Costo De Viaje Y Valoración Contingente

Variable	Característica	Valor
Número de Visitas al Paramo de Santurban (Y)	Cuantitativo	Numérico
Disposición a Pagar (D.A.P)	Cuantitativo y Cualitativo	Numérico; 1= Si, 0 = No
Costo de Viaje (Cv)	Cuantitativo	Numérico
Edad	Cuantitativo	Numérico
Ingreso Promedio Mensual (YpM)	Cuantitativo	Numérico
Nivel Educativo (Edu)	Cualitativo	1= Si, 0 = No
Ética Ambiental (Em)	Cualitativo	1= Si, 0 = No
Confianza Gubernamental (Cg)	Cualitativo	1= Si, 0 = No
Género (G)	Cualitativo	1= Si, 0 = No
μ	Cuantitativo	Termino de Error Estocástico

Fuente: Elaboración propia a partir de lo planteado por Martínez G, 2018.

Mediante la herramienta informática Eviews 7.0, se ha procedido a estimar la regresión lineal para ambos enfoques teóricos (Riera, 2018): el coste de viaje y la valoración contingente bajo los esquemas Ancova y Logit en la siguiente ecuación se observa la regresión del modelo de costo viaje:

$$Y = B_1 + B_2Cv + B_3Edad + B_4 \ln YpM + \mu$$

Al momento de estimar el modelo a través del programa econométrico Eviews 7.0 se obtuvo la ecuación:

$$Y = 74.58380 - 3.808121Cv + 105.5219Edad + 27.51800 \ln YpM$$

Interpretación económica

- B_1 = Si permanecen los demás factores constantes, el número de viajes de los habitantes del Municipio de San José de Cúcuta hacia el Páramo de Santurban es de 74,5 para aquellos viajeros frecuentes.
- B_2 = Si se incrementa en un 1 peso, el costo de viajar al Páramo de Santurban, el número de viajes frecuentes de los habitantes del Municipio de San José de Cúcuta hacia el Páramo de Santurban, disminuiría en 3,80 viajes.
- B_3 = Si se incrementa en un año la edad, el número de viajes frecuentes de los habitantes del Municipio de San José de Cúcuta hacia el Páramo de Santurban, aumentaría en 105,5 viajes.
- B_4 = Si se incrementa en un 1%, el ingreso Promedio Mensual, el número de viajes frecuentes de los habitantes del Municipio de San José de Cúcuta hacia el Páramo de Santurban, aumentaría en viajes un 27,5%.

La razón T-student de los parámetros a nivel individual, permite deducir que existe significancia estadística para cada uno de ellos, al igual que el modelo en conjunto cuenta con un F-stadistic considerable lo que de antemano permite intuir su significancia combinada (Samuelson, 2018). Una vez que se ha demostrado que no existe una alta frecuencia en el número de viajes a la zona del páramo de Santurban por parte de los habitantes del municipio de San José de Cúcuta, se procede a estimar la disponibilidad de estos para proteger esta zona, previa explicación de manera concisa de las características de este lugar y su importancia para el entorno natural local, aplicando el método de valoración contingente. En la ecuación 4 se observa la regresión del modelo de valoración contingente:

$$D.A.P = \alpha_0 + B_1 \ln Y_p M + B_2 \text{Edad} + \alpha_1 \text{Edu}2 + \alpha_2 \text{Edu}3 + \alpha_3 G + \alpha_4 C_g + \alpha_5 E_m + \mu$$

Al momento de estimar el modelo a través del programa econométrico Eviews 7.0 se obtiene la siguiente ecuación:

$$D.A. P = -18483.93 + 688.7984 \ln Y_p M + 1128.06 \text{Edad} + 339.1672 \text{Edu}2 + 314.5284 \text{Edu}3 - 438.68 G - 535.54 C_g + 125.87 E_m$$

Interpretación económica

- α_0 = Si permanecen los demás factores constantes, el nivel promedio de disposición a pagar de los habitantes del Municipio de San José de Cúcuta, por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban es de \$18483.93 pesos inferior, en especial para aquellas personas que aún no hayan culminado su educación Primaria.
- B_1 = Si se incrementa en un 1,00%, el ingreso promedio mensual, la disposición a pagar por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban se incrementaría en \$688.79 pesos
- B_2 = Si se incrementa en un año la edad, la disposición a pagar por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban se incrementaría en \$1128.06 pesos.
- α_1 = Si permanecen los demás factores constantes, el nivel promedio de disposición a pagar por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban será \$339.16 pesos superior, para aquellas personas que hayan culminado su educación secundaria que para quienes no.
- α_2 = Si permanecen los demás factores constantes, el nivel promedio de disposición a pagar por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban será \$314.52 pesos superior, para aquellas personas que hayan culminado su educación superior que para quienes no.
- α_3 = Si permanecen los demás factores constantes, el nivel promedio de disposición a pagar por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban será \$438.68 pesos inferior, para aquellas de sexo femenino.
- α_4 = Si permanecen los demás factores constantes, el nivel promedio de dis-

posición a pagar por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban será \$535.54 pesos inferior, para aquellas personas que tienen una menor confianza en el gobierno local, que para aquellos que confían en él.

- α_5 = Si permanecen los demás factores constantes, el nivel promedio de disposición a pagar por la implementación de una política de conservación del Páramo de Santurban será \$125.87 pesos superior, para aquellas personas que poseen un mayor criterio de preocupación ambiental que para aquellos que no.

El estadístico T-student de los parámetros a nivel individual, permite entender que existe significancia individual para cada uno de los parámetros a excepción del intercepto que se asocia con la educación primaria no completa, lo que permite de antemano la poca prevalencia dentro de la muestra de componentes que cumplieren con este criterio, de otra parte en relación con la significancia conjunta y el enfoque determinístico también es significativo dado que el coeficiente de determinación o R^2 y F-stadistic, presentan un grado importante de significancia estadística conjunta.

3.3.3 El indicador de responsabilidad social ambiental

A partir de los resultados anteriores y en razón a la teoría económica que sustenta los métodos empleados (Velázquez, 2019), puede crearse el indicador de responsabilidad ambiental para la ciudad de Cúcuta enfocado a bienes naturales como el páramo de Santurban y que se obtiene a partir de la multiplicación del valor total promedio de la disposición a pagar por el total de viviendas habitadas, para lo cual se parte de una fórmula matemática que se representa en la ecuación:

$$D.A.P_t = (\# \text{ Hab}/N_e) * D.A.P_p$$

Dónde:

$D.A.P_t$ = Indicador de Responsabilidad Ambiental; # Hab = Número de Habitantes;

N_e = Número de Encuestados; $D.A.P_p$ = Promedio de disposición a pagar

Con el objeto de obtener una estimación, de la disposición de pago total, para el municipio de San José de Cúcuta, se parte del total de viviendas encuestadas para este caso dividiendo el total poblacional sobre el número de habitan-

tes por casa (Yañez & Bustamante, 2001). Se obtuvo así un valor de viviendas ($650011/246=5258.091667*5.000= \618.105), esto a su vez se multiplica por el promedio total de disposición a pagar de la muestra, generando un resultado de \$26.290.458 millones de pesos.

Conclusiones

En el mercado existen una serie de fallas que afectan la gestión de los espacios naturales, como son la consideración de los bienes públicos, la presencia de externalidades y la carencia de derechos de propiedad, los mecanismos de valoración pueden coadyuvar a los recursos naturales afectados por estas fisuras, midiendo sus costos para la sociedad en términos de pérdida de beneficios, lo que justifica la aplicación de ciertas políticas y programas.

Al aplicar dos de los métodos de valoración de beneficios ambientales: el coste de viaje y la valoración contingente para la zona del páramo de Santurban involucrando a los habitantes de la ciudad de Cúcuta, se puede llegar a plantear que existe un importante grado de desconocimiento respecto de este lugar y su importancia biológica, por lo que se hace necesario continuar desarrollando mecanismos de sensibilización y apropiación del entorno natural por parte de los entes académicos y gubernamentales respecto de la protección eficiente de los ecosistemas a partir de la medición económica apropiada para cada uno de ellos, ya que en razón de los resultados anteriores puede deducirse que en el panorama actual la relación entre los niveles de ingreso y la disponibilidad para asumir un tributo destinado a la protección de lugares como el referenciado es completamente inelástica. Los resultados evidencian un problema mucho más complejo, dada la inexistencia de un valor óptimo para los recursos naturales.

Referencias

- Álvarez Farizo, B. (1999). La demanda de servicios ambientales. El método del costo de viaje en la estimación de la demanda recreativa de espacios naturales. Encuentro de Economía Pública. Obtenido de file:///C:/Users/Equipo/Downloads/Dialnet-LaDemandaDeServiciosAmbientales-3142440%20(1).pdf.
- Álvarez Farizo, & Barberan Sánchez, M. (2018). Valoración del tiempo en demanda recreativa. Comparación de resultados del análisis conjunto y la valoración contingente. *Desarrollo Económico*, 2(1), 100-121.

- Azqueta, D. (2018). Métodos para la Determinación de la Demanda de Servicios Recreativos de los Espacios Naturales. *En Azqueta, D. y Pérez y Pérez, L.(Eds.), Gestion de Espacios Naturales. La Demanda de Servicios Recreativos (pp. 80-96)*. Madrid: McGraw- Hill.
- Bishop R. C. (2017). *Economic Assessment of Environmental Impacts. (1ª ed.)*. London: Editorial Anness Books.
- Corporación Autónoma Regional de Norte de Santander. (2018) Estado Actual del Páramo Unidad Biogeográfica Santurban, Departamento Norte de Santander. Obtenido de http://corponor.gov.co/calidad_agua/2020/rio_pamplonita_qiscala/_rio_pamplonita_quebrada_iscala_2019.pdf.
- Cristeche, C., & Penna, J. A. (2008). *Métodos de valoración económica de los servicios ambientales*. Argentina: Instituto Nacional De Tecnología Agropecuaria.
- Departamento Nacional de Estadística. (2019). Cuentas Nacionales. Obtenido de <http://dane.gov.co/cuentasnacionales/cuentasregionales>.
- Escobar, L. (2018). Análisis de factibilidad socioeconómica del proyecto de gestión integral del Ecoparque Lago de las Garzas. *Documento CVC*, 3(2), 10-15.
- Escobar, L. A., & Erazo, A. (2006). Valoración económica de los servicios ambientales del Bosque de Yotoco: Una estimación comparativa de valoración contingente y coste de viaje. *Gestión y Ambiente*, 9(1), 25-38.
- Eslava Zapata, R., Chacón Guerrero, E., & Gonzalez Júnior, H. (2019). Costos estándar: aplicabilidad en las empresas del sector productivo. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 4(8). <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/426>.
- Eslava Zapata, R. (2002). Valoración Económica de los Pasivos Ambientales Generados por las Empresas Hoteleras en la Cuenca del Río Mucujún: Técnica de Gasto Preventivo. (*tesis de maestría*). Venezuela: Universidad de los Andes. Obtenido de http://190.168.28.128/librum/opac/ficha_corta.php?direc=02/10/24&ndoc=24334&num=10&np=2&npi=1&b=0&pantalla=1&frase=rolando%20eslava&buscaren=Todas&buscarpor=todos&accion=todas&formabusc=todosfor&ordenpor=cotaord.

- Garrido, A., Gómez, L. J., Lucio, V., & Mugia, M. (2019). Estudio del uso y valoración del parque regional de la Cuenca Alta del Manzanares (Madrid) mediante el Método del Coste de Viaje. En *Azqueta, D. y Pérez y Pérez, L. (Eds.), Gestión de Espacios naturales. La Demanda de Servicios Recreativos (70-86)*. Madrid: McGraw-Hill.
- Garzón, L. P. (2013). Revisión del método de valoración contingente: experiencias de la aplicación en áreas protegidas de América Latina y el Caribe. *Espacio y Desarrollo*, 25, 65-78
- Hostelling, F. (2018). The economics of public recreation. En the Prewitt Report. Department of the Interior. Washington, D. C. Obtenido de <https://www.epa.gov/research/human-health-risk-assessment-research-methods-models-tools-and-databases>.
- Jaramillo Villanueva, J. L., Vargas López, S., & Rojas Juárez, L. A. (2018). Valoración contingente y disponibilidad a pagar por atributos intangibles en carne de bovino. *Revista Mexicana de Ciencias Pecuarias*, 9(1), 14-31.
- Kunze, V. (2019). Estimación de la demanda por recursos naturales, Método de Coste de Viaje: Lago Llanquihue. Obtenido de https://www.academia.edu/26934987/Estimaci%C3%B3n_de_la_Demanda_por_Recursos_Naturales._M%C3%A9todo_del_Costo_de_Viaje_Lago_Llanquihue_1.
- Kriström, B., & Riera, P. (1997). El método de la valoración contingente. Aplicaciones al medio rural español. *Economía Agraria*, 179, 133-166.
- Mäler, K. G. (2011). *Environmental Economics: A theoretical Inquiry*. New York: Earthscan.
- Martínez, G. (2018). *Modelos econométricos ambientales: Modelo de impacto y predicción*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- McConnell, K. E. (1985). *The Economics of Outdoor Recreation*. En *Handbook Natural Resource and Energy Economics* (pp. 677-722). España: elsiver.
- Moreno Gutierrez, J. A. (2004). Utilización del método del costo de viaje para la valoración económica de los parques recreativos. Caso práctico: Valoración del parque forestal recreativo “Puente Sopó”. *Colombia Forestal*, 8(17), 158-179.

- Muñoz Pedreros, A. (2004). La evaluación del paisaje: una herramienta de gestión ambiental. *Revista Chilena de Historia Natural*, 77: 139-156.
- Novoa Goicochea, Z. I. (2011). Valoración económica del patrimonio natural: las áreas naturales protegidas. *Espacio y Desarrollo*, 23, 131-154.
- Perdiguer, F. (2018). El valor de uso recreativo de los espacios naturales protegidos. Una aplicación de los métodos de valoración contingente y coste de viaje. *Revista Estudio de Economía Aplicada*, 21(2), 297-320.
- Platteau, J.P. (2018). Behind the market stage where real societies exist. *Journal of Development Studies*, 30(1), 533-577.
- Riera, P. (2018). El valor de los espacios de interés natural en España. Aplicación de los métodos de la valoración contingente y el coste del desplazamiento. *Revista Española de Economía*, 2(1), 207-230.
- Riera Font, A. (2000). Valoración económica de los atributos ambientales mediante el método del coste de viaje. *Estudios de Economía Aplicada*, 14(1), 173-198.
- Samuelson, P. (2018). *Microeconomía Aplicada, 5ª Edición*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Sánchez, J. M. (2013). Valoración contingente y experimentos de elección aplicados en el Parque Nacional Sierra Nevada, *Venezuela Economía*, XXXVIII(35, enero-junio, 2013, pp. 57-100.
- Sepúlveda Vargas, R. D. (2008). Valoración económica del uso recreativo del parque ronda del Sinú, en montería, Colombia. *Semestre Económico*, 11(22), 67-90.
- Velázquez, J. D. (2013). Valoración recreacional del parque Nacional Natural del "Cocuy". (*tesis de maestría*). Colombia: Universidad de los Andes.
- Yañez C., & Bustamante, M. (2001). *Valor Económico de los Beneficios Derivados de la Reserva Nacional Río de los Cipreses*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 9, 2020. p.p. 187-216
ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Modelo de demanda de productos textiles distribuidos por medio del catálogo Carmel en Cúcuta,
Norte de Santander
María Camila Gómez Pradilla
Leonardo Javier Caraballo
Henry Sebastián Rangel Quiñonez

Modelo de demanda de productos textiles distribuidos por medio del catálogo Carmel en Cúcuta, Norte de Santander*

Demand model for textile products distributed through the Carmel catalogue in Cúcuta, Norte de Santander

Recibido: Mayo 09 de 2019 - Evaluado: Agosto 14 de 2019 - Aceptado: Noviembre 17 de 2019

María Camila Gómez Pradilla**

Leonardo Javier Caraballo***

Henry Sebastián Rangel Quiñonez****

Para citar este artículo / To cite this Article

Gómez Pradilla, M. C., Caraballo, L. J., & Rangel Quiñonez, H. S. (Enero-Junio de 2020). Modelo de demanda de productos textiles distribuidos por medio del catálogo Carmel en Cúcuta, Norte de Santander. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (187-216).

Resumen

Mediante esta investigación, se recopila la información de las personas que ven-

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto de investigación resultado de Estrategia Pedagógica Proyecto Integrador entre los espacios académicos Microeconomía III y Econometría, del Programa de Economía de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.

** Estudiante de la Facultad de Economía de la Universidad Santo Tomás. Email: maria.gomez20@ustabuca.edu.co.

*** Economista por la Universidad de Los Andes – Venezuela. Magister en Economía del Medio Ambiente y Los Recursos Naturales por la Universidad de los Andes - Colombia, estudiante del Doctorado en Pedagogía de la Universidad de los Andes - Venezuela, Profesor de la Universidad Santo Tomás. Email: leocaraballo@gmail.com.

**** Economista por la Universidad Industrial de Santander. Magister. Universidad Nacional de Colombia. Profesor de la Universidad Santo Tomás. Email: henry.rangel@ustabuca.edu.co.

den los productos contenidos en el catálogo Carmel en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, con el fin de conocer el comportamiento que tiene la demanda de estos productos textiles. La información necesaria de cada una de las variables exógenas que se van a considerar en el modelo se recopila a través de una encuesta aplicada a las personas que distribuyen el catálogo en la ciudad y los datos son procesados a través del Software Rstudio. La metodología que se utiliza es cuantitativa con un enfoque econométrico y, se logra determinar a través de una regresión múltiple, una ecuación que permite estimar las cantidades demandadas. El modelo final ubica en un 61,65% el comportamiento de las cantidades y se explica a través del precio promedio de la prenda, el acceso a *Internet*, el número de catálogos que vende y si la ganancia de la venta es su ingreso principal.

Palabras clave: Estimación, Modelo de Demanda, Regresión Múltiple, Venta por Catálogo

Abstract

Through this research, information is collected from people who sell the products contained in the Carmel catalogue in the city of Cúcuta, Norte de Santander, in order to find out how the demand for these textile products is behaving. The necessary information for each of the exogenous variables to be considered in the model is collected through a survey applied to the people who distribute the catalogue in the city and the data is processed through the Rstudio software. The methodology used is quantitative with an econometric approach and, through a multiple regression, it is possible to determine an equation that allows estimating the quantities demanded. The final model places the behavior of the quantities at 61,65% and is explained through the average price of the garment, Internet access, the number of catalogues sold and whether the profit from the sale is its main income.

Key words: Estimation, Demand Modeling, Multiple Regression, Catalog Sales

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. III. - Plan de redacción. - 1. Estado del arte. - 2. Ventas por catálogo. - 3. Teoría de la demanda. - 4. Factores que determinan el éxito de las ventas de un vendedor. - 5. Resultados de investigación. - 5.1 - Estadística descriptiva. - 5-2 Estimación del modelo. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Los productores y empresas que actúan en una economía cuentan con distintos canales de distribución, los cuales permiten dar a conocer y vender sus respectivos productos; uno de estos canales es la venta por catálogo. La venta por catálogo es un estilo de venta directa en la cual la empresa coloca sus productos a través de un catálogo; su distribución depende de terceros, de vendedores independientes. Esta modalidad de venta ha ido creciendo y ha logrado llegar a ocupar un protagonismo en los mercados de cosméticos y de textiles; no sólo mueve millones en Colombia, sino que también lo hace en el mundo.

A pesar de su amplio crecimiento y de la gran cantidad de vendedores que maneja y que se ven beneficiados por esta modalidad; el tema es muy poco conocido y estudiado. Las investigaciones sobre este tipo de ventas son escasas, son pocos los documentos relacionados que se centran en evaluar el comportamiento de la demanda y determinar los factores que influyen en el nivel ventas. Por lo anterior, la presente investigación busca conocer cuáles son los factores que influyen en el nivel de ventas de los vendedores de los productos del catálogo Carmel en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, a través de una regresión lineal múltiple, esto ayudará a identificar las características deseables del buen vendedor, ayudando a las empresas a centrar su reclutamiento en promotores de ventas cuyo perfil pronostique un alto nivel de ventas.

Para cumplir con el objetivo de esta investigación, se tendrá en cuenta una metodología cuantitativa con enfoque econométrico. Lo primero que se realiza es la construcción del marco teórico compuesto por: un resumen de lo que son las ventas por catálogo, una revisión de la teoría de la demanda y los factores que determinan el éxito de las ventas de un vendedor; donde hay que entender que este tipo de ventas el intermediario es el vendedor y muchas veces es el consumidor final del producto, por lo cual la construcción del modelo tendrá que incluir covariables que expliquen el nivel de consumo de los vendedores en su mismo catálogo y, al tiempo, incluir variables que expliquen el nivel de ventas a terceros. Luego se ubican los trabajos e investigaciones relacionados con el tema, los cuales sirven como punto de partida de la investigación y dan a conocer qué interrogantes han sido investigados y cuáles no, de tal manera que estas sirven como referente. Después se establece la metodología a seguir, se recolectan los datos necesarios, se calcula el tamaño de muestra óptimo, se procesan los datos a través del software Rstudio y se realiza la estadística descriptiva de cada una

de las variables recolectadas. Por último, se lleva a cabo el procedimiento para obtener el modelo final y con base en él se concluye la investigación.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuáles son los factores que influyen en el nivel de ventas de los vendedores de los productos del catálogo Carmel en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander?

2. Metodología

La investigación sigue una metodología cuantitativa con un enfoque econométrico. Este enfoque es utilizado ya que “el análisis econométrico combina la teoría económica, las matemática y la estadística para cuantificar y verificar las relaciones entre las variables económicas” (Gollnick, 1968) y permite darle cumplimiento al objetivo general de este proyecto. Conociendo que las cantidades demandadas dependen del precio del bien de forma negativa, se analizó el comportamiento de las cantidades demandadas que presenta la fuerza de ventas de la compañía; ya que esta población es la que cumple como intermediaria entre la empresa y los consumidores y es a la que se tiene fácil acceso.

Los datos que se tomaron como base provinieron de dos fuentes. La primera consiste en una base de datos que contenía las cantidades vendidas por cada una de las asesoras (689) y el total del pedido que realizaron en una campaña del año. A partir de esto se procedió a diseñar una encuesta que buscaba conocer los valores de las otras variables que se iban a tener en cuenta para conformar la base de datos de la investigación. Para aplicar la encuesta se realizó un muestreo aleatorio simple ya que con esto “garantizamos con la forma de seleccionar los elementos que todos tienen la misma probabilidad de aparecer” (Peña, 2015); por medio del recurso “SurveyMonkey” se calculó un tamaño de muestra de 247 personas, el cual cuenta con un nivel de confianza del 95,00% y un margen de error del 5,00%, sin embargo, no se logró cumplir con esta cuota y sólo se pudo trabajar con una muestra de 160 personas. A estas personas se les aplicó la encuesta y la base de datos de la investigación se conformó con las variables expuestas en la tabla 1.

Tabla 1. Presentación de las variables

Nombre de la Variable	Explicación
Q	Variable endógena del modelo. Hace referencia al número de prendas demandadas por las vendedoras.
PromV	Se refiere al promedio del precio de las prendas que vendió cada asesora. Se obtuvo dividiendo el total de pedido sobre las cantidades vendidas.
Edad	Son los datos de las edades correspondientes a cada uno de los integrantes de la muestra.
Estrato	El estrato de la vivienda en las que reside cada una de las asesoras.
NE (*)	El nivel educativo más alto cursado de cada asesora de la muestra.
CH (*)	Responde a la pregunta si la asesora es cabeza de hogar o no.
Pareja (*)	Responde a la pregunta si la asesora vive con una pareja sentimental o no.
PD	Corresponde al número de personas que están a cargo de la asesora.
AccesoI (*)	Responde a la pregunta si la asesora cuenta con acceso a internet en su hogar o no.
Experiencia	La experiencia en años que tiene la persona vendiendo productos por catálogo.
ExperienciaCAR	Esta experiencia se toma a partir del número de créditos que ha realizado la asesora con la empresa, en otras palabras, es el número de campañas que la asesora ha vendido el catálogo.
Cvende	Corresponde al número de catálogos (de diferentes marcas) que la asesora vende o distribuye sus productos
GananciaP	Responde a la pregunta de si la fuente de ingresos principal de la asesora corresponde a la venta de productos por el catálogo Carmel.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Las variables que tienen el signo “*” son aquellas que tienen respuestas cualitativas, estas variables se deben transformar.

Debido a que algunas variables eran cualitativas, se realizó la conversión de los valores de la manera en que lo muestra la tabla 2.

Tabla 2. Conversión de variables

Variable	Valor Dado	Respuesta
NE	0	Ninguno
	5	Primaria
	11	Bachillerato
	13	Carrera Técnica
	14	Carrera Tecnológica
	16	Carrera Universitaria
	18	Posgrado
CH	0	No
Pareja	1	Si
AccesoI		
GananciaP		

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Las variables que tienen el signo “*” son aquellas que tienen respuestas de si o no, estas variables se transformarían en variables dicotómicas.

El procesamiento de datos se llevó a cabo a través de Rstudio (versión 1.2.5033), donde se realizó un análisis exploratorio de los datos para observar cuáles variables eran más favorables para el modelo (variables significativas) y realizar la estadística descriptiva. Luego de esto, se crearon diferentes tipos de modelos que mostraron distintos valores de R-cuadrado ajustado y AIC. Sin embargo, antes de realizar los análisis de los residuales de manera gráfica, se pudo identificar que los datos contaban con valores atípicos y se procedió a eliminarlos.

Gracias a esto, se pudieron descartar 9 variables que no eran significativas. Las variables significativas fueron: “PromV”, “AccesoI”, “CVende” y “GananciaP”. Luego, se procedió a realizar transformaciones de estas variables para poder llegar a un modelo con un ajustado y un AIC mejor. Se realizaron 5 diferentes transformaciones de las variables “PromV” y “Cvende”, donde finalmente se llegó a la mejor transformación. Después de definir esto, se realizó el análisis

residual tanto de manera gráfica como por prueba de hipótesis, se revisó la homocedasticidad del modelo escogido y la autocorrelación y la multicolinealidad de las variables. Con el conocimiento de que “el supuesto de homocedasticidad se considera satisfecho, si no, se pueden encontrar relaciones sistemáticas” (Hayes & Cai, 2007) y que una de las pruebas que existen para probar esto es la presentada por Breusch & Pagan (1979); se identificó a través de esta prueba el problema de heterocedasticidad y se solucionó. Finalmente, se llegó a un modelo final en el que todas las variables eran significativas y en el que los valores de R-cuadrado ajustado y AIC eran mejores que en todos los modelos anteriores. Por último, se analizaron los betas del modelo ajustado y los resultados de las distintas pruebas, se pudo llegar a la ecuación que permite estimar las cantidades demandadas y se sacaron las conclusiones de los resultados.

3. Plan de redacción

3.1 Estado del arte

A través de la revisión de la literatura existente en las bases de datos disponibles se encontraron diferentes investigaciones relacionadas con el tema de estudio. El primer documento encontrado fue el planteado por Boada & de Vasconcelos (2013), en él se busca un modelo que permita estimar la demanda del portafolio de productos presentes en el catálogo de la empresa AVON cosméticos. Para cumplir con el objetivo de esta investigación los autores recurren a una metodología cuantitativa correlacional de corte trasversal, dividen los productos según la familia a la que pertenecen, tienen en cuenta variables como: la profundidad de descuento (la cual mide el porcentaje de descuento que tiene el producto en el catálogo), la promoción canibalizadora (tiene en cuenta las diferentes promociones que puede tener un mismo producto en diferentes secciones del catálogo), el número de vendedoras y la exposición que tiene el producto en el catálogo (hace referencia a la ubicación y el diseño que tiene la imagen que presenta el producto en la revista); para algunas variables cualitativas se realiza una conversión y, en algunas variables, se calculan indicadores de impacto. Gracias a lo anterior y a la presencia de dos etapas que componen el cálculo del modelo final; se llega a un modelo de regresión múltiple que permite explicar las cantidades demandadas entre un 70 y 80 a través de las variables consideradas.

Otro de los trabajos encontrados, fue el realizado por Boada & Mayorca (2011), en el cual, a través de la organización y documentación de los procedimientos de marketing de las empresas analizadas, se busca obtener una esti-

mación de la estructura organizacional que se debe tener para que esta afecte positivamente las cantidades demandadas de los productos. Este trabajo analizó las empresas Avon, L'bel y Tupperware y para poder cumplir con su objetivo sigue 6 pasos que tienen en cuenta las herramientas para estimar, las constantes a considerar, las variables por formulaciones y los históricos de la compañía para llegar finalmente a una estimación que permite reducir los excesos de inventario y lograr generar un ingreso real para la compañía.

Junto con el anterior trabajo, se encontró la investigación realizada por Astolfi (2009), en el cual tuvo como fin determinar los factores de éxito y las variables que hay que tener en cuenta para que la venta directa se expanda en Argentina. Este trabajo se enfocó, sobre todo, en realizar un estudio de mercado compuesto por factores como fuerza de ventas, los posibles competidores, el marketing y la estrategia de precios y, a través de análisis operativo y un estudio económico propuso los lineamientos que debería seguir una empresa con este estilo de venta para lograr estar en el mercado argentino.

Lopez Buitrago (2014) realizó un análisis de la demanda que presentan los estratos 4, 5 y 6 del municipio de Tuluá, Valle del Cauca; con el fin de determinar la factibilidad de crear una empresa que distribuya café por medio de catálogo. Para darle cumplimiento al objetivo de esta investigación, el autor realizó una revisión teórica sobre la ley de la demanda y plantea los ítems a encuestar para la recolección de datos. A partir de esto, realizó una estadística descriptiva de los datos recolectados de la muestra encuestada y concluyó que la creación de la empresa con este estilo de venta puede ser exitosa ya que existe un mercado con un tamaño aceptable al que se le puede dirigir este producto.

Finalmente, se ubicó el trabajo realizado por Alvarez Caprile (2007), el cual no sólo se encargó de plantear una estrategia para que las empresas de venta directa sean exitosas y que evolucione su mercado; sino que también realizó un análisis sobre la evolución del mercado laboral femenino en relación con la venta directa. Para esto, presentó la historia de la venta directa, su modalidad y la evolución que ha tenido esta modalidad; donde finalmente llegó a la conclusión de que esta modalidad ha proporcionado ventajas a las personas involucradas en ella y es una alternativa que no sólo deja ganancias para la empresa (y que amplía su mercado) sino que también genera ganancias (de manera flexible) a los individuos que logran desarrollar de manera exitosa la conexión con los clientes y aprovechar sus oportunidades.

3.2 Ventas por catálogo

Las ventas por catálogo son una modalidad de venta que se ha popularizado en el siglo XXI. Este estilo de venta surge como una estrategia de marketing para las empresas, pero también como una nueva opción laboral informal y flexible que es de fácil acceso para las personas (Castillo Cubillos, 2013). Las empresas que cuentan con esta modalidad ofrecen sus productos a través de una revista física o virtual y esta es distribuida a través de terceros, de vendedores independientes. Estos vendedores se encargan de distribuir y ofrecer la revista con los productos; los dan a conocer de diferentes maneras y gracias a ellos es que esta modalidad ha adquirido las múltiples caras con las que se conoce actualmente y con las que se ha logrado arraigar en el mercado (Ongallo, 2007).

Los distribuidores de estos productos no tienen una relación contractual con la empresa; las ganancias que obtienen son un porcentaje de las ventas que realizan (este porcentaje es definido por la empresa). Para poder distribuir los productos los vendedores deben pagar una afiliación inicial que los hace partícipes en la base de datos de la empresa, con el fin de poder adquirir todos los beneficios que se pueden obtener al vender los productos. Son muchos los tipos de productos que se comercializan en esta modalidad de venta; entre ellos se encuentran: cosméticos, ropa, electrodomésticos, productos para el hogar, joyería, juguetes, entre otros. Estos productos tienen el rasgo común de ser dirigidos al consumo directo de la persona que los compra y, gracias a esto y a la conexión que tiene el vendedor con el consumidor, la venta directa se ha logrado posicionar en Colombia; ha llegado a mover billones en el mercado de ropa y cosméticos y las marcas que manejan esta modalidad se han robado el protagonismo y han dado mucho de qué hablar (La República, 2019).

El catálogo CARMEL es una de las marcas que maneja la compañía Línea Directa S.A en el mercado de textiles. Este catálogo lleva circulando en el mercado por más de 10 años y se ha logrado posicionar como una de las empresas que genera más ventas en el mercado de ropa interior del país gracias a sus tendencias de moda y al cambio de colección que tiene cada 21 días (Linea Directa S.A, s.f.).

3.3 Teoría de la demanda

Una de las ramas de la economía es la microeconomía; esta se encarga de estudiar el comportamiento de los individuos en el mercado y permite conocer cuáles son los factores que afectaran sus decisiones de consumo frente a los productos que están presentes en él. Dentro de la teoría microeconómica encontra-

mos un elemento importante, el cual permite estimar la cantidad demandada (variable endógena) de un determinado bien en función de un conjunto de variables como el precio, el ingreso, los bienes sustitutos, preferencias, factores externos como la cultura, entre otros; estos elementos conforman la función de demanda clásica de la microeconomía. A través de esta función se establece, teóricamente, que las cantidades demandadas presentan una relación inversa con el precio cuando todos los demás factores están constantes cuando el bien analizado es normal (Pindyck & Rubinfeld, 2009: 26) dando como resultado una función con una pendiente negativa que indica que a mayor precio menores cantidades van a ser compradas por los consumidores (Parkin & Loría, 2010). Si quieres puedes explicar el comportamiento de las demás variables, no es obligatorio.

Sin embargo, cuando se habla de un mercado real, todos los factores están variando y, hay muchas variables que van a afectar las cantidades que demandan los consumidores. La relación que van a tener estas variables puede ser de tipo directa o inversa, estas pueden tener una influencia grande o pequeña en la decisión de consumo y, gracias a esto, surge una nueva relación muy diferente entre las cantidades demandadas y el precio (Case, Fair & Oster, 2012: 56).

3.4 Factores que determinan el éxito de las ventas de un vendedor

En el caso de la venta por catálogo, los vendedores son tanto los intermediarios como los consumidores de algunos de los productos que están presentes en la revista; de ellos va a depender las cantidades que se demanden y el nivel de ventas de la compañía. Por lo tanto, se deben analizar qué factores son los que impulsan el éxito de sus ventas y los factores que determinan un mayor consumo en las personas.

Como uno de los primeros factores a considerar se encuentra el ingreso de la persona. Según Keynes (1936) el consumo de un hogar o de un individuo depende principalmente del ingreso percibido; aunque no en la misma proporción, un aumento del ingreso genera un aumento en el consumo. Sin embargo, la medición de este ingreso puede verse limitada y esta se puede realizar a partir de las variables que lo afectan positiva o negativamente. El ingreso de un hogar o de una persona puede estar determinado por factores como: la condición de cabeza de hogar, la educación, la edad, el número de personas dependientes y las personas aportando económicamente al hogar (Muñoz, 2004); estos datos pueden ser recolectados de una manera más fácil y pueden dar una aproximación al ingreso que tiene un individuo y, por tanto, al consumo que pueda tener.

No solo se debe considerar qué variables están afectando el consumo de estos vendedores, sino también se deben tener en cuenta aquellos factores que están influyendo en el éxito de sus ventas y en la conexión con terceros. Los vendedores son el intermediario, el enlace que tiene la empresa con el mercado; su conexión con el cliente y con la empresa se ven afectadas por elementos como: su experiencia y conocimiento del mercado, la motivación y los beneficios que obtienen por parte de la empresa, el acceso a herramientas que faciliten su trabajo y la lealtad hacia la empresa (León Valbuena, 2013). A partir de estos elementos, una empresa y su fuerza de ventas pueden fortalecer su éxito y lograr un posicionamiento en el mercado; ganando competitividad y fidelidad por parte del consumidor.

3.5 Resultados de investigación

Se obtuvieron 160 observaciones y 13 variables explicativas o exógenas y 1 endógena (las cantidades). De las variables estudiadas, tres eran variables con respuestas dicotómica y el resto continuas, incluye las variables respuesta.

3.5.1 Estadística descriptiva

A continuación, se presenta la estadística descriptiva de los datos recopilados. En la tabla 3 se puede observar un pequeño resumen de los datos recopilados de las 9 variables exógenas (sin incluir las dicotómicas) y del comportamiento de la variable endógena observada.

Tabla 3. Resumen estadístico de las variables

Variable	Max	Min	Promedio	Mediana	1Cuartil	3Cuartil
Q	109	4	21,59	17	13	26,25
PromV	\$ 47.810	\$ 18.584	\$ 26.779	\$ 25.550	\$ 23.341	\$ 29.183
Edad	79	19	41,26	41	32	50
Estrato	4	1	1,93	2	1	2
NE	18	0	10,02	11	5	13
PD	6	0	2,55	2	2	3
Experiencia	30	0	7,33	6	3	10
ExperienciaCAR	211	1	66,19	39,50	12,75	116
Cvende	9	0	2,89	2	2	4
Dedicación	10	0	2,90	2	2	4

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 3 contiene el promedio, los datos máximos y mínimos, la mediana, el 1er y 3er cuartil de las 10 variables. Los valores de las cantidades vendidas oscilan entre 4 y 109 prendas, el promedio de estas cantidades es de 22; el precio promedio de estas prendas está entre \$18.584 y \$47.810, con una media de \$25.550.

El estrato que más predomina en la muestra es el estrato 1 y 2, gracias a que el tercer cuartil indica que el 75,00% de la muestra analizada está ubicada entre dichos estratos. Mientras que el nivel educativo que predomina es el de 11 años (correspondiente a haber alcanzado el nivel educativo “bachillerato”), esto lo podemos inferir a partir del valor de la mediana; el cual es un valor que indica el promedio de las observaciones de una manera más favorable (en casos donde existen asimetría o datos atípicos) que la media aritmética (Rustom Jabbar, 2012:16-18) y, en este caso, tiene un valor de 11). Según los datos, la mayoría de las personas se ubican en los estratos 1 y 2 y en los niveles educativos de primaria y bachillerato. El estrato 4 y el nivel educativo correspondiente al postgrado (18 años de educación) son ocupados por muy pocas personas de la muestra.

Se puede observar también que la mayoría de las personas analizadas cuentan con 2 o 3 personas a su cargo (dependientes). La mayor cantidad de personas dependientes con las que cuentan las asesoras es de 6 personas y sólo 3 de ellas cuentan con esta cantidad a su cargo. Se puede decir que más de la mitad de las personas estudiadas cuentan con entre 1 persona a 4 personas a su cargo.

En cuanto a la experiencia vendiendo en esta modalidad, la mayoría de las personas tiene una experiencia que oscila entre los 0 y 15 años y hay unas pocas que cuenta con una experiencia entre 20 y 30 años; mientras que la experiencia vendiendo CARMEL tiene valores que van desde 1 sólo crédito adquirido con la compañía hasta los 211 créditos. La mayoría de las personas analizadas dedican entre 1 y 4 horas al día a distribuir el catálogo y vender los productos que en él se contienen. Son muy pocas las personas que dedican más de 6 horas al día para la venta de los productos contenidos en el catálogo.

Para resumir los datos que presentan las variables dicotómicas, la tabla 4 contiene el número de personas que cumplen con la condición y las que no la presentan. La variable CH (la cual indica qué personas son cabeza de hogar o no) y la variable AccesoI (indica si el hogar tiene acceso a internet o no) presentan el mismo comportamiento. Hay 106 personas que son cabeza de hogar y, aunque posiblemente no las mismas, hay 106 que presentan un hogar con acceso a *Internet*.

Con respecto a las otras variables, la variable Pareja indica si las asesoras viven con alguna pareja sentimental o no. Más de la mitad de las personas encuestadas, tienen pareja (96), mientras que el 41,25% (66 personas) respondieron que no tienen. La variable GananciaP hace referencia a si los ingresos percibidos por el catálogo son la ganancia principal de la vendedora; el 64,38% de la muestra (103 personas) consideran que su ganancia principal son los ingresos provenientes de la venta de las prendas del catálogo y el restante (57 personas) no considera que esto sea así.

Tabla 4. Resumen de las variables dicotómicas

Variable	Si	No
CH	106	54
Pareja	94	66
AccesoI	106	54
GananciaP	103	57

Fuente: Elaboración propia.

3.5.2 Estimación del modelo

Luego de este análisis de cada una de las variables se procedió a realizar un primer modelo, que se llamará modelo saturado, con el fin de conocer cuáles eran las variables más significativas y ver un poco más de cerca cuál era la relación de cada una de las variables con la variable endógena. Los resultados de este modelo se pueden ver en la tabla 5.

Este primer modelo muestra que las variables que afectan significativamente a la variable endógena son: el precio promedio de las prendas (PromV), la edad, el nivel educativo (NE), el número de catálogos que vende la asesora (Cvende) y la variable dicotómica que indica si la ganancia que perciben las asesoras gracias a la venta de los productos es su ingreso principal o no (GananciaP). Este modelo tiene un Rcuadrado ajustado el cual “permite conocer en qué proporción el modelo lineal con las variables independientes incluidas logra explicar la variación total de la variable dependiente” (Rodriguez Guevara & Gonzalez Uribe , 2019: 33) tiene un valor de 0,4061 que indica que las variables están explicando el comportamiento de la “y” en un 40,61%, un p-valor de 6,701e-14 para la prueba F, el cual indica que la hipótesis nula cae en la zona de rechazo y por tanto se acepta la hipótesis alterna , lo que significa que al menos una de

las variables, está afectando la variable endógena finalmente se reporta un AIC (Criterio de información de Akaike) de 1245.986 el cual permitirá comparar los modelos siguientes para ver cuál modelo presenta una mejor estimación.

Tabla 5. Resumen del modelo saturado¹

Coeficientes	Estimación	Error Estándar	T	P-valor
Intercepto	30,359349	10,0403357	3,024	0,00295 *
PromV	-0,0009919	0,0002463	-4,027	9,05E-05*
Edad	0,2405694	0,0932092	2,581	0,01084*
Estrato	-0,9941853	1,156473	-0,86	0,39138
NE	0,5847428	0,2614322	2,237	0,02682*
CH	2,9995926	2,326725	1,289	0,19937
Pareja	-0,6420145	2,0122604	-0,319	0,75014
PD	-0,3491591	0,7480705	-0,467	0,64138
AccesoI	2,8825501	2,1615658	1,334	0,18443
Experiencia	0,12497	0,2165902	0,577	0,56484
ExperienciaCAR	-0,0140553	0,0183548	-0,766	0,44506
Cvende	-1,3390613	0,536661	-2,495	0,0137*
Dedicación	0,2761876	0,547652	0,504	0,6148
GananciaP	6,7149381	2,256395	2,976	0,00342*
Resultados del Modelo				
R-cuadrado ajustado				0.40611
AIC				6.701E-14*
P-valor				1245.986

Fuente: Elaboración propia.

Como el modelo anteriormente presentado muestra que no todas las variables que se consideraron son significativas, se realizó una selección de variables con el método Step AIC del paquete Mass del lenguaje de programación R (Ripley, s.f.). Con los resultados de este método se llegó al modelo de la tabla 6.

¹ Las variables que son significativas son presentadas con el símbolo “**”.

Tabla 6. Resumen del modelo con selección de variables

Coefficientes	Estimación	Error Standard	T	P-valor
Intercepto	32,089545	8,5886389	3,736	0,000263*
PromV	-0,0011051	0,0002273	-4,863	2,84E-06*
Edad	0,2533471	0,0769112	3,294	0,001227*
NE	0,5468249	0,2521651	2,169	0,031664*
CH	3,8710988	2,0638005	1,876	0,0626
Cvende	-1,3184695	0,5295562	-2,49	0,013852*
GananciaP	6,8665785	2,1980935	3,124	0,002135*
Resultados del Modelo				
R-cuadrado ajustado				0,4171
AIC				2,2E-16*
P-valor				1236,498

Fuente: Elaboración propia.

Este segundo modelo sólo se queda con las variables que salieron significativas en el modelo saturado y agrega la variable “CH” para explicar la variable endógena. En este modelo la gran mayoría de las variables son significativas (exceptuando la variable CH) y cuenta con un R-cuadrado ajustado de 0,4171, un p-valor de 2,2e-16 en la prueba global de significancia y un AIC de 1236,498; cabe resaltar que el AIC es uno de los criterios de selección de modelos que “pretende determinar que éste tenga el mínimo Error Cuadrático Medio (ECM)” (Pat Fernández, 2013). Estos valores indican que este modelo sigue rechazando la hipótesis nula, las variables están explicando significativamente a las cantidades y que este explica mucho mejor la variable endógena que el modelo anterior (comparando los R-cuadrado ajustados y los valores del AIC).

Aunque el modelo anterior explique de una mejor forma la variable endógena, el modelo final de esta investigación no será este. Debido a que existe la posibilidad de que la relación de las variables “PromV” y “Cvende” con las cantidades demandadas, no sea una relación lineal. Por lo cual se procede a realizar transformaciones de estas variables; ya que esto puede mejorar el ajuste del modelo, hacer que este explique de una mejor manera el comportamiento de la variable endógena y se corrijan alguna violación existente de las condiciones del modelo (Faraway, 2014:117-118)

Se aplicaron diferentes transformaciones a las variables (se transformaron a función cubica, función radical, función racional, función logarítmica y función cuadrada), alternando entre las transformaciones y viendo los valores de R-cuadrado ajustado y AIC, se pudo determinar que la mejor transformación consistía en transformar sólo la variable PromV de la forma “1/PromV”, dejar sin transformar la variable “Cvende” y sacar del modelo la variable “CH”. Por lo que los resultados de este tercer modelo se aprecian en la tabla 7.

Tabla 7. Resumen del modelo resultante de las transformaciones²

Coefficientes	Estimación	Error Standard	T	P-valor
Intercepto	-2,20E+04	7,20E+03	-3,061	0,0025*
(1/PromV)	1,09E+09	1,87E+08	5,804	3,54E-08*
Edad	2,90E+03	2,02E+03	1,438	0,1526
Cvende	-1,07E+03	5,19E+02	-2,053	0,0417*
GananciaP	4,76E+03	2,14E+03	2,225	0,0275*
Resultados del Modelo				
R-cuadrado ajustado				0.4358
AIC				1229.365
P-valor				2.3E-16

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo tuvo un R-cuadrado ajustado de 0,4358 y un AIC de 1229,365, donde 3 de sus 4 variables exógenas eran significativas para la variable endógena y fue el mejor modelo resultante de las transformaciones.

Antes de realizar el análisis residual de manera gráfica de este modelo y de establecerlo como modelo final, se realizó la prueba de hipótesis de la homocedasticidad Test Breush-Pagan y la prueba de Shapiro-Wilk para saber si los residuales del modelo se distribuían de manera normal y si se tenían que eliminar algunos valores atípicos. El objetivo de esta última prueba es “proporcionar un índice o estadística de prueba para evaluar la supuesta normalidad de una muestra completa” (Shapiro & Wilk, 1965) por lo que a través de ella se sabrá si los datos están distribuidos normalmente o no. Por su lado la prueba Heterocedasticidad permite identificar la existencia de un cambio de variabilidad de los errores a

² Las variables que son significativas al 5% son presentadas con el símbolo “*”.

medida que cambia el nivel de las covariables. Los resultados de las dos pruebas se observan en la tabla 8.

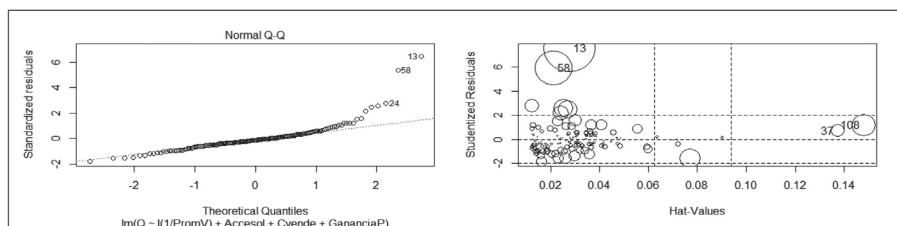
Tabla 8. Resultados test de homocedasticidad y normalidad del modelo³

Prueba	DF	W	P-Valor
Test Breush-Pagan	4	--	0,0223
Test de normalidad Shapiro Wilk	--	0,77059	1,51E-11

Fuente: Elaboración propia.

Gracias a las pruebas se pudo determinar que el modelo presentaba problemas de heterocedasticidad y que los residuales no estaban distribuidos normalmente. Por lo que se decidió a buscar si había valores atípicos y cuáles eran los que se debían eliminar antes de resolver el problema de heterocedasticidad. Estos valores atípicos se pudieron reconocer a través de la figura 1. En la figura 1 se puede apreciar que se necesitaban eliminar 10 observaciones que tenían valores atípicos. Los datos por eliminar son las observaciones 13, 19, 24, 37, 58, 97, 108, 125, 147 y 153. Estas observaciones estarían afectando el modelo y la significancia de las variables consideradas, por lo que se decidió parar el análisis de los residuales y eliminar los datos de la base inicial.

Figura 1. Gráficos de los residuales para identificar los valores atípicos



Fuente: Elaboración propia, datos procesados en Rstudio.

Al eliminar los datos atípicos, se realizó otra vez la regresión del modelo saturado (que incluye todas las variables), este modelo se aprecia en la Tabla 9. Este modelo presenta un R-cuadrado ajustado de 0,5151, un p-valor de 2,2e-16 y un AIC de 986,748; los cuales son valores mucho más favorables que los que presentaron los modelos anteriores. Las variables significativas para estos datos cambiaron y ahora son: el precio promedio de las prendas (PromV), el acceso a

³ Las pruebas que aprueban la hipótesis alterna son presentadas con el símbolo “”.

internet, el número de catálogos que vende la asesora (Cvende) y la variable dicotómica que indica si la ganancia que perciben las asesoras gracias a la venta de los productos es su ingreso principal o no (GananciaP).

Tabla 9. Resumen del modelo saturado eliminando los valores atípicos

Coefficientes	Estimación	Error Estándar	T	P-valor
Intercepto	29,613727	5,4808841	5,403	2,85e-07*
PromV	-0,0005764	0,000138	-4,176	5,27e-05*
Edad	0,0223301	0,0531691	0,42	0,67516
Estrato	-1,0058211	0,6693279	-1,503	0,135226
NE	0,2233867	0,1472213	1,517	0,131499
CH	1,679474	1,3030323	1,289	0,199622
Pareja	0,335272	1,1269221	0,298	0,76653
PD	0,2632495	0,4288409	0,614	0,540331
AccesoI	2,5154696	1,183363	2,126	0,035336*
Experiencia	-0,0258772	0,1000052	-0,259	0,796213
ExperienciaCAR	0,0005027	0,0098344	0,051	0,959309
Cvende	-0,9997923	0,3176665	-3,147	0,002025*
Dedicación	0,0691385	0,2365155	0,292	0,770486
GananciaP	4,9621589	1,2491022	3,973	0,000115*
Resultados del Modelo				
R-cuadrado ajustado				0,5151
AIC				986,748
P-valor				2,2E-16

Fuente: Elaboración propia.

Como todas las variables no son significativas, se procede a realizar la selección del modelo a través del Step AIC. El resultado de este modelo se aprecia en la tabla 10.

Tabla 10. Resumen del modelo con selección de variables eliminando los valores atípicos⁴

Coeficientes	Estimación	Error Estándar	T	P-valor
Intercepto	31,732428	4,5607292	6,958	1,17E-10*
PromV	-0,0005837	0,0001327	-4,398	2,12E-05*
Estrato	-0,9724985	0,6343434	-1,533	0,12748
NE	0,1969776	0,1308804	1,505	0,13454
CH	1,9057426	1,1541934	1,651	0,10092
AccesoI	2,3952208	1,130095	2,119	0,03579*
Cvende	-0,9768549	0,3073025	-3,179	0,00182*
GananciaP	4,9602517	1,2108494	4,097	7,02E-05*
Resultados Modelo				
R-cuadrado ajustado				0,5327
AIC				975,6737
P-valor				2,2E-16

Fuente: Elaboración propia.

Este modelo registra las variables PromV, AccesoI, Cvende y GananciaP como las variables que influyen significativamente a las cantidades demandadas por las asesoras. También genera un R-cuadrado ajustado de 0,5327, un p-valor de 2,2e-16 y un AIC de 975,6737; los cuales son mucho mejores que todos los modelos anteriores y este modelo permite explicar el 53,27% del comportamiento de la variable endógena. Sin embargo, se aplicaron transformaciones a la variable PromV y Cvende para llegar a un mejor modelo, llamado *modelo 6*.

El modelo que presentó mejores valores para el R-cuadrado ajustado, de p-valor y de AIC, fue el que sólo consideró las variables PromV, Edad, Cvende y GananciaP y el cuál hizo una transformación logarítmica de la variable PromV. El resultado del modelo se encuentra en la Tabla 11.

⁴ Las variables que son significativas son presentadas con el símbolo “*”.

Tabla 11. Resumen del modelo resultante de las transformaciones con la eliminación de los datos atípicos⁵

Coefficientes	Estimación	Error Estándar	T	P-valor
Intercepto	23,04	3,93E+01	5,853	3,10E-08*
LogPromV	-2,08E+01	3,82E+00	-5,455	2,06E-07*
AccesoI	2,34E+00	1,11E+00	2,105	0,037041*
Cvende	-1,04E+00	2,99E-01	-3,483	0,000656*
GananciaP	4,80E+00	1,20E+00	4,012	9,61E-05*
Resultados del Modelo				
R-cuadrado ajustado				0,5363
AIC				971,6337
P-valor				2,2E-16*

Fuente: Elaboración propia.

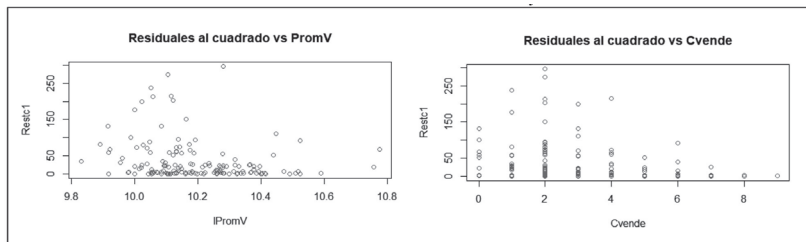
El R-cuadrado ajustado de este modelo tuvo un valor de 0,5363, el p-valor tiene un valor menor de $2,2 \times 10^{-16}$ y un AIC de 971,6337. A partir de este modelo se realizarán los análisis de heteroscedasticidad multicolinealidad y autocorrelación de los residuales.

El análisis de los residuales se realizó de dos maneras; la primera fue el modo gráfico y la segunda fue a través de las pruebas de hipótesis. El primer análisis se realiza debido a que “una gráfica de los residuos de la regresión es muy importante. Los residuos son estimaciones consistentes de las perturbaciones” (Batalgi, 2011) y permiten ver qué posibles problemas pueden existir en los datos. Para analizar los residuales de este modelo se hicieron los siguientes gráficos.

La Figura 2 permite ver cuál es la variabilidad de los residuales frente a las variables tenidas en cuenta en el *modelo 6*. Cabe resaltar que este análisis gráfico no se puede realizar con las variables dicotómicas AccesoI y GananciaP. En los gráficos anteriores se puede ver que los residuales no tienen una varianza constante y que en las dos gráficas están teniendo una distribución en forma de cono, lo cual indica un posible problema de heteroscedasticidad (esto lo determinaremos después con la prueba de hipótesis de la homocedasticidad).

⁵ Las variables que son significativas son presentadas con el símbolo “**”

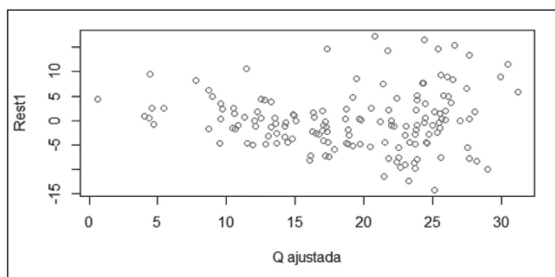
Figura 2. Gráficos de los residuales al cuadrado contra la variable PromV y Cvende



Fuente: Elaboración propia.

La Figura 3 permite ver cómo es el comportamiento de los residuales frente al valor de las cantidades ajustadas (el que se obtiene a través de los valores del modelo 6); estos valores no presentan una tendencia o una relación y pueden interpretarse como una buena señal de que no se está omitiendo algo importante en el modelo.

Figura 3. Gráficos de los residuales contra las cantidades ajustadas



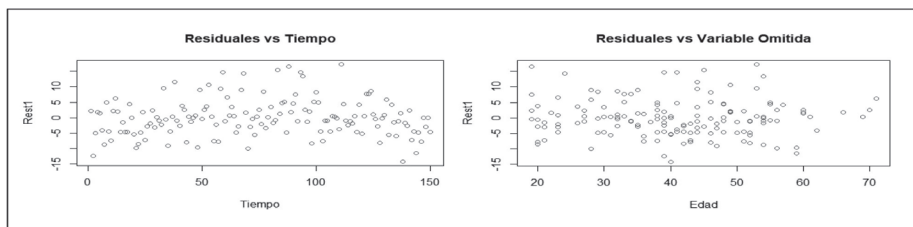
Fuente: Elaboración propia.

La Figura 4, analiza el comportamiento de los residuales contra el tiempo, esto se realiza con el fin de determinar si hay alguna tendencia en los datos y saber si los términos son independientes o no. Los residuales de este modelo no presentan una tendencia y se puede decir que los términos no presentan dependencias.

Como se pudo ver anteriormente, se omitieron variables en el *modelo 6* debido a que estas no presentaban significancia. Sin embargo, los residuales deben ser analizados contra una de las variables omitidas para saber si hay alguna relación y si la variable realmente importa o no. Para esto se escogió analizar los residuales con la variable Edad en la Figura 4 en la parte derecha; en ella se puede

ver que los residuales no presentan ninguna tendencia o relación con esta variable y se puede concluir que no tiene importancia para el modelo y la estimación del comportamiento de las cantidades.

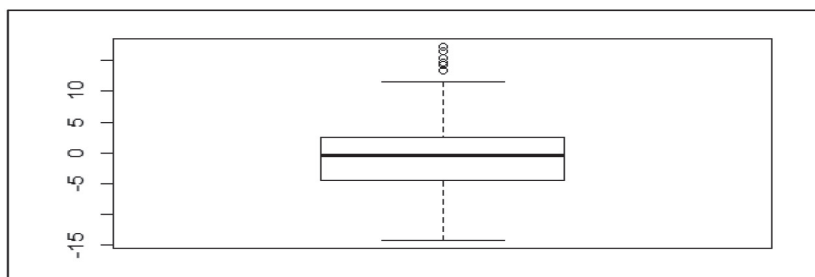
Figura 4. Gráficos de los residuales contra el tiempo y contra una variable omitida



Fuente: Elaboración propia.

Para conocer si el modelo presenta valores atípicos, se realiza un diagrama de caja de los residuales; ya que este se usa principalmente como “una pantalla compacta y simultánea para comparar varios conjuntos de datos relacionados” (Heiberger & Holland, 2015) y, gracias a él, se puede observar que el modelo 6 sigue presentando valores atípicos, sin embargo, estos no se eliminarán debido a que ya se eliminaron ciertos valores anteriormente y la influencia de estos valores se determinará en las pruebas de hipótesis (figura 5).

Figura 5. Diagrama de caja de los residuales

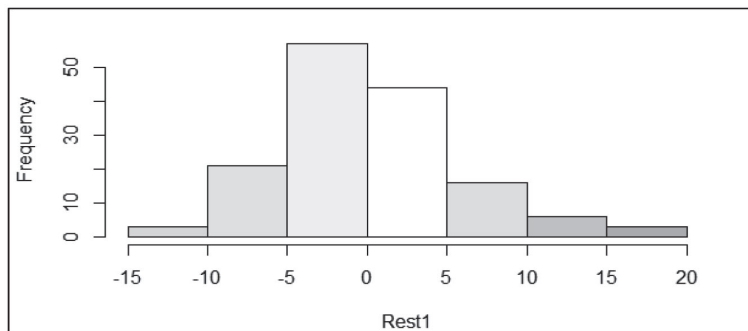


Fuente: Elaboración propia.

Los errores del modelo tienen que seguir una distribución normal. El histograma presente en la Figura 6 permite “obtener una impresión razonable de la forma de una distribución” (Dalgaard, 2008), sin embargo, a través de él no se puede determinar qué tan normal se están destruyendo los errores del modelo 6 y

se debe tener en cuenta que esta normalidad se ve afectada por los valores atípicos que se presentan en la Figura Por lo que se va a recurrir a la prueba de Shapiro para determinar si cumplen con la hipótesis o no.

Figura 6. Histograma de los residuales



Fuente: Elaboración propia.

Las pruebas de hipótesis que se realizaron en el modelo 6 se encuentran en la Tabla 12 a través de estas pruebas, se pudo determinar que el modelo tenía problemas de heterocedasticidad, problemas de normalidad (problema detectado en la figura 6) y la prueba de Durbin Watson indica que hay una mínima autocorrelación entre las variables (ya que el valor es mayor a 0), sin embargo, el valor es cercano a 0 y este problema de autocorrelación no es significativo.

Tabla 12. Resultados pruebas de hipótesis del modelo⁶

Prueba	DF	W	DW	P-Valor
Test Breush-Pagan	4	--	--	0,01161*
Test de normalidad Shapiro-Wilk	--	0,97196	--	3,67E-03*
Test Durbin-Watson	--	--	1,679	0,02455

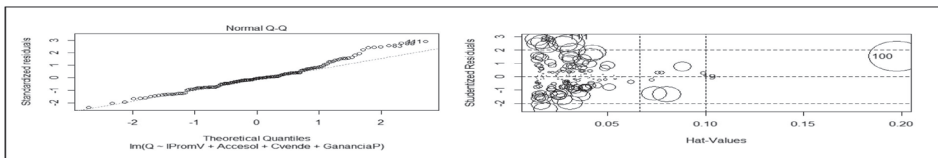
Fuente: Elaboración propia.

Los valores atípicos de este modelo 6 son las observaciones 59,88,83, 100 y 111. Estas se determinaron a través de diferentes gráficos, los cuales se presentan en la figura 7. Estos datos atípicos son menores de los que se presentaron anteriormente. A través de la figura 7 se puede apreciar de manera gráfica el problema

⁶ Las pruebas que aprueban la hipótesis alterna son presentadas con el símbolo “*”.

de autor correlación que hay en las variables; esta es sobre todo causada por los datos atípicos y se puede ver que este problema es mínimo

Figura 7. Gráficos de los residuales para identificar los valores atípicos del modelo 6



Fuente: Elaboración propia.

Debido a que puede existir una relación entre las variables y esto provoca que “los resultados numéricos sean inestables, y a veces los coeficientes pueden tener signos que parecen no tener sentido” (Uboe, 2017) se realizó la prueba de factor de inflación de la varianza (VIF) para determinar si había problemas de multicolinealidad entre las variables que estaban en el modelo; esta prueba arrojó que la intensidad de esta multicolinealidad estaba en valor entre 1 y 2 para cada una de las variables analizadas. Gracias a que el resultado de la prueba fue menor que 5, esto significa que “no hay multicolinealidad significativa entre X y Y, las restantes variables explicativas del modelo” (Welk & Rodríguez Esquerdo, 2018); por lo que, esta multicolinealidad está en valores aceptables y no representa un problema para el modelo (tabla 13).

Tabla 13. Resultados pruebas de multicolinealidad

Variable	Test VIF
LPromV	1,597926
Accesol	1,178117
Cvende	1,286528
GananciaP	1,393341

Fuente: Elaboración propia.

Uno de los problemas que presenta el modelo es el de heterocedasticidad (identificado gráficamente en la figura 2 y a través de prueba de hipótesis en la tabla 12). Al realizar el análisis de homocedasticidad, el p-valor del modelo dio como resultado, a través de la prueba Breusch-Pagan, un valor de 0,01161 (el cual se mostró en la Tabla 12); lo cual indica que el modelo tiene este problema gracias a esto se procedió a aplicar la técnica de mínimos cuadrados ponderados

para resolverlo y el resultado del modelo ponderado, el cual se llamó modelo final (tabla 14).

Este modelo final, sigue mostrando todas las variables como significativas, sin embargo, su valor de significancia es mejor. El R-cuadrado ajustado de este modelo tiene un valor de 0,6165, el p-valor sigue teniendo un valor menor a $2,2e-16$ y el AIC dio como resultado un valor de 947,803. Tanto el R-cuadrado ajustado y el AIC dieron un mejor resultado gracias a que se solucionó el problema de heterocedasticidad del modelo anterior. Este modelo final será, entonces, el modelo resultante de la investigación y permitirá explicar en un 61,65% a las cantidades demandadas de las prendas contenidas en el catálogo Carmel.

Tabla 14. Resumen modelo final⁷

Coefficientes	Estimación	Error Estándar	T	P-valor
Intercepto	18,65041	2,81E+01	6,631	6,16E-10*
LogPromV	-1,65E+01	2,72E+00	-6,085	9,90E-09*
AccesoI	2,51E+00	9,06E-01	2,767	0,0064*
Cvende	-1,02E+00	1,98E-01	-5,139	8,78E-07*
GananciaP	3,74E+00	9,06E-01	4,129	6,11E-05*
Resultados del Modelo				
R-Cuadrado Ajustado				0,6165
AIC				947,803
P-Valor				2,2E-16*

Fuente: Elaboración propia.

Se volvieron a hacer las pruebas para determinar la normalidad de los errores y la multicolinealidad entre variables (ya que la prueba de autocorrelación no es posible de hacer en regresiones con la heterocedasticidad arreglada) y se encontraron los valores de la tabla 15.

⁷ Las variables que son significativas son presentadas con el símbolo “*”.

Tabla 15. Prueba de normalidad y multicolinealidad del modelo final

Test de normalidad Shapiro-Wilk		Test VIF			
W	0,95765	LPromV	1,690313	Cvende	1,221152
P-Valor	1,50E-04	AccesoI	1,296835	GananciaP	1,285841

Fuente: Elaboración propia.

Se puede ver que, aunque los errores no se estén distribuyendo normalmente, este modelo final tiene una mejor distribución que el anterior (si se comparan los valores de los dos resultados). Cabe resaltar, que los valores atípicos para este modelo siguen siendo los mismos (ya que no se eliminaron) y estos son los que posiblemente estén afectando al comportamiento de la distribución de los errores. La multicolinealidad sigue presentándose de forma similar que en el modelo anterior y su intensidad no representa un problema grande para el modelo final.

El modelo final está dado por la ecuación

Y a través de las betas se puede determinar que:

- Las cantidades disminuyen en un 16,54% por cada peso que aumente el precio promedio de las prendas (hay una relación inversa entre estas variables).
- El hecho de que la persona tenga acceso a internet en su hogar hace que las cantidades demandadas sea mayor en 2,5061 unidades.
- El número de catálogos que vende la asesora afecta negativamente a la variable endógena; por un catálogo más que se venda, las cantidades disminuyen en 1,0193 unidades.
- Si el ingreso obtenido por la venta de los productos del catálogo constituye el ingreso principal de la asesora, las cantidades demandadas de las prendas son mayores en 3,7412 unidades que cuando no lo es.

Para llegar a este modelo final, se eliminaron ciertos valores atípicos, se realizó la transformación logarítmica de la variable “PromV” y se solucionó el problema de heterocedasticidad que presentaba el modelo anterior y, gracias a esto, se pudo obtener un modelo mejor que los anteriores, con un R-cuadrado ajustado y un AIC mejores.

Conclusiones

A partir de la investigación realizada y del procesamiento de datos respectivo se logró encontrar un modelo de demanda que permite explicar las cantidades demandadas de los productos textiles presentes en el catálogo Carmel. El análisis econométrico permitió procesar, estimar y analizar los datos y el comportamiento de las variables que se consideraron en la investigación.

A diferencia de la teoría, el modelo final de esta investigación plantea una relación de las cantidades demandadas de los productos del catálogo (explicadas en casi un 62,00%) que no sólo es afectada por el precio de forma negativa, sino que hay otros factores que influyen en estas. Las variables (organizadas de mayor a menor influencia) que afectan a las cantidades demandadas son el promedio del precio de las prendas (PromV), el número de catálogos que vende la asesora (Cvende), las ganancias obtenidas por la venta de los productos como ingreso principal de la persona (Ganancia P) y el acceso a internet que tiene la persona desde su hogar (AccesoI). Las variables que presentaron una relación negativa con las cantidades demandadas fueron la variable “PromV” y la variable “Cvende”, mientras que las variables que presentaron una relación positiva fueron las variables “Ganancia P” y “AccesoI”; teniendo en cuenta estas relaciones se puede evidenciar que, al igual que en lo expuesto teóricamente, el precio de los bienes (en este caso de las prendas vendidas en el catálogo) influye negativamente en las cantidades que se van a demandar.

Gracias al modelo final, se puede predecir con un alto grado de confianza, cuáles serán las cantidades demandadas por parte de las asesoras de acuerdo con las variables consideradas. A diferencia del trabajo realizado por Boada y Vasconcelos (Boada & de Vasconcelos, 2013) esta investigación encontró otras variables significativas y puedo determinar que, si la asesora cuenta con acceso a internet en su hogar y si su ingreso principal es la ganancia por la venta del catálogo, las cantidades demandadas van a ser mayores. Las mejores intermediarias entre la empresa y el mercado serán aquellas vendedoras que tengan acceso a internet, su ganancia principal sea el ingreso por la venta de catálogo, no vendan ningún catálogo más y que vendan prendas con un precio bajo.

Referencias

Alvarez Caprile, M. L. (2007). *Venta Directa: Una opción laboral para la mujer. (tesis de pregrado)*. El Salvador: Universidad del Salvador.

- Astolfi, F. (2009). Expansión del Modelo de Venta Directa en Argentina. (*tesis de pregrado*). Argentina: Instituto Tecnológico de Buenos Aires.
- Batalgi, B. (2011). *Econometrics*. Berlin: Springer.
- Boada, A. J., & de Vasconcelos, D. (2013). Modelo estadístico de regresión múltiple, columna vertebral para predecir en empresas multinacionales con estilo de venta por catálogo. *Revista Lasallista de Investigación*, 10(1), 112-127.
- Boada, A., & Mayorca, R. (2011). Planificación de la demanda en empresas con estilo de venta por catálogo. *Revista Lasallista de Investigación*, 8, 124-135.
- Breusch, T., & Pagan, A. (1979). A Simple Test for Heteroscedasticity and Random Coefficient Variation. *Econometrica*, 5(47), 1287-1294.
- Case, K., Fair, R., & Oster, S. (2012). *Principios de Microeconomía*. México: Pearson Educación.
- Castillo Cubillos, M. (2013). La dimensión subjetiva del trabajo en vendedoras y vendedores por catálogo. (*tesis de pregrado*). Colombia: Universidad ICESI.
- Dalgaard, P. (2008). *Introductory Statistics with R*. New York: Springer.
- Faraway, J. (2014). *Linear Models with R*. New York: Chapman and Hall/CRC.
- ollnick, H. (1968). *Einführung in die Ökonometrie*. Stuttgart: Eugen Ulmert.
- Hayes, A., & Cai, L. (2007). Using heteroskedasticity-consistent standard error estimators in OLS regression: An introduction and software implementation. *Behavior Research Methods*, 39, 709-722. <https://doi.org/10.3758/BF03192961>.
- Heiberger, R., & Holland, B. (2015). *Statistical Analysis and Data Display*. New York: Springer.
- Keynes, J. (1936). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. México: Fondo de Cultura Económica.

- La República. (17 de abril de 2019). Leonisa, Lili Pink y Carmel lideran un mercado que mueve \$2,2 billones en el país. La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/leonisa-lili-pink-y-carmel-lideran-un-mercado-que-mueve-22-billones-en-el-pais-2852506>.
- León Valbuena, N. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, XIX(2), 379-389.
- Linea Directa S.A. (n.d.). ¿Quiénes somos? Obtenido de <https://www.carmel.com.co/quienes-somos/>.
- Lopez Buitrago, O. (2014). *Ánalisis de la demanda para crear una empresa de venta por catálogo de café gourmet para la población estrato 4, 5 y 6 del municipio Tulua, Valle. (tesis de pregrado)*. Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Muñoz C, M. (2004). Determinantes del ingreso y del gasto corriente de los hogares. *Economía Institucional*, 6(10), 183-199.
- Ongallo, C. (2007). *El libro de la venta directa: el sistema que ha transformado la vida de millones de personas*. España: Diaz de Santos.
- Parkin, M., & Loría, E. (2010). *Microeconomía. Versión para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.
- Pat Fernández, L. (2013). *Introducción a los modelos de regresión*. México: Plaza y Valdés.
- Peña, D. (2015). *Fundamentos de estadística*. México: Difusora Larousse-Alianza Editorial.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación.
- Ripley, B. (s.f.). stepAIC. Obtenido de <https://www.rdocumentation.org/packages/MASS/versions/7.3-51.6/topics/stepAIC>
- Rodriguez Guevara, D., & Gonzalez Uribe, G. (2019). Principios de econometría. Instituto Tecnológico Metropolitano. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/usta/105646?page=33>.

- Ross, S., & Valdés Sánchez, T. (2014). *Introducción a la estadística*. Barcelona: Editorial Reverté.
- Rustom Jabbaz, A. (2012). *Estadística Descriptiva, Probabilidad e Inferencia. Una visión conceptual y aplicada*. Chile: Universidad de Chile.
- Shapiro, S., & Wilk, M. (1965). An Analysis of Variance Test for Normality (Complete Samples). *Biometrika*, 52(3/4), 591-611.
- Uboe, J. (2017). *Introductory Statistics for Business and Economy*. Cham: Springer.
- Welk, J., & Rodríguez Esquerdo, P. (2018). *Applied Regression Analysis for Business*. Cham: Springer.

El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI*

The new leadership and the transformation of the organizations of the 21st century

Recibido: Mayo 13 de 2019 - Evaluado: Agosto 16 de 2019 - Aceptado: Noviembre 21 de 2019

Edgar José Gómez Ortiz**

Edgar Peñaranda Soto***

Para citar este artículo / To cite this Article

Gómez Ortiz, E. J., & Peñaranda Soto, E. (Enero-Junio de 2020). El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (217-235).

Resumen

El objetivo de este artículo es realizar una revisión teórica del liderazgo en las organizaciones del Siglo XXI. El artículo presenta una metodología cualitativa, realizando una revisión de artículos que convergen en su visión acerca de las organizaciones del Siglo XXI. Se concluye que los líderes en este nuevo milenio, tienen que concentrar sus esfuerzos en la gestión exitosa del cambio, contando

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto vinculado al Proyecto "Análisis estratégico de las empresas del sector de confecciones de prendas de vestir de Cúcuta" del Grupo de Investigación Competitividad y Sostenibilidad para el Desarrollo.

** Especialista en Gerencia Financiera por la Universidad de Santander, Magister en Administración de Empresas por la Universidad Santo Tomás, Doctor en Ciencias Gerenciales por la Universidad Rafael Beloso Chacín – Venezuela. Docente en Universidad Libre Seccional Cúcuta. Grupo de Investigación Competitividad y Sostenibilidad para el Desarrollo. Email: edagarj.gomez@unilibre.edu.co.

*** Contador Público Universidad Libre, Especialista en Gerencia Financiera por Universidad de Santander, Magister en Administración de Instituciones de Salud por la Universidad Nacional Experimental del Táchira, Doctor en Ciencias Gerenciales por la Universidad Rafael Beloso Chacín – Venezuela. Email: epesoto1@hotmail.com.

con recursos humanos que sepan aprovechar las oportunidades, siendo capaces de entender los cambios en la tecnología para la creación de nuevos diseños organizacionales.

Palabras claves: Cambio Organizacional, Liderazgo, Siglo XXI

Abstract

The aim of this article is to make a theoretical review of the leadership at the organizations of the 21st century. The article presents a qualitative methodology, conducting a theoretical review of articles that converge in his vision about the organizations of the 21st century. It is concluded that the leaders in this new millennium, should concentrate its efforts on the successful management of change, with human resources that accept live in highly changing environments, this implies that leaders must seize opportunities you are in every crisis, being able to understand the changes in technology for the creation of new organizational designs, which provide faster performance, becoming committed talent to everyone in the Organization, on the sustainability of the same.

Key words: Organizational Change, Leadership, Century 21

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. III. - Plan de redacción. - 1. El cambio en las organizaciones. - 2. Resultados de Investigación. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

El mundo de la gerencia ha cambiado, es por ello que las organizaciones de este Siglo XXI deben ser diferentes, por ende, su conducción necesita evolucionar, requiriendo un perfil de líder distinto. Este nuevo gerente se convierte ahora tanto en un líder, como en un administrador. La razón es que es importante tener claro la premisa de que las cosas se administran y la gente se lidera. Es por ello que el líder del siglo XXI debe estar altamente capacitado desarrollando habilidades y competencias que los entornos complejos y cambiantes requieren.

Las organizaciones de este Siglo están enmarcadas dentro de ambientes que realizan cambios tecnológicos de manera constante, así mismo forman parte de economías cada vez más globales, que exigen niveles elevados de competitividad, pero también de grandes dudas, es por ello que se hace

indispensable diseñar estrategias de orientación y servicio al cliente haciendo un énfasis importante en el capital humano. Dentro de las fuentes de cambio se tienen las expuestas por Deloitte (2016), entre las cuales destaca en primer lugar, los cambios demográficos, éstos han hecho que la fuerza laboral sea más joven, mayor y más diversa, incluyéndose los llamados Millennials, quienes según esta referencia se consideran más de la mitad de la fuerza laboral, y tienen grandes expectativas con respecto a la compensación; además este grupo social quiere una experiencia laboral con oportunidades, aprendizaje permanente, desarrollo personal, y en general un progreso laboral dinámico. También los grandes cambios demográficos han llevado a que la fuerza laboral de los años 80 a convertirse en *coach* e inclusive a ser empleados subordinados a esta nueva generación. Aunado a lo anterior la fuerza laboral se ha diversificado, considerando la inclusión como un derecho de igualdad reconocido.

En segundo lugar, está la tecnología digital, la cual ha transformado los modelos de negocio y cambiando los lugares de trabajo y la dinámica de los mismos; por ejemplo, los teléfonos móviles, la informática cognitiva y el internet han modificado la forma en que las organizaciones diseñan, elaboran y entregan tanto sus productos como sus servicios. Mientras que las redes sociales, han creado una nueva manera de contratar, gestionar y apoyar a las personas. Esto ha llevado a las organizaciones más innovadoras a apreciar estos elementos y rediseñar los procesos a fin de simplificar y mejorar la experiencia de trabajo, de cara a un nuevo modelo de talento humano.

En tercer lugar, se encuentra la velocidad del cambio ha aumentado, esto ha llevado a aumentar significativamente el ritmo de los negocios, haciendo que las organizaciones sean más ágiles. Por último, un nuevo contrato se está desarrollando, provocando diferencias en la relación empleado-empendedor. Los jóvenes tienen expectativas de trabajar para varios empleadores, esto trae como expectativa rápido crecimiento profesional, y con esto, el deseo de un lugar de trabajo flexible, creativo e innovador. Lo expuesto hasta ahora lleva a plantear la figura de un líder que se desenvuelva en diversos escenarios y sepa dar respuesta a la transformación de las organizaciones del siglo XXI.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cómo es el liderazgo en función de la transformación de las organizaciones del Siglo XXI?

2. Metodología

Este trabajo se desarrolló bajo los postulados de una investigación cualitativa, entendida desde la postura de Strauss y Corbin (2002), como todo aquel proceso investigativo que es llevado de manera ordenada, teniendo en cuenta que los hallazgos obtenidos no se obtiene a través de la aplicación de métodos cuantitativos, si no que por el contrario el investigador procede a obtenerlos teniendo acceso a fuentes diversas de documentos, esta información el investigador la interpreta para luego organizarla, utilizando para ello el proceso de la conceptualización, lo que le permitirá realizar una reducción de la información obtenida. En el caso de la presente investigación el proceso se realizó por medio de la búsqueda documental, estando siempre encaminada a recolectar, comparar y analizar estas referencias.

3. Plan de redacción

3.1 El cambio en las organizaciones

Según Guzmán & Palacios (2006) la empresa es una unidad económica en la cual se conjugan los factores de producción con la posibilidad de obtener bienes y servicios que satisfagan unas necesidades en la comunidad a la cual se deben. Cada empresa tiene sus características que la hacen distinta de las otras, por tanto, la organización interna diferirá más o menos dependiendo de su actividad, finalidad, tamaño, entre otras.

Por su parte, Quirant & Ortega (2006) y González (2005) plantean que las organizaciones empresariales se ven envueltas en estos tiempos, en un entorno que cambia constantemente, siendo necesario adaptarse a él, bajo pena de desaparecer del mercado. La situación es altamente compleja ya que cuando se refieren a entornos cambiantes no hacen solo alusión a lo político, económico, social sino también a las expectativas de los trabajadores. Por ello, las fuerzas impulsoras del cambio pueden venir tanto de afuera como de adentro de la organización.

Los escenarios inciertos, llenos de riesgos y cambios constantes, dominan los procesos de transformación social que se vive en el mundo de hoy, y estos procesos determinan las trayectorias vitales de las personas. Subbirat (2006) señala que, en las dos últimas décadas, la sociedad ha asumido una nueva visión de la política social dejando atrás la visión clásica de bienestar. Esta reestructuración, inicio hacia 1985 y se intensificó hacia la década de 1990, presentándose como un proceso complejo y multidimensional. Esta gran cantidad

de cambios estructurales, sitúan a las políticas sociales frente a la emergente posibilidad de un cambio sustancial de estrategia. Estos cambios han llevado a que las organizaciones estén incorporando un modelo de talento humano centrado principalmente en la participación directa e procesos centrales como por ejemplo la toma de decisiones las cuales tienen una pertinencia directa en el futuro de la empresa misma.

Es por ello que se debe comenzar con una planeación estratégica renovada, esta planeación acentúa la relevancia del medio ambiente interno, frente a la importancia que se le ha venido dando a la parte externa, representado en producto, mercado y tecnología. Es por ello que, para el logro y mantenimiento del éxito organizacional, la parte interna es lo que exige a pensar en la magnitud del compromiso de todas las áreas (Ekos, 2015).

Por su parte Alzate (2014) menciona que el éxito organizacional depende de la capacidad organizacional; por lo tanto, se ha propuesto una agenda de compromisos del área de talento humano en organizaciones cambiantes en tiempos de incertidumbre, la cual incluye los cambios demográficos de la fuerza laboral junto con su impacto, y los conocimientos y habilidades, para enfrentar las condiciones del medio ambiente externo.

Crear un sentido de pertenencia por parte del personal de la organización, mejora la relación con los clientes. Debido a la poca estabilidad laboral de las organizaciones, las organizaciones deben fortalecer las relaciones interpersonales y el trabajo de equipo, ofrecer más y mejores oportunidades de desarrollo, y promover el cambio para atender las dificultades. En el mismo orden de ideas fomentar la unidad interna a través de propósitos, compromisos y valores compartidos, generar una visión estratégica renovada en apoyo a las etapas de formulación, ejecución y evaluación del plan. Por último, ejercer el liderazgo es fundamental a fin de ejecutar todos los aspectos de la agenda.

Universia (2017) presenta un informe en el que señalan las tendencias en esta nueva era organizacional. El informe habla sobre la aceleración con la que se dan los cambios en materia de capital humano, lo que está obligando a las organizaciones a realizar cambios profundos en los procesos de reclutamiento y está modificando la forma de gerenciar las empresas los procesos de capacitación, liderazgo y la definición del trabajo en sí mismo. Estos cambios obligan a anular los paradigmas que hasta ahora se han manejado y colocar en el centro el rol que las empresas tienen dentro de la sociedad y sus aportes. Universia (2017)

identifica nueve áreas que son las más importantes para orientar los esfuerzos organizacionales en los procesos de adaptación tanto a los cambios como a los desafíos del talento humano.

- Las organizaciones del futuro. En esta área se hace referencia a que la era digital ejerce una fuerza sobre las organizaciones forzándolas a ingeniárselas para adaptarse de la manera más rápida posible, esto demanda un aprendizaje organizacional rápido.
- Aprendizaje en tiempo real. El nuevo escenario les exige a las empresas el mantenimiento del aprendizaje continuo, a través del cual el personal logre desarrollar habilidades, de manera rápida, constante y oportuna. Señalándose en esta segunda área la importancia de colaborar con los trabajadores para que se desarrollen como profesionales de alta competencia.
- Reclutamiento de profesionales. Así como las habilidades y los trabajos cambian, reclutar a los profesionales adecuados se ha vuelto un aspecto clave. La adquisición de talento se ubica en tercer lugar en lo referente a las prioridades de las organizaciones. Es por ello que las empresas se ven en la necesidad de implementar redes sociales, datos analíticos y herramientas para captar personal capacitado. Las nuevas tecnologías en el Siglo XXI, sin duda están transformando las formas de reclutar personal.
- La importancia de la experiencia del empleado. Las empresas están gestionando que la experiencia del empleado sea la mejor, como elemento de competitividad, por lo tanto, uno de los principales pasos es el estudio de las necesidades, así como el análisis de su rendimiento, como indicador de medición de la experiencia del trabajador. Con esta experiencia se da un reacomodo del escenario laboral y de los sistemas que fomentan la productividad, lo que lo convierte en aspectos de suma importancia para los profesionales del área de talento humano.
- Cambios en la gestión del desempeño, en esta área se hace énfasis a como durante los últimos años las compañías han puesto la lupa en todos los aspectos de sus programas de gestión del desempeño, por ejemplo, el establecimiento de metas, evaluación, incentivos y recompensas, y han marcado como eje central el *feedback* constante y el coaching. Es por ello que ya las etapas de prueba están quedando a un lado, dando paso a la fase de implementación de estos cambios, debido a que los nuevos modelos en la gestión de desempeño están probando que funcionan llevando de forma directa y segura a la mejora de la productividad.

- Disrupción del liderazgo. Aquí es importante tener en cuenta la búsqueda cada vez más constante de talentos jóvenes/líderes que aporten ideas renovadoras al ya conocido modelo de liderazgo, teniendo como una característica relevante la capacidad de captar la “manera digital” de hacer negocios.
- Transformación digital en Recursos Humanos. Los líderes de RRHH están cada vez más obligados a asumir el rol de llevar las empresas hacia el terreno digital de forma integral y no solo usar algunas tecnologías digitales, de forma muy puntual, por lo tanto, hay que realizar cambios, en los que la inclusión de la tecnología permita modificar estructuras de trabajo.
- Diversidad e inclusión, lo nuevo es como la justicia, la equidad y la inclusión se incorporan como temas no solo importantes, si no medulares, para los líderes organizacionales de todo el mundo. Sin embargo, la capacitación y la educación no está funcionando lo suficientemente bien para lograr una verdadera diversidad e inclusión. Es por ello que se hace necesario aumentar los esfuerzos en la educación, con el objetivo de impulsar la diversidad a través de toda la comunidad que integra el negocio, desde la misión organizacional, la elaboración de objetivos y perfiles de cargo, lo que llevaría a impregnar la cultura de toda la organización.
- El trabajo del futuro. En esta área se hace alusión a como las organizaciones deben apoyarse en *freelancers*, quienes son especialistas en distintos ámbitos laborales y comunidades. De igual forma se hacen relevantes la inteligencia artificial o la robótica como apoyo al desarrollo de los procesos.

3.2 Resultados de investigación

El talento humano es considerado como una verdadera ventaja competitiva, que supone una labor de concientización y la decisión organizacional de lograr el fortalecimiento de la dimensión humana, para responder a los nuevos retos de internacionalización y globalización, Bonnet (2010). Para la gerencia colombiana, uno de los mayores retos es fortalecer la dimensión humana, Bonnet (2010), al respecto un sondeo de opinión realizado por el programa de alta gerencia del ICESI muestra que la gerencia de la región está captando el talento humano más capacitado con miras a contar con la dirección acertada.

Gestionar lo humano tiene como objetivo incrementar la productividad, la

competitividad y el éxito organizacional, definiendo su importancia no solo como un proceso, sino como el centro de la organización en sí misma. En la actualidad para apoyar este concepto se tiene en cuenta las teorías de diseño organizacional con las que relacionan el tamaño, diseño y cultura de la organización con el ser humano en el espacio laboral; por otro lado, también se tiene en cuenta teorías de psicología organizacional, las cuales aportan un análisis de los comportamientos que conlleven a visualizar la gestión humana como fuente competitiva, capaz de formar grandes líderes (Rodríguez Ponce, 2007).

Es interesante observar como ya no se considera al humano como un ente individual, ahora se habla de equipo de gestión de personas, un equipo multifuncional que cuenta con un líder. Chiavenato (2009) y González (2005) afirman que las personas deben ser socias de la organización, puesto que representan un elemento importante, para la supervivencia dado que dinamizan la energía para el logro de los objetivos.

Los líderes de hoy deben asumir todos estos cambios, es por ello que la interrogante es cómo deben ser los líderes del siglo XXI, qué características deben poseer para afrontar los cambios y coordinar los resultados en beneficio de la organización como un todo (Contreras, 2012) El Instituto Europeo de Postgrado (2013) señala que hay tres pilares en torno a los que se construye un buen líder: conseguir objetivos, hacer equipo y desarrollar colaboradores. Si se tiene en cuenta que liderazgo es un conjunto de habilidades y actitudes que posee una persona para dirigir a los demás, lo más importante es saber cuáles son esas habilidades/actitudes. E por esta razón que a continuación se hará mención a las 21 características que señala Maxwell (2000) y el Instituto Europeo de Postgrado (2013).

Basado en las 21 características que señala Maxwell (2000) y el Instituto Europeo de Postgrado (2013). un líder debe adecuar su estilo de dirección a cada momento y a cada persona, como guía debe conseguir que las personas hagan las cosas porque quieren y no porque deben, esto resalta la importancia de la motivación. Un líder escucha las sugerencias y no se conforma con mínimos, lo que lo lleva a hacer resonancia con el equipo con el objeto de encontrar mejores maneras de ayudar a conseguir las metas.

Es un ser reflexivo que no se maneja por impulsos siendo parte de su vida laboral la planificación estratégica. Su objetivo por tanto es la búsqueda permanente de la excelencia. Un líder tiene autoconfianza, separa emociones y

mantiene independencia de criterio. Sabe ser generoso, sobre todo en el fracaso, pues lo considera una oportunidad de aprendizaje y crecimiento para el equipo y para la organización.

En cuanto a la generosidad el líder debe aplicarla sobre todo cuando hay problemas, evitando culpar a terceros, más bien fomentar la responsabilidad, esto permite dar *feedback* en un proceso de mejora continua. El líder empresarial en la actualidad, tiene en sus manos una brújula que marca la dirección, es creativo, cuando es necesario hacerlo, innova lo establecido, cambia normas y formas tradicionales de hacer las cosas, y todo lo hace con los grupos de la empresa, dentro de una relación participativa, que rompe con lo autoritario. El líder está inmerso en la democracia participativa y en los procesos medioambientales y comunales.

Según Pedraja Rejas & Rodríguez Ponce (2008) un aspecto central que determina la influencia de los esfuerzos y el desempeño de un equipo de trabajo es la congruencia de valores entre el líder y los seguidores, esto repercute en el clima laboral y la satisfacción de los empleados, determinando su nivel de compromiso. Es importante tener en cuenta que la congruencia de valores como el grado en el cual los valores, las creencias y las metas de los miembros del equipo de toma de decisiones son similares es lo que se considera fuerte compromiso organizacional (Ronda Pupo, 2010). En este sentido, Reave (2005) realizó una revisión de 150 estudios encontrando que hay una consistencia entre los valores corporativos, tales como integridad, honestidad, humildad y, efectividad del liderazgo.

Por otro lado, los factores claves de los líderes del siglo 21, según los líderes ecuatorianos, son fundamentalmente los *valores*. Los valores los definen como la internalización de principios éticos que contribuyen al desarrollo del ser humano logrando su plenitud. Estos valores presentados por los líderes constituye un termómetro o indicador de una firme evolución de pensamiento en lo referente a la concepción de lo que significa liderar. La tendencia es clara, para los líderes no hay liderazgo moderno sin valores, y en este aspecto, la honestidad, es el más importante (Alarcón, 2012; Del Valle & Del Vasto, 2013).

Capponi (2006) presenta algunas características de índole psicológicas que debe tener todo líder empresarial entre ellas destacan:

- a) Inteligencia. Esta referida a la capacidad para abstraer, distinguir lo primario de lo secundario, así como la habilidad para verbalizar, todas estas variables con el objetivo de ser capaz de resolver problemas,

- proyectar y planificar. Con estas características el líder se anticipa a los escenarios y puede optimizar el uso de los recursos disponibles, minimizando el margen de error, mientras optimiza los procesos de eficiencia y productividad, dando las respuestas rápidas que en estos escenarios necesitan las organizaciones de hoy.
- b) Tolerancia a la incertidumbre. En la característica anterior referida a la capacidad intelectual y de abstracción se observa la importancia de anticipar, así como de familiarizarse en situaciones complejas, como acontece en el mundo de los negocios, antes de construir una respuesta adecuada a la situación en particular. Sin embargo, resulta interesante tomar en cuenta que el mismo hecho de que sea una situación problema, confusa y caótica exige del líder la capacidad de tolerancia emocional ante el desorden, así como ante la dificultad que puede haber para ponderar cada uno de los elementos.
 - c) Capacidad de hacer experiencia. Implica hacerse más sabio para enfrentar con respuestas asertivas, problemas complejos formados por una cantidad importante de elementos, entre los que destacan algunos que pueden ser difíciles de medir. Esto en ocasiones se torna complejo, pues está relacionado según Capponi (2006) con la posibilidad del líder de haber tenido en el pasado experiencias que le hayan entrenado en la capacidad para generar respuestas creativas y pertinentes, frente a situaciones que generaban estados de incertidumbre y confusión.
 - d) Capacidad de duelo realista. El líder conduce los proyectos de la manera más realista posible, esto debe ir relacionado con el conocimiento que pueda tener de las fuerzas con que se cuenta, así como con el reconocimiento de los propios límites, por ello debe poseer un acertado conocimiento de sus potencialidades y de las oportunidades de mejora. Las oportunidades de mejora pueden apalancarse en las fuerzas para conjugarse en un todo que lleve a la organización a evaluar los objetivos cumplidos y lo que falta por cumplir, sin expectativas idealizadas, manteniendo claro lo que es importante para el mercado.
 - e) Capacidad de reparación. Esta característica es importante al ser un elemento de satisfacción, que genera sentido de compromiso a largo plazo, así como tranquilidad y, por tanto, provoca en el líder una mejor disposición a la creatividad, esto implica que cada vez más debe ser entrenada, con el objetivo de crear y mantener estabilidad emocional en medio de las crisis.

- f) Contención de los subalternos. Esta característica, está relacionada con la inteligencia emocional y tiene que ver con la capacidad de contener el nivel de ansiedad que puedan experimentar los subalternos. Esta capacidad de contención es un rasgo importante en situaciones de crisis y cambios en la conducción de grupos de trabajo. En este tipo de situaciones la acción puede estar movilizada por la ansiedad, que es lo que bien gerenciada puede impulsar la búsqueda de soluciones a los problemas portadores de caos e incertidumbre.

Capponi (2006) por tanto señala como un aspecto de gran interés la estabilidad emocional que deben tener los líderes en esta época de cambios y presión. Esta estabilidad emocional comienza por la capacidad para ser consistente, coherente y solido en su identidad en contraposición al componente de difusión de identidad. La identidad es el grado de autenticidad y coherencia interna con que un sujeto lleva a cabo una tarea. Se construye a través de la experiencia, por lo tanto, pueden perfilar a cada líder, cuando esas características se han desarrollado de manera firme, estable, haciendo uso del conocimiento de sí mismo y de la habilidad para manejar emociones, dichas habilidades serán capaces de ser demostradas, sirviendo para el manejo de los diferentes roles que deba desempeñar en su actuación gerencial.

Así mismo, Capponi (2006) señala que el ciclo vital en que se encuentra el líder es decisivo para la característica de Contención, debido a que el estado emocional con frecuencia depende del momento del ciclo vital en que se encuentren las personas. Es sustancialmente diferente ejercer un trabajo, tomar decisiones y enfrentar un período de crisis cuando se está en la adultez joven, que cuando se ha llegado a la edad media de la vida.

En referencia a los vínculos que ha ido tejiendo el líder en su vida, puede decirse que le servirán como catalizadores de la estabilidad emocional, además van a depender de los vínculos nutritivos que haya construido a través de sus relaciones de pareja, la relación con los hijos, o con sus padres y amistades. De igual manera estos vínculos señalan el sentido dado a la crisis, el sentido que el líder le da al conflicto, al problema, o al accidente que está provocando la crisis en la empresa. Puede ocurrir incluso que algunos eventos accidentales que perturban el desarrollo de un determinado proyecto en una empresa, pueden activar en el líder experiencias anteriores frustrantes o de pérdidas, convirtiéndose en amplificadores emocionales del conflicto. Es por ello que, en los períodos de crisis, los distintos tipos de liderazgo existentes pueden contribuir a generar un

clima, capaz de favorecer el ejercicio de un rol empresarial estable y con las energías psicológicas puestas en la resolución de problemas.

Cardona & Rey (2009) entiende al liderazgo como un proceso de influencia en el cual los líderes influyen sobre sus seguidores. Los líderes asimismo resultan afectados, modificando sus conductas si perciben respuestas de apoyo o resistencia por parte de sus adeptos. Un líder tiene que ser por tanto un orientador, un emprendedor y fundamentalmente una persona que sepa cultivar valores. Por lo tanto, debe ser honesto, leal a sus principios y a los principios de la organización. Debe tener objetivos claros, comunicación transparente, y básicamente defender no solo su posición, sino la posición de la organización como tal Castro, Miquilena & Peley (2006), refieren que una de las funciones importantes del líder es ayudar a la gente de la organización a sentirse orgullosos y satisfechos con su trabajo. Consideran que los grandes líderes con frecuencia son fuente de inspiración para que sus seguidores traten de tener altos niveles de logro, una de las maneras de lograrlo es mostrándoles cómo ayuda su trabajo al alcance de los objetivos organizacionales. Como lo expresa Bennis (1998), es una motivación a través de algunas de las necesidades humanas como son la necesidad de crear diferencias, de sentirse útil, y por tanto de ser una parte valiosa de la empresa que vale la pena y que tiene relación directa con el éxito de la misma.

Barahona, Cabrera & Torres (2011) refieren que los nuevos paradigmas a los que se ven enfrentados los líderes en el presente siglo tienen que alternar con dos generaciones, en lo que se ha denominado “La era de la colaboración”, en donde el gran actor es el computador y el internet. Los llamados “nativos digitales”, son el primer actor, aparecen por vez primera registrados en el texto de Prensky (2006) en donde manifiesta que son todas aquellas personas que nacieron después de los años ochenta, que han crecido con internet y con los nuevos medios digitales en su radio de acción. Estas personas aprenden jugando, disfrutan de las bondades que les ofrece lo digital y son capaces de procesar gran cantidad de información a alta velocidad.

El segundo actor son aquellas personas nacidas antes de los años ochenta, que se han llamado los inmigrantes digitales, estas personas tratan de no quedarse atrás en la tecnología, en los procesos de innovación y creatividad que desarrollan los nuevos líderes de las empresas, sin embargo, se deben adaptar a los nuevos diseños organizacionales, para lograr trabajar en red. Con estos nuevos escenarios se hace necesario cambiar la forma de gerenciar y por tanto liderar las organizaciones del siglo XXI. Desde los inicios del siglo pasado el cambio en las

organizaciones ha sido cada vez más notable y crece a pasos agigantados. Estos cambios son el reflejo de la sociedad en sí misma, la cual también experimenta transformaciones importantes. Los cambios han sido generales desde las personas hasta las estructuras pasando por los procesos. Todo ha cambiado, las personas, las infraestructuras, el flujo de información, las posibilidades de comunicarse y de acceder a un conocimiento cada vez más amplio y compartido (Lupano & Castro, 2005).

La concepción sobre liderazgo se ha ido modificando, los cambios no son abruptos, están en proceso, lo que ha hecho posible, analizar como los líderes pueden dedicarse a trabajar en tres conceptos fundamentales para que la gestión: a) los nuevos diseños organizacionales, b) contratar el talento humano que se desea tener en las organizaciones: resaltando características como lealtad, confianza, valores, capacidad para convencer a otros; por último c) adaptación a las nuevas tecnologías que permiten el mercadeo relacional. Según Rojas & Rojas Aguado (2010), la Web 2.0 y las redes sociales se han ido filtrando gradualmente en muchos ámbitos de la esfera profesional específicamente en el ámbito de los recursos humanos, ha permitido ir cambiando la forma de buscar talento con fines laborales.

Todo lo anterior lleva a recordar lo expuesto por Chiavenato (2009), cuando comenta que a las personas se les debe visualizar como asociadas de las organizaciones. En esa calidad, son proveedoras de conocimientos, habilidades, competencias y, sobre todo, de la aportación más importante para las organizaciones: la inteligencia que presenta decisiones racionales e imprime significado y rumbo a los objetivos globales. En este sentido, las personas constituyen parte integral del capital intelectual de la organización.

Cetina, Ortega & Aguilar, (2010) refieren que el nuevo líder trata a las personas como seres humanos, dotados de personalidad y profundamente diferentes entre sí, cada uno con un historial personal particular, que le ha permitido tener un conjunto de conocimientos, habilidades y competencias indispensables para la organización. Así mismo son activadores de los recursos de la organización como elementos capaces de dotarla de talento que le permite la constante evolución y renovación llevándola a la competitividad en un mundo lleno de cambios y desafíos.

Ver a las personas del equipo de trabajo como asociadas, capaces de conducir a dicha organización al éxito, hace que estas mismas personas se vean

motivadas a invertir su tiempo y esfuerzo en pro de los objetivos comunes, esperando obtener a cambio una reinversión visualizada como salario, incentivos, crecimiento profesional, entre otros, lo que redundara en satisfacción. En la medida que el rendimiento sea bueno y sustentable, la tendencia será ciertamente hacia mantener aumentar la inversión.

Las Teorías actuales sobre liderazgo están basadas en las respuestas emocionales de sus seguidores al trabajo relacionado el cual está determinado por la autoestima, confianza y seguridad en los líderes, así como resaltan la importancia de los valores de los seguidores y la motivación de éstos para desempeñarse más allá del deber, lo anterior contrasta con las teorías tradicionales, este nuevo modelo de liderazgo describe por tanto a los líderes en términos de articulación y enfoque con la visión y misión organizacional, lo que permite crear y mantener una imagen positiva en las mentes de sus seguidores. (Cortes, Miquilena & Peley, 2006).

Por su parte Sainz (2000), considera que el estilo de liderazgo más frecuentes en situaciones de cambios y crisis es el transformacional, pues este tipo de liderazgo tiende a hacer explícita y mantener presente la visión y misión del equipo y de la organización. Establece expectativas que suponen retos y un mayor rendimiento. Facilita el desarrollo del potencial de cada trabajador con la finalidad de que pueda cumplir sus propios objetivos. Esto hace que mantengan un proceso de motivación que le permita a cada trabajador integrar los intereses personales con los de la organización.

Lo anterior lleva a las reflexiones de Daft (2006) cuando expone la teoría de la influencia, en la que resalta la cualidad carismática del líder frente a la posición de autoridad, siendo por tanto sus bases de las cualidades y su personalidad. Estas características son importantes pues permiten ver a un líder con confianza en sí mismo, que tiene una visión clara de las metas con un fuerte compromiso para cumplirlas además añaden la claridad y firmeza con las que son capaces de transmitir las a sus seguidores, poseyendo un tipo de comportamiento atípico con lo que habían sido los líderes tradicionales, convirtiéndose por tanto en agentes importantes de cambio.

Siguiendo los planteamientos de Chiavenato (2009) es importante considerar a las personas como elementos vivos y portadores de competencias esenciales para el éxito de la organización. Cualquier organización puede comprar máquinas y adquirir tecnologías; sin embargo, cuando una organización se orienta

hacia las personas, su filosofía global y su cultura organizacional reflejarán esa creencia.

De acuerdo a Bass (1985), los problemas, cambios, inseguridades, y organización flexible, necesitan líderes con visión, seguridad, y determinación que pueden movilizar a los subordinados para hacerse valer y unirse con entusiasmo en esfuerzos de equipo y metas organizativas compartidas. En un mundo cambiante, los líderes valiosos, serán aquellos que despierten las conciencias de los seguidores acerca de lo que están haciendo en beneficio de sí mismo y de los demás.

El liderazgo puede también relacionarse con el emprendimiento; al respecto, Zárate & Matviuk (2012) señalan que liderazgo y emprendimiento, pueden combinarse. Para ser un líder emprendedor, éste debe tener la suficiente capacidad de acompañamiento a sus seguidores lo que le permitirá descubrir las capacidades de éstos, convirtiéndose en un objetivo para los seguidores ya que les permite ser capaces de hacer uso de ellas en el momento en que lo requiera la organización; en concordancia con lo anterior, el líder emprendedor sabe cuáles son sus fortalezas, lo que lo lleva a facilitar la identificación y selección de oportunidades ambientales tanto internas como externas a la organización que la impulsen a la creación de nuevos negocios.

Por último, Mintzberg (2010) considera que no existe un líder que pueda adaptarse a todo, por el contrario, hay un líder de acuerdo con el momento, el contexto y la situación. En ese orden ha surgido el líder en la era de la colaboración, que enfrenta nuevos paradigmas con la era del internet. Hamel (2003) expone que es necesaria la reinención del líder y propone el trabajo en tres grandes áreas a saber, el innovar en el management, allí expone que lo importante es crear organizaciones flexibles, en las que las personas puedan realizarse. En este aspecto, González (2005) señala que el mayor reto de esta época de cambio es hacer que el talento humano agregue valor económico a la empresa.

La otra área es el desarrollo de nuevas capacidades, aquí la referencia es reinventarse a través de alternativas novedosas de hacer las cosas aprovechando las oportunidades para crear valor, en este sentido se hacen muy importantes las acciones tendientes a la colaboración masiva y La última área está relacionada con la energía, la actitud de la gente en este sentido apoyan la idea de la importancia de que el talento humano sienta pasión por lo que hace, para ello la competitividad de la empresa debe sustentarse en cuan competentes sean las personas o el personal de la empresa. Esto último tiene relación con decisiones

que la organización debe tomar en relación con la remuneración lo cual impacta en la imagen y en la calidad de la relación de todo el talento humano con sus clientes y/o proveedores.

Para cerrar hay que resaltar los postulados de Barahona, Cabrera & Torres (2011) cuando señalan que los conceptos de liderazgo han venido cambiando pues responden al cambio que han experimentado los seres humanos y las organizaciones en las cuales trabajan, lo que se sustenta en una nueva concepción del trabajo y del hombre mismo. Plantea igualmente que el trabajo de cada líder debe reflejar algunos conceptos base como son el encontrar nuevos diseños organizacionales, encontrar a la gente que se necesita o que se desea dentro de la organización para que inspiren con valores que trasciendan y que sean capaces de impregnar a otros con sus propuestas y por último adaptarnos a la tecnología como el medio que transforma la manera de hacer negocios en este Siglo XXI.

Conclusiones

Los líderes en este nuevo milenio, tienen que concentrar sus esfuerzos para gestionar con éxito el cambio y su adaptación, conjuntamente con todo el talento humano. Para ello, se hace necesario captar talento humano que acepten vivir en ambientes de incertidumbre o que estén dispuestos a ser preparados para ello. Actualmente el mundo vive momentos de incertidumbre por la pandemia global producto del COVID 19, que se ha convertido en detonador de la crisis económica y sanitaria de los países de América Latina trayendo consigo el cierre de la economía para hacer frente a la emergencia sanitaria con los devastadores resultados para el empleo, la productividad, la competitividad, el desarrollo sostenible y la vida de los seres humanos entre otros.

Ello implica que los líderes del Siglo XXI, deban aprovechar las oportunidades que se presentan en toda crisis, mediando con sus asociados, en la conformación de equipos de trabajo, lo que poco a poco conllevará a cambiar los modelos tradicionales de estructura organizacional. La tendencia en las arquitecturas de las organizaciones, será centrarse en estructuras más planas, con orientación al trabajo en redes, lo cual estará respaldado por los avances tecnológicos. La consecuencia que acompaña esta nueva forma de trabajar, necesariamente requiere de una mejor preparación del talento humano para hacer que las organizaciones actuales sean sostenibles en el tiempo.

Se resalta el trascendental papel que jugará el liderazgo en el Siglo XXI, con aquellas iniciativas de liderazgo que involucren valores y cuyo objetivo central

sea la búsqueda de competitividad y creación de valor para la organización, lo cual redundará en beneficios para sí mismo y para los *stakeholders*. De esta manera la organización garantizará la sostenibilidad con una estructura organizacional moderna capaz de entender los cambios en la tecnología y producir beneficios económicos para enfrentar las crisis y tener mayores probabilidades de éxito.

Como líderes, los nuevos diseños organizacionales, con el uso de la nueva tecnología promoverá desempeños rápidos, imaginativos y creativos convirtiendo a todas las personas de la organización en talento comprometido con la tarea que les corresponde desempeñar en todos los contextos. Todo lo expuesto hasta ahora dará lugar a un cambio de paradigma social en los líderes del Siglo XXI.

Referencias

- Alarcón F (2012). *Factores Claves del Éxito de los Líderes Ecuatorianos*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Alzate, C. (2014). *La motivación como principio esencial en el desempeño empresarial*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de: <http://www.repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11445/1/LA%20MOTIVACI%20COMO%20PRINCIPIO%20ESENCIAL%20EN%20EL%20DESEMPE%20EMPRESARIAL%20EFECTIVO.pdf> Consulta: 01/08/2018
- Barahona, H., Cabrera, D., & Torres, U. (2011). Los líderes del S. XXI. *Revista Entramado*, 7(2), 86-97.
- Bennis, W. (1998). *Cómo Llegar a ser Líder*. Colombia. Editorial Norma.
- Bonnet, L. (2010). La gerencia del talento humano en el siglo XXI. *Revista Publicaciones ICESI*, 7(48), 37-43.
- Cardona, P., & Rey, C. (2009). El liderazgo centrado en la misión. *Harvard Deusto business review*, 46-56.
- Capponi, R. (2006). El liderazgo empresarial en época de crisis. *Estudios Públicos*, 86, 315-333.
- Cetina, T., Ortega, I., & Aguilar, M. (2010). Habilidades directivas desde la percepción de los subordinados: Un enfoque relacional para el estudio del liderazgo. *Psicoperspectivas*, 9(1), 124-137.

- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano. (tercera edición)*. Mexico: Editorial Mac-GrawHill.
- Contreras, F. (2012). *Liderazgo para el siglo 21: Retos y Perspectivas. En I Congreso Internacional de Psicología, Investigación y Responsabilidad Social*. Colombia: Facultad de Psicología Universidad Pontificia Bolivariana.
- Daft, R. (2006). *La Experiencia del Liderazgo*. México. Editorial Learning.
- Deloitte University Press. (2016). Tendencias globales en capital humano. La nueva organización. Un diseño diferente. Obtenido de https://www.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pa/Documents/human-capital/2016_PA_CapitalHumanoTrends_Esp.pdf. Consulta: 01/02/2018
- Del Valle & Del Vasto (2013). *Axiología y Liderazgo para el siglo XXI, en el Ejercicio de la Gerencia Moderna*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- González, R. (2005). *Creando valor con la gente. Un modelo para generar ventaja competitiva*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Hamel, G. (2003) *En busca de la capacidad de adaptación*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Instituto Europeo de Postgrado. (2013). Liderazgo. Características de un Líder. Obtenido de: http://campusiep.com/recursos/extra/recursos_aula/programa-habilidades/Motivacion_liderazgo/contenido/liderazgo_caracteristicas.pdf. Consulta: 01/02/2018.
- Lupano & Castro (2005). Estudios sobre el liderazgo. Teoría y evaluación. *Psicodebate 6, Psicología, Cultura y Sociedad*, 107-122.
- Maxwell, J. (2000). Las 21 cualidades indispensables de un líder. Obtenido de: <http://mendillo.info/Desarrollo.Personal/Cualidades.de.un.lider.pdf>. Consulta: 04/02/2018.
- Mintzberg, H. (2010). *Managing*. Bogotá: Editorial Norma.
- Pedraja Rejas, L., & Rodríguez Ponce, E. (2008). Estudio comparativo de la influencia del estilo de liderazgo y la congruencia de valores en la eficacia de empresas privadas e instituciones públicas. *Interciencia*, 33(1), 8-13.

- Pérez J. (1998). *Liderazgo y ética en la dirección de empresas. La nueva empresa del siglo XXI. Primera Edición*. Bilbao: Ediciones Deusto
- Ronda Pupo, G. A. (2010). Los valores compartidos, una herramienta para legitimar la implementación de la Dirección Estratégica en nuestras empresas. Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/valores_compartidos,_una_herramienta_estrategica.pdf.
- Quirant, A., & Ortega, A. (2006). El cambio organizacional. La importancia del factor humano para lograr el éxito del proceso de cambio. *Revista Empresa*, 18, 50-63.
- Reave, L. (2005). Spiritual values and practices related to leadership effectiveness. *The leadership quarterly*, 16(5), 655-687.
- Rodríguez Ponce, E. (2007). Estilos de liderazgo, toma de decisiones estratégicas y eficacia: Un estudio empírico en pequeñas y medianas empresas. *Interciencia*, 32(8), 522-528.
- Rojas, P., & Rojas Aguado, P. (2010). *Reclutamiento y selección 2.0: La nueva forma de encontrar talento*. España: Editorial UOC.
- Saiz, M. (2000) Clave para analizar el liderazgo en las organizaciones. Obtenido de: <http://www.canalwork.com/directivos/liderazgo/tipos.html>.
- Universia (2017). Las 10 tendencias de capital humano. Obtenido de <http://www.noticias.universia.com.ar/practicas-empleo/noticia/2017/05/31/1152946/10-tendencias-capital-humano-2017.html>.
- Urcola, J. (2010). *Dirigir personas: Fondo y Formas. 6ta edición*. España: Editorial Esic.
- Zárate, R., & Matviuk, S. (2012). Liderazgo y Emprendimiento Innovador en Nuevas Empresas de Base Tecnológica. Un Estudio de Casos Basado en un Enfoque de Gestión del Conocimiento. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(1), 5-50.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 9, 2020. p.p. 236-252
ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
La escuela de Frankfurt y el círculo de Viena, una mirada a la historia y un paralelismo
con Venezuela, el país de las migraciones en Latinoamérica
Freddy Abelardo Calderon Orduz

La escuela de Frankfurt y el círculo de Viena, una mirada a la historia y un paralelismo con Venezuela, el país de las migraciones en Latinoamérica*

The Frankfurt School and the Vienna Circle, a look at history and a
parallel with Venezuela, the country of migration in Latin America

Recibido: Mayo 07 de 2019 - Evaluado: Agosto 08 de 2019 - Aceptado: Noviembre 13 de 2019

Freddy Abelardo Calderon Orduz**

Para citar este artículo / To cite this Article

Calderon Orduz, F. A. (Enero-Junio de 2020). La escuela de Frankfurt y el círculo de Viena, una mirada a la historia y un paralelismo con Venezuela, el país de las migraciones en Latinoamérica. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (236-252).

Resumen

La filosofía ha jugado un papel importante en la conformación de la historia humana, su influencia en la forma de pensar ocasionó cambios paradigmáticos y dogmáticos en la historia, generando importantes avances en la ciencia y la tecnología, pero también cambios de modelos y sistemas políticos y económicos. Las diversas corrientes de pensamiento filosófico han permitido la conformación de movimientos filosóficos como el Círculo de Viena y la Escuela de Frankfurt. Por otro lado, el pensamiento filosófico ha moldeado ideologías políticas que a la

* Artículo inédito. Artículo de investigación. Proyecto vinculado a Doctorado en Educación de la UPEL (Venezuela).

** Ingeniero de Sistemas, Especialista en Gestión de Proyectos Informáticos, Magister en Dirección de Proyectos, Aspirante a Doctor en Ciencias de la Educación, Calderón Orduz, Freddy Abelardo, Docente Universitario – Líder de Certificación Académica, Universidad Francisco de Paula Santander, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Email: facalderon@sena.edu.co.

postre han conformado sistemas o modelos políticos y económicos. El propósito de este escrito es establecer una relación entre los movimientos filosóficos mencionados y la situación actual colombo – venezolana, para ello se desarrollará una descripción de ambos movimientos para luego realizar la vinculación con ambos países, por medio de un análisis hermenéutico apoyado en una investigación de naturaleza cualitativa. El análisis de la teoría permitió evidenciar las realidades que se manifiestan en cada país, en donde Venezuela por ejemplo atraviesa por una situación social y económica convulsionada que ha obligado a millones de habitantes a emigrar del país. Se concluye que tanto la Teoría Crítica como el Círculo de Viena nacieron en periodos complejos, espacios de guerra y confrontación por discriminación, persecuciones marcadas por políticos represores y fascistas, una situación en magnitud distinta, pero con daños similares a los vividos en la actualidad en Venezuela y su grave crisis de migración.

Palabras Clave: Escuela de Frankfurt, Círculo de Viena, Migraciones

Abstract

Philosophy has played an important role in shaping human history, its influence on the way of thinking caused paradigmatic and dogmatic changes in history, generating important advances in science and technology, but also changes in models and political systems and economic. The various currents of philosophical thought have allowed the formation of philosophical movements such as the Vienna Circle and the Frankfurt School. On the other hand, philosophical thought has shaped political ideologies that have ultimately shaped political and economic systems or models. The purpose of this writing is to establish a relationship between the aforementioned philosophical movements and the current Colombian-Venezuelan situation. To do this, a description of both movements will be developed and then the link with both countries will be carried out, through a hermeneutic analysis supported by research. qualitative in nature. The analysis of the theory allowed to show the realities that are manifested in each country, where Venezuela, for example, is going through a convulsed social and economic situation that has forced millions of inhabitants to emigrate from the country. It is concluded that both the Critical Theory and the Vienna Circle were born in complex periods, spaces of war and confrontation due to discrimination, persecutions marked by repressive and fascist politicians, a situation of different magnitude but with damages similar to those experienced in Venezuela today. and its serious migration crisis.

Key words: Frankfurt School, Vienna Circle, Migrations

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. – II. Metodología. III. – Plan de redacción. – 1. La escuela de Frankfurt. - 2. El círculo de Viena. - - 3. Resultados de investigación. - CONCLUSIONES. – REFERENCIAS.

Introducción

Desde el siglo XX en Alemania, se encuentra la necesidad de observar detalladamente e investigar la crisis cultural vivida en la segunda mitad del siglo XIX debido a la dialéctica de Hegel y su filosofía del mundo moderno que se resume en conformar una tesis sobre un tema determinado, su oposición sobre la misma, y un choque entre ambas posturas, y al final, una conclusión o solución a los aportes realizados. Pero, su gran diferencia ante los demás teóricos, era el pensar que todo puede ser y no ser al mismo tiempo, y que el sujeto debe tener una identidad, todo debe ser definido para resolver qué significa. Su relación entre la razón y la realidad es lo que hace que, en Frankfurt, Alemania, varios pensadores filosóficos, sociólogos, jurídicos y políticos construyeran un lugar, y este fuera el más influyente desde 1993, año de su fundación. Todos enfrentándose a planteamientos de los norteamericanos.

Así como se crea la más grande escuela de pensadores del siglo, aun al límite de la República Checa y Alemania del Norte, se seguía pensando en llevar y transmitir información al mundo sobre cada una de las áreas conocimiento. Un grupo de jóvenes estudiados en universidades prestigiosas, adoptan como hobbies tomar un café los viernes por la noche y compartir temas como matemáticas, física y ciencias social; sin embargo, mayores intereses le daban a la filosofía de la ciencia desde el positivismo de Ernest Mach, físico y filósofo austríaco, que motivaba a sus estudiantes con sus cátedras en la universidad, y ellos solo pensaban en despertar un interés en los problemas que surgen de las diversas ramas de la ciencia.

En el presente escrito se tendrán presentes estos dos encuentros en donde nace la magia de descubrir más sobre lo que el mundo puede ofrecernos a través del conocimiento y acercarlo a una realidad que intenta sobrellevar sus avances y crisis como lo es el contexto colombo- venezolano que ha inundado los pensamientos e incertidumbres de lo que será el futuro de una gran frontera.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Existe relación entre los movimientos filosóficos del Círculo de Viena y la Escuela de Frankfurt con lo que sucede en la actualidad entre Venezuela y Colombia, y con el fenómeno de migración masiva de personas desde Venezuela a Colombia?

2. Metodología

Por tratarse de un estudio netamente teórico, en donde se analiza la información justamente a partir de aportes teóricos de diversos autores, se entiende que es un estudio de naturaleza cualitativa; sobre la investigación cualitativa Strauss & Corbin (2002) señalan que es aquella que “produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos u otros medios de cuantificación. Puede tratarse de investigaciones sobre la vida de la gente, las experiencias vividas, los comportamientos, emociones y sentimientos...” (p. 11), es de destacar que la investigación cualitativa tiene la particularidad que se puede basar en diferentes métodos para su desarrollo.

En ese orden de ideas, para el desarrollo del estudio, así como el análisis de la información teórica, se empleó el método de la hermenéutica, sobre éste particular Álvarez & Jurgenson (2003) señalan que se trata de “la teoría y la práctica de la interpretación y tiene un largo desarrollo histórico” (p. 80), entonces a través de este método se pueden realizar interpretaciones sobre diversos temas, partiendo simplemente de elementos teóricos.

3. Esquema de resolución

3.1 La escuela de Frankfurt

La escuela de Frankfurt aparece desde la República de Weimar en Alemania hasta la llegada de Hitler al poder, como una opción para poder explicar la sociedad; un grupo de filósofos quería crear un instituto de investigación social desde una perspectiva marxista, y con sus influencias tanto políticas como sociales esto hasta el día de hoy ha servido para poder hacer análisis sobre la sociedad capitalista y la cultura que se vive en pleno siglo XX. La escuela de Frankfurt surge debido a varios acontecimientos anteriores de críticas sobre lo que es el modernismo, tomaron como guía se ha críticos de la modernidad como lo fue Rousseau ya que su crítica es considerada desde una posición de “asombro bur-

gués”; los fundadores de la escuela de Frankfurt fueron los filósofos: Theodor Adorno, Walter Benjamín, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Félix Weil, Friedrich Pollock, Leo Lowenthal, Gersom Scholem y Erick From, esta escuela fue fundada en Frankfurt, que en aquel momento era una de las ciudades de Europa con más activos focos culturales. (Moya, 2012).

El pensamiento o la filosofía de la escuela de Frankfurt tuvo una continuidad en la generación de Jürgen Habermas, Axel Honneth y Claus Offe. Se distinguían primordiales que son a saber de ella altamente racionalizada. Es muy importante destacar que Alemania se estaba sometiendo a grandes cambios políticos, y esto especialmente por la toma del poder del Nazismo y, esto como el ejemplo más puntual de la modernidad. La postura del instituto al ser promovido por una burguesía. La escuela de Frankfurt se fundó con dos grandes contradicciones, por un lado, estaba ideado para criticar al capitalismo, esto estaba a cargo de Felix Weil, quien lo financio con fondos familiares para poder teorizar y derrumbar el sistema que le había dado sus riquezas, por otro lado los fundadores de la escuela venían de familias judías de la burguesía alta, que en un comienzo se habría revelado contra la clase social a la que pertenecían sus padres Benjamín había denunciado a estas contradicciones; los marxistas sin un partido, y socialistas dependientes de un dinero capitalista, eran beneficiarios de la sociedad de la cual ellos pretendían luchar en contra (Briceño, 2010).

Tocqueville fue otro crítico de la modernidad quien ponía en cuestión que dicha modernidad dejara la posibilidad los fundamentos de la libertad que tiene el ser humano (Bórquez Bustos, 2006) Marx es un analista de la modernidad que afirma por medio del método dialectico y como el poder lo tomaría el proletariado evaporando la vida moderna, esto es algo que retomaría las perspectivas posteriores por la escuela de Frankfurt, ya que la modernidad tenía en sus etapas condiciones diferentes a las que ya se habrían observado por Marx; y especialmente cuando lograron que el proletariado compartiera su pensamiento burgués por medio de otras formas de dominación. (Marcuse, 1993).

La Escuela de Frankfurt amparaba las posibilidades de crear un pensamiento que pudiese cuestionar la profundidad que tenían las tendencias totalitarias, que crearan conductas para dominar al ser humano, la apuesta a la creación de la teoría crítica apuntaba a la recuperación del rumbo de la humanidad, que lo que buscaba era poder introducir la razón en el mundo (Sánchez, 1998: 19). Entonces el pensamiento social era más bien visto como una cuestión no solamente teórica sino también la dimensión de la praxis social y de praxis social en

su capacidad transformadora y emancipadora En análisis crítico de la ilustración La historia de los miembros de la escuela de Frankfurt hizo que se provocara un giro en su pensamiento; la barbarie sistematizada y racionalizada hizo que ellos perdieran la confianza en la capacidad que tenía el hombre y principalmente de la razón para poder construir sociedades justas y a su vez igualitarias. Los filósofos de la ilustración pensaban que los grandes problemas de la humanidad podrían ser solucionados cuando la misma fuera capaz de aplicar la razón en todos los ámbitos de su vida. Cuando el ser humano fuera capaz de aplicar la razón a todas las esferas de su vida, su fe en el progreso del ser humano es gracias a la razón “divina”, repleta de místicos. El no triunfo de la razón instrumental es claramente una de las ideas centrales de la ilustración y de la Dialéctica de (Horkheimer & Adorno, 2013) ellos se mostraron profundamente críticos, al igual que escépticos con la capacidad racional de ser humano.

La crítica, surge siempre con el mínimo objetivo “otra sociedad es posible”. Solo con el paso en que el pensamiento es crítico, también en la misma medida puede ser reflexivo. Solo viviendo de la injusticia misma se puede llegar a lograr modificarla, evolucionarla, disminuyendo así la “dicotomía teoría-práctica”. Ya que un “pensamiento materialista y práctico no es una pura especulación teórica, sino una actividad de tipo practico que contribuye también al progreso de la sociedad”.

Esta investigación se acoge a la concepción de Parkin (2009), para quien el mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. El mercado también es el ambiente social o virtual que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

En una economía de mercado, los mercados de bienes y servicios son los que determinan qué producir y, los factores dan respuesta a los problemas de cómo y para quién producir. El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado. El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que

ninguno de ellos es capaz de modificar el precio por sí solo. Desde el punto de vista del mercadeo, Kotler (2006) señala que el mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta. Todos los integrantes del mercado deberían reunir tres características a saber: deseo, renta y posibilidad de acceder al producto. Así, el concepto de mercado está muy relacionando al de demanda y del consumidor, para un correcto entendimiento se deben estudiar los tres términos en conjunto.

El principio básico sobre el que se basa una economía de mercado es la Ley de Oferta y Demanda, que refleja la relación que existe entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida de ese producto teniendo en cuenta el precio al que se vende el producto. Así, según el precio que haya en el mercado de un bien, los oferentes están dispuestos a fabricar un número determinado de ese bien. Al igual que los demandantes están dispuestos a comprar un número determinado de ese bien, dependiendo del precio. El punto donde existe un equilibrio porque los demandantes están dispuestos a comprar las mismas unidades que los oferentes quieren fabricar, por el mismo precio, se llama equilibrio de mercado o punto de equilibrio. Según esta teoría, la Ley de la Demanda establece que, manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad demandada de un bien disminuye cuando el precio de ese bien aumenta. Por el otro lado, la ley de la Oferta indica que, manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando lo hace su precio.

Siguiendo lo planteado por McConnell & Brue (1997), el mercado laboral es el conjunto de relaciones entre empleadores y personas que buscan trabajo remunerado. En este mercado el oferente es aquel que busca trabajar y para ello “se ofrece”. El demandante sería aquel que busca trabajadores. Del grado de equilibrio entre estas dos variables se derivan una serie de consecuencias que determinarán las características del mercado en ese momento y su posible evolución. Salarios, horas de trabajo, beneficios laborales, profesiones, habilidades y destrezas son elementos de intercambio en el mercado laboral. El mercado de trabajo tiene gran importancia para la sociedad. Su mal funcionamiento puede afectar negativamente al crecimiento económico y al empleo de un país. La demanda de trabajo es derivada de la demanda de bienes y servicios, porque cuando una empresa vende quiere producir más, para ello, querrá contratar trabajadores. Por tanto, si no hay producción, no habrá más trabajadores que puedan ofertar su empleo. No hay mejor manera de expresar esta relación, que la dada por Chiavenato (2007)

“el mercado de recursos humanos funciona como espejo del mercado de trabajo, mientras en uno hay oferta, en el otro hay demanda y viceversa”.

3.2 El círculo de Viena

Se afirma que la filosofía de la ciencia nace con especificidades propias, personalizada, en tiempo de guerras, partiendo de la estructuración en los años veinte, desde que en 1929 pasó a ser el Círculo de Viena, su posterior consolidación fue tras la llegada a Estados Unidos de los filósofos principales de la ciencia de Centroeuropa. Unos de los miembros del Círculo de Viena fueron Herbert Feigl y Friedrich Waismann, a este grupo también pertenecieron miembros de otras especialidades. En el Círculo de Viena gobernaban diferencias y múltiples matices, su ideas en el transcurso del tiempo fueron transformadas por medio del intercambio, la crítica y la autocrítica, los escritos de los miembros eran considerados como una expresión provisoria en algunos casos, (Lorezano, 2002) como “la p.e. en la centralidad asignada a la teoría de la constitución del Aufbau de Carnap” –, sobre alguno de los pensamientos de ellos y especialmente en lo que era denominado “ala izquierda” del Círculo. Por esto el estilo de la estructura de los escritos, se asemejan más bien a lo que se conoce como manifiestos vanguardistas plásticos y literarios, tan habituales en la primera mitad del siglo XX.

Según Lorezano (2002) en el año 1922 se hizo el llamado a Moritz Schlick a Viena. Su ocupación encajaba perfectamente con el desarrollo histórico con la atmosfera científica de Viena. Moritz Schlick, físico de profesión, estimuló una nueva vida, con el legado que ya había empezado como físico, despertando una nueva vida según la tradición que habían empezado Mach y Boltzmann y, de alguna manera, la había continuado Adoln Stöhr, quien tenía ciertas inclinaciones por la metafísica.

De acuerdo con Lorezano (2002), los miembros del Círculo de Viena estuvieron sucesivamente en Viena (Stöhr, Mach, Boltzmann y Schlick), Praga (Mach, Einstein y Frank). Con el pasar de los años, se creó entorno a Schlick, un Círculo en la cual sus miembros habían decidido unir los diferentes esfuerzos en busca de direccionar una concepción más científica del mundo. A través de esta concentración se produjo una fructífera estimulación mutua. En magnitud que existe hasta el día de hoy publicaciones de ellos en la medida en que, ninguno de ellos, eran llamados como “filósofos puros”, sino más bien, todo habían trabajado desde algún ámbito científico en particular. Cada uno de ellos provenía de diferentes ramas de la ciencia y también de diferentes posturas filosóficas.

Con el pasar de los años apareció una gran unidad, la cual orientó la científica: “lo que se puede decir [en lo absoluto], se puede decir claramente” (Wittgenstein, 1922); en la desigualdad de ideas es finalmente posible, y desde allí, que se exijan acuerdos. Cada vez fue más evidente el objetivo común del Círculo de Viena, que no era solamente obtener una posición libre sobre la anti- metafísica. De acuerdo con Lorenzo (2002) se reconoció el acuerdo notable con respecto a las cuestiones de vida, aunque estos temas no figuraban en primer plano de la mesa de discusión del Círculo. No obstante, estas actitudes lograban tener una afinidad más estrecha.

John Locke hace otro aporte significativo y algo extremista al concepto de empirismo, en el que directamente se relaciona con el ateísmo, pues afirma que los objetos existen sólo si se puede ver o palpar. Este es un concepto que se contrapone a aquello que las religiones denominan “fe”, cuando profesan que no deben ver a “Dios” para poder sentirlo.

3.3 Resultados de investigación

Las distintas posturas académicas a través del tiempo y los múltiples pensamientos permiten dar interpretaciones a sucesos complejos y dolorosos, uno de los casos es Venezuela, país que para el año 2018 vive su tercera gran migración, en un periodo histórico que se ha connotado a través de los diferentes medios de comunicación como una verdadera tragedia, ocasionada por la praxis de políticas de gobierno poco acertadas en materia de bienestar social.

Para entrar en materia argumentativa, es fundamental contextualizar los aspectos históricos de la Escuela de Frankfurt, según expertos sociólogos, esta escuela nace en 1923, en un acontecer político en crisis, luego de la Primera Guerra Mundial. Esos sucesos rodeados de personajes cuestionados por sus ataques crueles de asesinatos por aspectos de superioridad racial, situación que ha quedado marcada como una forma imperdonable de lo malévolo y ambicioso que puede llegar a ser las personas; parece que aquí la racionalidad se pierde.

Durante interiorización personal he tratado de planear como enlazar lo antiguo con lo moderno, en este caso el comparar la situación actual que vive Venezuela frente a las dos guerras mundiales, sin duda, son muy distanciadas y diferenciadas, pero son convergentes en aspectos que tienen que ver con la dignidad humana, parece que aquí no importa. Y en esa comparación, es necesario decir que los frankfurtianos eran enemigos del Estado, pues eran vistos como una

amenaza para Hitler, así como lo es la oposición venezolana para el presidente de Venezuela, Nicolás Maduro.

Así como en Alemania se vivió el temor de los críticos, también en Rusia con el endurecimiento del comunismo con el mando de Stalin, una dictadura como la de nuestro hermano país, desde lo opresor, las formas son distintas. En esa época se atropellaron todas las libertades, en Venezuela se hace, en especial la relacionada con los derechos a informar y a ser informados, los medios de comunicación son la ficha de atención para ese Estado, agentes de violación de la libertad de prensa, todo lo que les estorbe y signifique un peligro es silenciado de inmediato. Los rusos vivían bajo el dominio militar, el régimen policial era un arma agresiva del Estado, Venezuela lo reencarna con semejantes medidas grotescas de imposición, los gases lacrimógenos, agua a altas presiones, muertes anónimas y múltiples disparos, las dos naciones similares en sus hechos pese a las diferencias de acontecimientos en sus fechas.

Italia no se puede quedar por fuera de estas líneas, el Fascismo de Mussolini, quien llegó al poder en 1922, un verdadero populista de la época, un represor, un totalitarista como los ya mencionados, pensar en él y querer buscar una cara parecida en Latinoamérica por sus actitudes sería el fallecido Chávez, un hombre que fue visto como un verdadero héroe, el salvador, el gigante del discurso, un hombre inteligente que logró que Venezuela fuese renombrada, pero del que brotaron mañosos y poco cuerdos, Maduro es lo opuesto, sí, no logra llegar ni al 10,00% de lo que sí era su todopoderoso. Mussolini y ahora Chávez, verdaderos populistas.

Con la llegada la guerra fría, las alianzas surgieron, desde allí se connotaron el capitalismo y el comunismo, un poco el matiz de ahora entre Venezuela y Colombia, dos países marcados por la conjugación de la cultura, hermanos que se han sostenido a través de los años, con discusiones frecuentes, uniones y desuniones que los diferencian. Por un lado, una Colombia capitalista, de aparente actitud neoliberal, por el otro Venezuela, un país con perfiles comunistas, pensado en la colectividad y sostenimiento desde el Estado, ese que controla los recursos y, además, instruye fuertemente. Asimismo, se puede puntualizar que Colombia y Venezuela son dos países con alianzas distintas, Colombia con apoyo de Estados Unidos y, Venezuela teniendo a Cuba como su mayor aliado, ambos odiados por los Estados Unidos, quien ha interferido abusivamente y ha roto la soberanía de muchos países desde la Primera Guerra Mundial.

El neocapitalismo, representó un gran avance para Europa, fue un modelo en el que se luchó por condiciones dignas de trabajo, en el estado de bienestar y en el “consumismo” como modo de existencia social; mientras que, en Latinoamérica, los modelos políticos y económicos se estructuraron en función de la imitación del modelo de los Estados Unidos, hechos que significaron degradación, pérdida de la identidad, a lo que los comunicadores sociales denominaron como hibridación cultural.

El consumo instaurado desde los medios de comunicación, las mentiras impuestas desde la radio y los periódicos oportunistas, con posturas de apoyo bélico y político marcado, parecido a lo que en nuestros días se vive con las grandes cadenas radiales y de televisión en Venezuela y otros países latinoamericanos, ponen en la agenda diaria las exageraciones y distorsión de la realidad; medios de comunicación que para el sistema de gobierno de Venezuela se han convertido en el verdadero enemigo, debido a que se encargan de exponer las penas y amarguras por las que pasan los habitantes de esa zona, elementos que se terminan transformando en procesos migratorios complejos, esos que según los medios de comunicación reconocidos como El País de España (2018), afirma que la crisis migratoria supera los 2.3 millones de personas desde el año 2014, caos que ha significado para los presidentes de la región sur del continente y algunos otros del centro un desespero, nadie parece tener la solución. De esa cruel necesidad es la que se han alimentado los medios de comunicación.

Volviendo a la Escuela de Frankfurt, ellos siempre reflexionaron sobre los diversos sucesos, sobre la burguesía capitalista, desde el marxismo. Sobre la sociedad de consumo y los procesos de pérdida de identidad; unos verdaderos intelectuales. Las investigaciones de la Escuela de Frankfurt pasaron de los estudios marxistas a la interdisciplinariedad, eso permitió a la escuela una mayor gama de interpretaciones. También, se incorporaron a la escuela los reconocidos científicos Adorno y Marcuse, ellos instauraron la famosa “teoría crítica”, términos casi no aplicados en Venezuela, por miedo instaurado o por idiotez cultural, son medianamente formados, la mayoría de personas fueron acostumbradas al facilismo, esas son frases comunes en plazas públicas y parques por parte de los ciudadanos comunes: los venezolanos están como están porque todo se lo daban, no saben trabajar, es un ejemplo de las frases que se escuchan. Esas afirmaciones pueden ser exageradas y discriminatorias, pero no son tan alejadas de la realidad.

Los integrantes de la Escuela de Frankfurt fueron esenciales en la consolidación de la teoría crítica, Fromm y Marcuse incluyeron el psicoanálisis, impor-

tante para los movimientos de los años 60. Habermas es el representante más significativo en la segunda etapa de la Escuela de Frankfurt, luego del fallecimiento de Adorno y Horkheimer.

Volviendo a Venezuela, hay que resaltar que allí son extremadamente creyentes, lo místico les atrae, no propiamente lo relacionado con el cristianismo, al contrario, les atrae la masonería y rituales de brujerías e invocación, todos productos de aspectos culturales que obedecen desde la lógica académica a la teoría tradicional, la cual es el resultado de los arraigos y el asignarle a lo no comprobable la responsabilidad de lo que ocurre dentro de los fenómenos naturales. Desde la teoría crítica que se ataca a la tradicional, los frankfurtianos la entienden así: “Teoría tradicional aquella que considera que la ciencia es un saber objetivo y neutral, guiado por la búsqueda desinteresada de la verdad. Tal es la posición del positivismo. Sin embargo, según la escuela de Frankfurt, la posición positivista es una ideología al servicio del poder establecido y legitima las distintas formas de dominación del ser humano. La razón positivista, la teoría tradicional es considerada una razón instrumental que se centra en los medios y no en los fines, convirtiendo al ser humano en un medio”.

Por otra parte, es necesario hablar del Círculo de Viena, este nació en 1922, creado por Johan Craidoff y Moritz Schlick, su intencionalidad consiste en saber lo que es ciencia y lo que no lo es. Para ellos la filosofía era una disciplina integrada a la lógica. Es fundamental decir que el Círculo de Viena es el precursor del positivismo lógico, lo que conocemos como neopositivismo. El grupo se disolvió debido a las presiones políticas. Sus miembros se refugiaron en otros países, mayoritariamente en Estados Unidos, nada distinto al tema de la oposición en Venezuela, muchos de los fuertes contradictores de Maduro buscan refugio en otros territorios, Colombia es uno de esos destinos de defensa.

El Círculo de Viena se divide en dos aspectos, la teoría de la verdad de Aristóteles y el empirismo, la primera de ella implica el decir las cosas como son, eso significa poseer un discurso verdadero. En la actualidad implica ser coherente entre lo que se dice y lo que se hace, algo que no va en concordancia en el discurso de los mandatarios, en especial en el de Venezuela, sus discursos de avance y fuerza dicen una cosa distinta a la realidad. Se muestra como un presidente democrático y pacifista, pero en realidad, es un opresor.

En el caso del empirismo, se dice que la única fuente de conocimiento es la experiencia sensible, surge la pregunta, qué tan sensibles pueden ser los ciudada-

nos colombianos con los venezolanos, a veces la xenofobia es el pan de cada día, y más en zona de frontera. La misma pregunta se puede hacer en el caso de los dirigentes del hermano país, parece que no poseen sensibilidad, sus sentimientos están mayoritariamente ligados a la obsesión por el poder, sin importar el número de atropellos que puedan cometer.

Al adentrarse en Venezuela, sale a colación un artículo de opinión del reconocido medio de comunicación CNN, publicado el 19 de enero de 2016 el cual se titula: “5 razones por las que Venezuela está en crisis económica”, el primer aspecto que se menciona tiene que ver con la caída del petróleo: “La economía de Venezuela depende principalmente en el petróleo. La salud financiera del país se encontraba en excelente condición cuando el precio del barril del crudo era de 100 dólares, entre 2013 y 2014”. El grave problema que se evidenció y que se veía venir debido a la dependencia económica a este recurso, pudo tener grandes momentos sostenibles, pero la caída de los precios afectó considerablemente. La caída es tan amplia que ha llegado a estar por debajo de los 20 dólares, situación que ha puesto en aprietos sus ingresos.

El segundo aspecto tiene que ver con una moneda que no vale nada, cuesta menos que un centavo de dólar: “La mayoría de los venezolanos intercambian bolívares y dólares bajo un sistema de cambio no oficial porque el régimen de Maduro ha creado un sistema confuso que involucra tres intercambios oficiales de moneda: dos para diferentes tipos de importaciones y una para los venezolanos ordinarios”. Ese aspecto es complejo, lo comprenden en gran medida los economistas. Tanto cambio y formas de pago hacen de Venezuela un verdadero caos.

Un tercer aspecto tiene que ver con la lucha por el poder, de hecho CNN en español (2016) reseña que “Maduro designó a nuevos integrantes del Tribunal Supremo de Justicia justo antes de que los nuevos legisladores tomaran protesta. Los nuevos ministros podrían echar abajo las leyes de la oposición, creando una lucha de poderes. En cualquier caso, la inestabilidad política nunca es buenas noticias para la economía y los problemas por el poder solo se empeorarán este año” (s. p.). Eso fue en el 2016, han pasado dos años y la situación es la misma, todo gira alrededor de fuerzas políticas que repercuten en máximas tensiones y decisiones acaloradas.

Un cuarto aspecto tiene que ver con una suspensión de pagos, el mismo portal de CNN en español (ob. cit.) agrega que “la única cosa que puede prevenir esta situación es que los precios del petróleo aumenten pronto o si uno de los

pocos aliados de Venezuela -China, Rusia o Irán- ayudara al gobierno. Ambas opciones parecer ser poco probables por ahora”. Las circunstancias internacionales son determinantes para el rumbo de Venezuela, los niveles de dependencia son gigantes, ningún país puede ser autónomo por más que parezca.

El quinto y último aspecto tiene que ver con la crisis alimentaria, por su parte el portal de CNN en español (ob. cit.) afirma que “los venezolanos son los que más recientes los problemas económicos. El gobierno no puede pagar para importar artículos comestibles como la leche, harina y huevos, lo que ha provocado que muchos estantes de los supermercados se encuentren vacíos. Apenas en 2015, McDonalds en Venezuela se quedó sin papas fritas. La falta de alimentos en Venezuela, así como las largas filas para obtener comida, son un gran problema para la inestabilidad social en la nación sudamericana”. Ese ha sido el caso más doloroso, la ausencia de alimentos afectó a las empresas y también a gran parte de los venezolanos, aguantar hambre es un acto cruel e inhumano, violatorio de derechos y no es algo que se le debe desear a una nación.

Conclusiones

Concluyo diciendo que los seres humanos somos cuestionadores, algunos más críticos que otros, en esencia curiosos y posesivos. La sociedad necesita replantear sus interpretaciones del mundo, de la realidad que viven día a día y de las necesidades diarias, esas que están envueltas de indiferencia, corrupción y masacres. Las diferentes teorías sociales han posibilitado la interpretación simbólica y de los fenómenos que pueden comprenderse desde las perspectivas establecidas a través de la historia. Una de las teorías más importantes para los comunicadores y para los sociólogos en general es la teoría crítica establecida en la Escuela de Frankfurt.

La escuela de Frankfurt existe desde 1930 en Alemania, en donde se tienen pensamientos similares, los teóricos de la escuela de Frankfurt recurrieron a los métodos críticos de Karl Marx y Simon Freud. Por otra parte, existe el Círculo de Viena, fue un encuentro de científicos reunidos en Viena, Australia, movimiento que se ocupaba de la lógica de la ciencia, en la que se determinaba desde la filosofía lo que era ciencia y no. Su posición filosófica se llamó empirismo lógico, sus temas fueron debates entre ciencias sociales, naturales y la lógica matemática, la unificación de un nuevo espíritu científico.

Los temas de discusión pasaron de las matemáticas al debate por aspectos políticos, el Círculo de Viena desde 1929 se centró en exponer al mudo la génesis

y la posesión filosófica del grupo. Tanto la Teoría crítica como el círculo de Viena nacieron en periodos complejos, espacios de guerra y confrontación por discriminación, persecuciones marcadas por políticos represores y fascistas, una situación en magnitud distinta pero con daños similares a los vividos en la actualidad en Venezuela y su grave crisis de migración y hambre, además del abuso del poder para perpetuar una ideología llena de vacíos y engaños como lo es el chavismo, ideología que ha perdido poder desde el fallecimiento del reconocido presidente Hugo Chávez Frías que en su vida posicionó a Venezuela y le dio el renombre internacional del que gozó en sus mejores épocas.

Referencias

- Alanís de la Vega, C. E. (2018). La Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt alcances y limitaciones metodológicas. Un diálogo con el pensamiento descolonial. *Teorías y Metodologías de las Ciencias Sociales*, XVII, 99-116.
- Alcocer Cruz, D. G. (2013). De la escuela de Frankfurt a la recepción activa. *Comunicación y Derechos Humanos*, 81. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/37_Alcocer_V81.pdf.
- Álvarez, J., & Jurgenson, G. (2003). *¿Cómo Hacer Investigación Cualitativa?, Fundamentos y Metodología. 1ra Edición*. México: Editorial Paidós.
- Anon, (2018). Las bases de la filosofía. Obtenido de <http://lasbasesdelafilosofia.blogspot.com/p/circulo-de-viena.html>.
- Araujo, C. I., & Medina, C. G. (2014). Acerca de la polémica Neurath-Horkheimer: ciencia y política. *Diánoia*, 59(72), 113-129.
- Atencia, J. M. (1991). Positivismo y neopositivismo. *Anales del Seminario de Metafísica*, 25, 143-154.
- Briceño Linares, Y. (2010). La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 16(3), 55-71.
- Carnap, H. H. (1995). La concepción científica del mundo: el Círculo de Viena. Centro de estudios de filosofía analítica. Obtenido de <http://www.vienayyo.com/wp-content/uploads/2011/10/manifiesto.pdf>.
- CNN en Español. (2016). *5 Razones por las que Venezuela está en Crisis Económica*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2016/01/19/5-razones-por-las-que-venezuela-esta-en-crisis-economica/> [Consulta: 2020, Julio 06]

- Concatti, G. E. (2009). La primera escuela de Frankfurt. Una crítica a la cultura occidental para revisar y reflexionar. *Kairos*, 13(24), 1-14.
- Coronado Padilla, J. A., & Lukomski Jurczynski, A. (2015). Escuelas filosóficas y científicas como referentes para pensar las escuelas de pensamiento de la Universidad de La Salle. *Revista de la Universidad de La Salle*, 67, 171-214.
- Díaz, A. (s. f.). *La Escuela de Frankfurt: El Destino Trágico de la Razón*. Obtenido de www.difusioncultural.uam.mx/revista/abr2005/palacio.pdf.
- El País de España (2018). *La Migración Venezolana desborda a los Gobiernos de América Latina*. Obtenido de https://elpais.com/internacional/2018/08/24/america/1535132953_486611.html.
- Entel, A. (2005). Escuela de frankfurt: razón, arte y libertad. En V. G. Lenarduzzi, *escuela de Frankfurt: razón, arte y libertad* (pp. 204). Argentina: Editorial Universidad de Buenos Aires.
- Eslava Zapata, R., Prada Torres, O., Chacón Guerrero, E., & Gonzalez Júnior, H. A. (2018). Tratamiento informativo del discurso diplomático en torno al conflicto colombo venezolano. *Aldea Mundo*, 23(45), 37-48.
- Gabás, R. (2000). Escuela de Frankfurt. *Éndoxa: Series Filosóficas*, 12, 187-22.
- Galafassi, G. (2002). La Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt y la Crisis de la Idea de Razón en la Modernidad. *Contribuciones desde Coatepec*, 2, 4-21.
- García Menéndez, J. R. (1996). Razón analítica y lógica popperiana en ciencias sociales. *Desarrollo y Sociedad*, 38, 173-197.
- Hechano, J. (s.f.). Hegel y la Escuela de Frankfurt: la pérdida del individuo. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/ASEM/article/viewFile/ASEM8181110155A/18354>.
- Horkheimer, M. (2003). *Teoría Crítica. 1ra Edición*. Argentina: Amorrortu Editores.
- Jaramillo, J. M. (1989). El "Tractatus" y el Círculo de Viena". *Universitas Philosophica*, 13, 31-41.
- Katz, M. (2010). Círculo de Viena. Obtenido de <http://www.rlabato.com/isp/qui/epistemo-009.pdf>.
- Leyva, G. (1999). Max Horkheimer y los orígenes de la teoría crítica. *Sociológica*, 14(40), 65-87.

- Lorenzano, P. (2002). *Presentación de la Concepción Científica del Mundo: El Círculo de Viena*. Obtenido de <https://plorenzano.files.wordpress.com/2008/12/la-concepcion-cientifica-del-mundo-el-circulo-de-viena-redes-18.pdf>.
- Lorenzano, P. (2011). La teorización filosófica sobre la ciencia en el siglo XX (y lo que va del XXI). *Discusiones Filosóficas*, 12(19), 131 – 154.
- Massé Narváez, C. (2003). De la lógica de la investigación a la lógica como objeto. Un esbozo de las cuestiones centrales del Racionalismo Crítico de K. Popper. *Revista de Antropología Experimental*, 3, 1-26.
- Nápoles, M., & Stadler, F. (2015). El círculo de Viena. Empirismo lógico, ciencia, cultura y política. *Ideas y Valores*, 64(159), 271-274.
- Palacio, A. (2003). La Escuela de Frankfurt: El destino trágico de la razón. 8P. Obtenido de <http://www.uam.mx/difusion/revista/abr2005/palacio.pdf>.
- Posada Haddad, M. E., Triana Sánchez, M. R., & Panizo Cardona, C. A. (2019). Impacto de la crisis migratoria venezolana en los colegios públicos el municipio de Cúcuta. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 4(7). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/409/382>.
- Prada Torres, O., Eslava Zapata, R., Chacón Guerrero, E., & Gonzalez Júnior, H. A. (2019). Gestión editorial: tratamiento de la información periodística. *Sapientia Organizacional*, 6(11), 200 – 219.
- Schäbel, M. (2016-2017). La importancia de la escuela de Frankfurt para una nueva lectura de Marx. *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, 8(9), 333-347.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y Procedimientos para Desarrollar la Teoría Fundamentada*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Villena, D. (s. f.). *El Círculo de Viena. Una Nota Histórica*. Obtenido de http://cesfia.org.pe/villena/circulo_de_viena.pdf.
- Zambrano Miranda, M. D. J., & Ramírez Zambrano, J. R., (2017). La discusión alrededor de la desigualdad como base para el progreso. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 2(4), 148-171.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 9, 2020. p.p. 253-270
ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones

Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta
Arellys Rojas Flórez
Nazly Constanza Real Capacho

Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta*

Women's fashion: an opportunity to boost the clothing industry in
the city of Cúcuta

Recibido: Mayo 15 de 2019 - Evaluado: Agosto 18 de 2019 - Aceptado: Noviembre 27 de 2019

Arellys Rojas Flórez **

Nazly Constanza Real Capacho ***

Para citar este artículo / To cite this Article

Rojas Flórez, A., & Real Capacho, N. C. (Enero-Junio de 2020). Moda femenina: oportunidad para dinamizar la industria de la confección en la ciudad de Cúcuta. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), (253-270).

Resumen

El sector de las confecciones es uno de los motores económicos de la ciudad de Cúcuta que han sobrevivido al estancamiento empresarial de la ciudad. Su potencial es tal que la Cámara de Comercio ha priorizado la participación de Norte de Santander en una feria especializada (Colombia moda) que reúne empresas de la cadena de producción del sector, también proyecta la Cámara de Comercio impulsar la innovación en las técnicas de producción de la industria de la confección. Este artículo tiene por objetivo encontrar mecanismos que aporten al desarrollo y crecimiento del sector de la confección femenino en la ciudad de Cúcuta.

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto vinculado a la línea de investigación en Economía y Desarrollo Empresarial, Grupo de Investigación de Administración y Mipymes (GRAMY) de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

** Profesora de la Universidad de Pamplona. Email: arelys.rojas@unipamplona.edu.co.

*** Profesora de la Universidad de Pamplona. Email: arelys.rojas@unipamplona.edu.co.

Con el uso de encuestas se recopiló información de distribuidores, consumidores finales que en este caso son mujeres, y diseñadores/fabricantes con el objetivo de establecer factores que inciden en las dinámicas del mercado de ropa femenina en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander. Los resultados sugieren encontrar una identidad que permita hacer crecer la industria de confección textil femenina en Cúcuta; asimismo, los hallazgos sirven de insumo para la formulación de recomendaciones que impulsen la industria de la confección de la ciudad y amplíen su mercado a través de la innovación.

Palabras Clave: Confección, Industria, Innovación, Cúcuta, Economía

Abstract

The garment sector is one of the economic engines of the city of Cúcuta that have survived the city's business stagnation. Its potential is such that the Chamber of Commerce has prioritized the participation of Norte de Santander in a specialized fair (Colombia moda) that brings together companies in the production chain of the sector, the Chamber of Commerce also plans to promote innovation in production techniques of the garment industry. This article aims to find mechanisms that contribute to the development and growth of the female clothing sector in the city of Cúcuta. With the use of surveys, information is collected from distributors, final consumers who in this case are women, and designers/manufacturers with the aim of establishing factors that influence the dynamics of the women's clothing market in the city of Cúcuta, Norte de Santander. The results suggest finding an identity that will allow the women's clothing industry in Cúcuta to grow; the findings also serve as input for the formulation of recommendations to boost the city's clothing industry and expand its market through innovation.

Key words: Clothing, Industry, Innovation, Cúcuta, Economy

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. III. - Plan de redacción. - 1. Estado del arte. - 2. Resultados de investigación. - 2.1 Relación entre oferta y demanda en el sector confección. - 2.2 Perspectiva empresarial del sector confección. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Este artículo tiene por objetivo encontrar mecanismos que aporten al desarrollo y crecimiento del sector de la confección femenina en la ciudad de Cúcuta. En busca de generar una visión de mercado con identidad propia en la moda femenina, se abordarán temáticas de estudio e investigación como *merchandising*, y *marketing*, oferta y demanda, tipos de mercados, participación de mercado, clúster de mercado e incidencia y conceptos de la moda, que permitirá generar un impacto más cercano con la comunidad femenina y los productores o distribuidores de la misma. En los resultados se permite visualizar desde tres perspectivas (proveedor, distribuidor, cliente) la importancia de armonizar y encontrar una identidad que permita hacer crecer la industria de confección textil femenina en Cúcuta.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Qué mecanismos favorecen el desarrollo y crecimiento del sector de la confección femenina en la ciudad de Cúcuta?

2. Metodología

La siguiente investigación es de carácter descriptivo y cualitativo que busca identificar la dinámica de la moda femenina en el contexto de la industria retail en Cúcuta constituidas o reconocidas por la cámara de comercio de la ciudad de Cúcuta. Inicialmente se hizo una revisión documental a fin de recolectar información (Arrázola, Valdiris & Bedoya, 2017). Lombana et al. (2018) hace referencia a la importancia de recopilar información de diversas fuentes secundarias para conocer la naturaleza del problema.

Por su parte, Rodríguez & Suárez (2017) y Beltran & Feliciano (2017) explican que el uso de encuestas y entrevistas permiten identificar factores intrínsecos del comercio de la moda femenina en la ciudad de Cúcuta. A partir de los datos recopilados se pueden deducir los elementos que permiten dinamizar la industria de la moda femenina en la ciudad de Cúcuta.

La población de estudio son los proveedores y distribuidores de moda femenina en la ciudad de Cúcuta de la ciudad de Cúcuta. Y la muestra viene dada por un muestreo de aleatorio simple y su cálculo se realiza de acuerdo con la fórmula para población infinita:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

Donde:

Z= nivel de confianza para este caso 95,00% y corresponde a 1,96.

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,50.

q=probabilidad de fracaso 0,50.

d= precisión (error máximo admisible en términos de proporción. 10,00%

n= tamaño de la población.

El resultado es sería entonces:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.10^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,4 = 97$$

Por lo cual, la muestra estaría representada por 33 mujeres, 32 diseñadores y 32 distribuidores.

3. Plan de redacción

3.1 Estado del arte

Mora (2018) en su tesis de maestría en historia de las Américas de la Universidad Católica de Andrés Bello, define la moda como una herramienta útil para entender procesos socioculturales de mayor alcance, la relación existente entre la producción-distribución-consumo de mercancías y la reafirmación y/o cambio de referencias en cuanto a lo estético, cuestión vital a los procesos de construcción identitaria. También cabe destacar la importancia del servicio al cliente desde la experiencia de Llano Restrepo (2018).

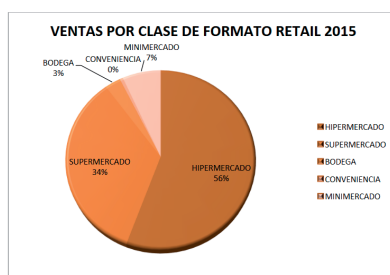
En el estudio además se analizan las condiciones económicas y políticas que posibilitaron la penetración, expansión y consolidación de empresas del sector retail en el contexto latinoamericano (Mosquera & Reyes, 2014).

Como referente internacional se encuentra el trabajo de Cisneros Arata (2017), quien resalta como el comercio minorista contribuye a poner los productos al alcance de los consumidores, ofreciendo variedad en el surtido a niveles

de calidad y precio, permitiendo que la oferta se adapte a la necesidad de los consumidores.

Por otra parte, en el trabajo de la especialización de alta gerencia de la Universidad Militar Nueva Granada realizado por Cruz (2016), la distribución del sector retail en los diferentes formatos de comercio se aprecia en la figura 1, La cual permite identificar que el mercado de mayor cercanía con el consumidor final tiene potencial para penetrar en el mercado retail en Colombia siempre y cuando compita con la calidad, variedad y precios de los productos de los hipermercados.

Figura 1. Distribución retail en los diferentes formatos de comercio



Fuente: Tomado de Cruz (2016: 20).

Además del análisis del sector retail la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) manifiesta que:

De esta manera, la tendencia a la homogenización entre las marcas de fábrica y las marcas propias en términos de calidad he generado que la competencia entre las mismas haya dejado de orientarse exclusivamente en el enfoque precio y se traduzca en un enfoque de calidad lo cual tiende incrementar la sensibilidad cruzada al precio entre las dos modalidades de producción” (Delegatura de Protección de la Competencia 2012: 4).

Garcia Sierra & Bonilla Caicedo (2019) realizó un estudio de factibilidad para la creación de una productora y comercializadora de bolsos en la ciudad de Cúcuta haciendo un análisis de como la industria manufacturera de Norte de Santander aporta al PIB nacional en un 11,50% y al departamental en un 6,00%. A pesar de que el estudio se enfoca en productos derivados del cuero, es bien sabido que la ciudad posee un alto número de pymes dedicadas a la fabricación de *jeans*,

camisas, zapatos y demás productos del sector moda que se venden por fuera del mismo departamento.

Wesner Manrique & Giraldo Jaramillo (2019: 10) define la economía naranja como “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”. Con esa premisa, entonces la creación de marcas o patentes son clasificadas como actividades naranja (DANE) y las iniciativas productivas con esta categoría son priorizadas por el PND 2018-2022 incentivando a las pymes a generar industria, empleo y dinamizar la economía local y nacional.

Estas iniciativas se pueden financiar a través de los “bonos naranja” (Wesner Manrique & Giraldo Jaramillo, 2019) y a cargo de Bancoldex quien a la fecha ha financiado \$400.000 millones de pesos en proyectos enmarcados por la economía naranja.

Según Barbosa Chaustre, Cárdenas, Iscala Laureano & Velazquez Carrascal (2018) en su estudio analizaron el concepto de moda sostenible, y su aplicación en la industria retail. El método aplicado fue descriptivo y cualitativo; en este sentido, Barbosa Chaustre et al. (2018) concluyen que la aplicación de medidas eco-amigables es una necesidad de cambio para reducir la contaminación, producto de la cadena de producción de textiles; a pesar del interés de los fabricantes es un proceso con tendencia a largo plazo, debido al desconocimiento en procesos de implementación. Este estudio determina el índice de aceptación al uso de eco textiles, que si bien, no hay conocimientos suficientes para su aplicación, es propicio para la formulación de iniciativas y proyectos de innovación que pueden ser financiados en el marco de la economía naranja y dinamizar el sector retail de la ciudad.

La Cámara de Comercio de Cúcuta realizó un estudio en el que identificó que para el 2017 la producción destinada para el exterior era del 1,20% con principales compradores como Venezuela, Guatemala y México; en el territorio nacional las ventas cubrían un 34,80% y, a nivel local un 64,90%. Para el año 2018 diez empresas exportaban 90,00% de su producción a mercados internacionales con la ayuda de CORPOMODA, con lo cual, queda en evidencia que el sector de confecciones le apuesta a conquistar más mercados externos (La Opinión, 2018). En otro trabajo, la Cámara de Comercio de Cúcuta, CORPOMODA y pro Colombia identifican que la moda femenina es una oportunidad de dinamizar la

industria textil en Cúcuta que logre cautivar escenarios internacionales.

En el ensayo titulado “el sector textil en Colombia: ¿cómo ser más competitivos?” realizado por Campos Tavera (2014) en la Especialización en Gerencia de Comercio Internacional de la Universidad Militar Nueva Granada, se realizó un análisis de cómo ha sido el desarrollo del sector textil colombiano y su comportamiento en momentos de crisis económica y Tratados de Libre Comercio (TLC); los resultados permiten concluir que:

Se encuentra actualmente en un proceso de modernización pues pese a que algunas empresas ya han adquirido la infraestructura y los bienes de capital de alta tecnología, continúa siendo obsoleta comparada con la alta tecnología que existe para la productividad del sector a nivel mundial (Campos Tavera, 2014: 20).

La importancia de este documento para este trabajo es la conclusión, dado que, si bien no existe una guía exacta para dinamizar el sector textil a nivel mundial es importante crear una cultura de sentido de pertenencia con las necesidades locales y mundial del mercado, así como la innovación en la cadena de producción.

En el trabajo de grado “Efectividad de las metas propuestas por el estado en el ODS 8 trabajo decente y crecimiento económico en el sector textil para la generación de empleo” para obtener el título de Profesional en Marketing y Logística. La metodología empleada fue un estudio descriptivo y método de estudio de caso. Los resultados permiten concluir que aún no se evidencian programas para el desarrollo de métodos que impulsen el sector textil que permitan, generación de empleo ya que esta industria es una de las que contribuyen a la ocupación laboral disminuyendo los índices de desempleo, asimismo, se requiere más apoyo por parte del gobierno y se reconoce que se está realizando una inversión al ODS 8 del Presupuesto General de la Nación (PGN), aunque no directamente al sector textil, sino a la economía en general. (Garzón Laguna, 2019).

Observando la importancia de todas estas investigaciones conectadas directa o indirectamente con el tema en estudio, la economía es el factor influyente que traza la línea en el mejoramiento o busca del mismo para el crecimiento empresarial, desarrollo cultural y financiero en cualquier sector o área de la vida misma. Estos estudios permiten entender que el surgimiento de nuevos formatos o actividades de negocio han seleccionado y sectorizado aún más las clases socia-

les, generalizando su comportamiento de compra, gustos entre otros. Así mismo se comprende que la moda es una tendencia que varía a través de los tiempos, evoluciona a las exigencias de un público y sigue siendo la herramienta más útil de entender los procesos socioculturales, encontrar identidades, fortalecer economía, destacándose en la generación de empleo y contribuyendo al desarrollo económico.

3.2 Resultados de investigación

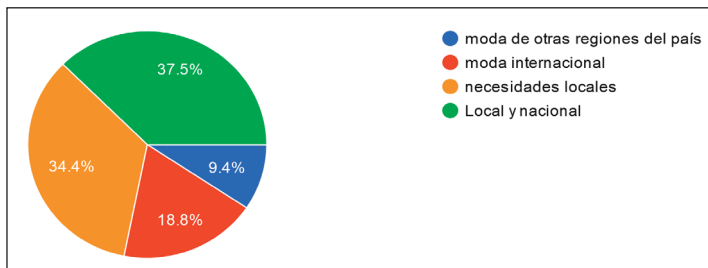
Producto de la aplicación de las encuestas se obtuvieron datos que permitieron tener la perspectiva de diferentes actores del sector confección de la ciudad de Cúcuta frente al mercado. A continuación, se presentan análisis a correlación en los resultados obtenidos.

3.2.1 Relación entre oferta y demanda en el sector confección

Relación diseño-consumo

De acuerdo a los datos recogidos en la figura 2 se puede observar diversidad de las influencias en factores de diseño que son tenidos en cuenta por los diseñadores de ropa consultados, lo que permite mayor versatilidad en la oferta de mercancías en el mercado de la ciudad.

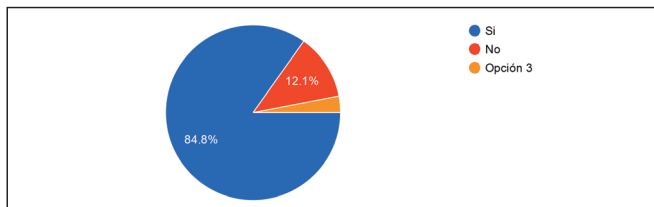
Figura 2. *Influencia de los diseños*



Fuente: Elaboración propia.

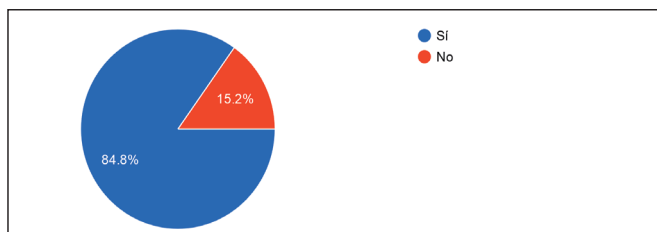
De acuerdo a los datos de las figuras 3 y 4, se deduce que, como consecuencia de la diversificación de los factores de diseño, existe un alto grado de satisfacción con los productos por parte de las mujeres.

Figura 3. *Se sienten identificadas con las prendas de vestir que ofrece el mercado*



Fuente: Elaboración propia.

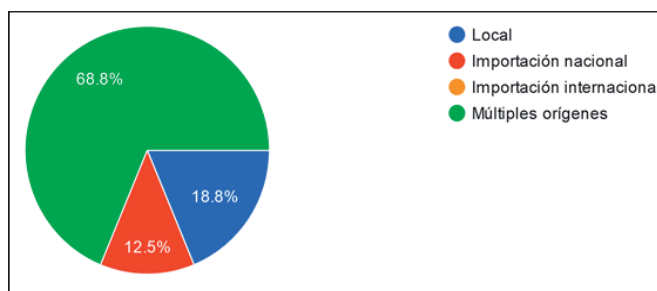
Figura 4. *La oferta de prendas de vestir responde a la cultura y necesidad de región nortesantandereana*



Fuente: Elaboración propia.

El comercio de ropa en la ciudad oferta productos de manufactura local y nacional de acuerdo a la figura 5, también se puede ver que existe un 18,80% de distribuidores dedicados de manera exclusiva a la comercialización de productos locales, frente a un 12,50% de productos nacionales.

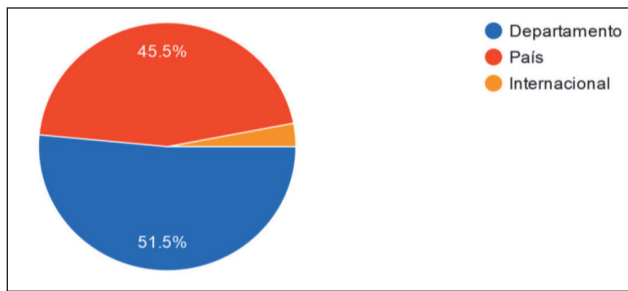
Figura 5. *Las prendas que distribuye son de qué manufactura*



Fuente: Elaboración propia.

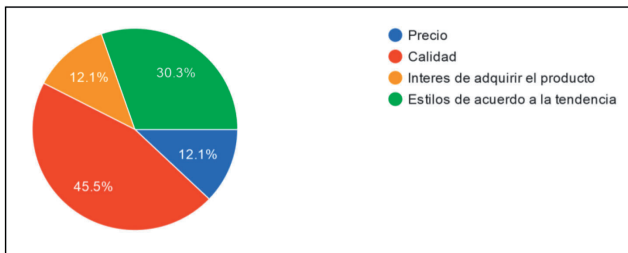
Desde el consumidor final se identifica la tendencia por comprar productos de marca local (figura 6). Asimismo, aumentar el aporte de productos locales en el mercado de las confecciones en la ciudad es probable siempre y cuando se cumplan con los que a criterio de las compradoras son los principales factores a la hora de comprar ropa la calidad del producto y la oferta de productos de acuerdo a las tendencias de moda (figura 7).

Figura 6. *Prefiere comprar ropas de marca*



Fuente: Elaboración propia.

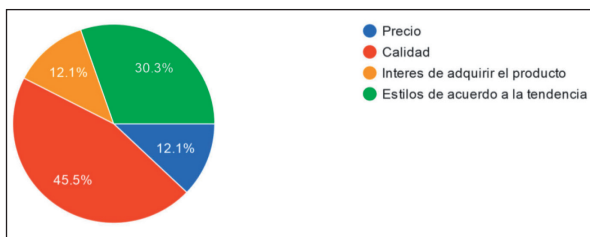
Figura 7. *¿Qué factor tiene mayor ponderación al momento de comprar ropa?*



Fuente: Elaboración propia.

La calidad de los productos no representa obstáculo en el mercado de ropa hecha en Cúcuta por parte de los consumidores finales (figura 8). También se comprueba que el precio no se pondera la misma magnitud, se asume valorando la cadena de producción para la oferta de un producto de alta calidad.

Figura 8. *¿Calidad de la ropa hecha en la ciudad de Cúcuta*



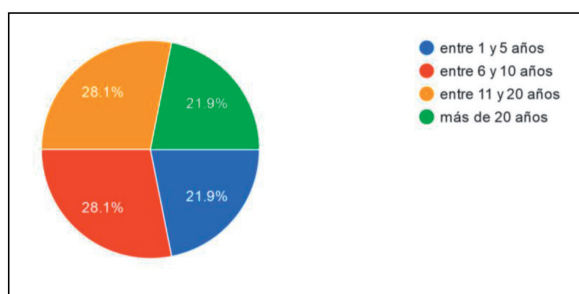
Fuente: Elaboración propia.

3.1.2 Perspectiva empresarial del sector confección

Diseñadores

Para crear oportunidades de crecimiento al sector es necesario innovar el mercado, este proyecto contempla la probabilidad de producir ropa con materiales reciclados de acuerdo a la aceptación de los consumidores finales (figura 9). La distribución de las fechas fundacionales de las empresas analizadas se aprecia en la figura 9; se comprueba que más del 50,00% tienen entre 6 y 20 años de antigüedad en la industria de la confección, esta experiencia construida refleja la aceptación de los usuarios finales con la calidad de los productos locales que se distribuyen en el mercado de la confección en Cúcuta.

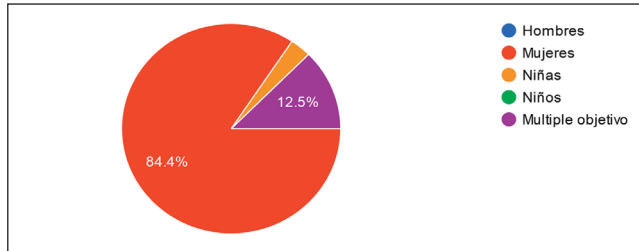
Figura 9. *Antigüedad de las empresas en la industria de la moda*



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la ilustración 10 se deduce que el mercado objetivo del 84,40% de las empresas de diseño consultadas son las mujeres y en menor escala mercado mixto.

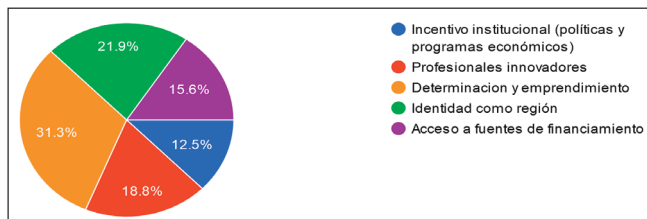
Figura 10. Cuál es el mercado objetivo de su empresa



Fuente: Elaboración propia.

A pesar que la mayor parte de las empresas consultadas consideran como principal objetivo crear cultura de emprendimiento y el fortalecer el reconocimiento como región, existe una desconexión de la capacidad de financiamiento y apoyo institucional para dar acompañamiento a los nuevos emprendimientos, a fin de consolidarse como pymes (figura 11).

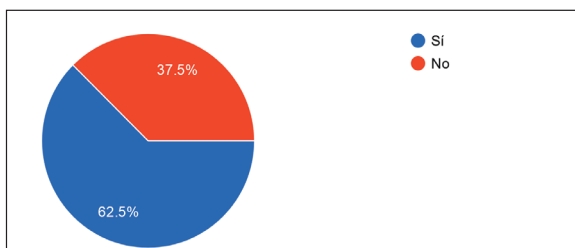
Figura 11. Aspectos a considerar para expandirse fuera de Norte de Santander



Fuente: Elaboración propia.

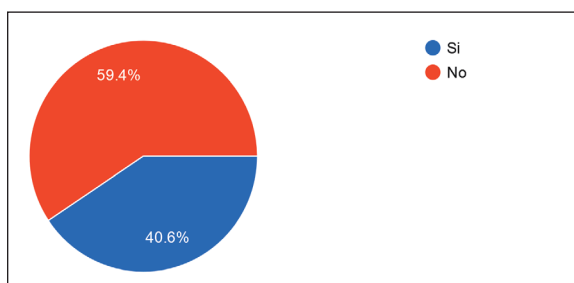
A pesar que el gobierno emplea en su discurso el uso de la economía naranja, existe aún desconocimiento de lo que en realidad representa esta filosofía en los programas institucionales y los beneficios que otorga a las pymes. La mayor parte de las empresas consultadas desconocen el significado de economía naranja y tampoco conocen sus programas (figuras 12 y 13).

Figura 12. *Sabe ¿Qué es economía naranja?*



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. *¿Conoce los programas de la economía naranja?*

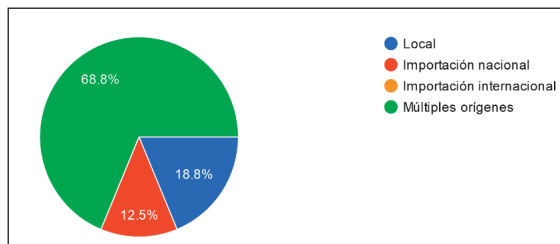


Fuente: Elaboración propia.

Distribuidores

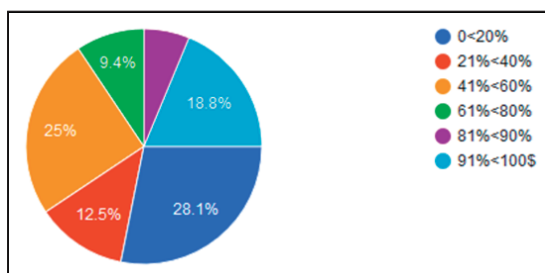
La mayor parte de los distribuidores ofertan productos de diferentes orígenes. Empresas dedicadas a la venta exclusiva de productos locales representa el 18,80% y de solo importaciones nacionales el 12,50% (figuras 14 y 15). Ningún distribuidor se dedica a la venta exclusiva de productos extranjeros.

Figura 14. Las prendas que distribuye son de manufactura



Fuente: Elaboración propia.

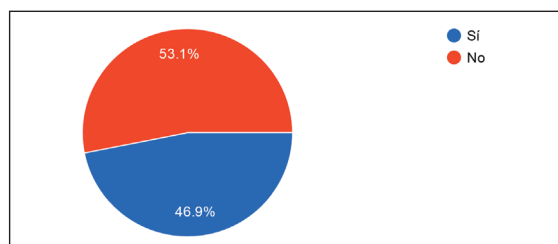
Figura 15. ¿Qué porcentaje representa su inventario de productos locales en su inventario de mercancías?



Fuente: Elaboración propia.

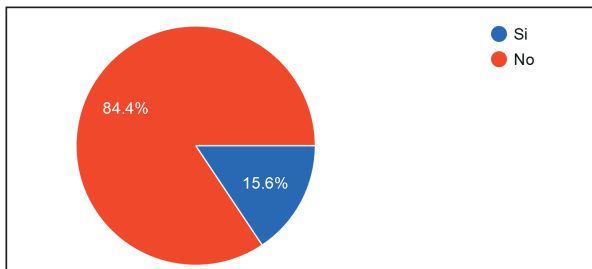
A la pregunta sobre la economía naranja el 53,10% manifiesta saber qué es la economía naranja, aunque el 84,40% no conoce los programas del gobierno que abarquen la economía naranja (figuras 16 y 17).

Figura 16. Sabe ¿Qué es economía naranja?



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17. *¿Conoce los programas de la economía naranja?*

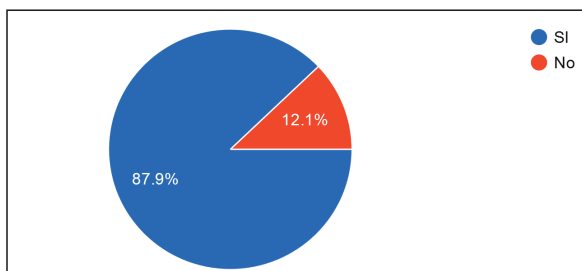


Fuente: Elaboración propia.

Innovación

De acuerdo a los ODS, en primer nivel de importancia está el ambiente y, de ahí, surge la necesidad de producir de manera responsable con el planeta con el objeto de evitar la sobreproducción y, el uso de materiales y procesos menos contaminantes. Se plantea la posibilidad de innovación en la industria con el uso de materiales reciclados a partir de la respuesta del 87,90% los compradores, lo que representa un impulso a la industria de la confección (figura 18).

Figura 18. *Compraría ropa fabricada con ¿materiales reciclados?*



Fuente: Elaboración propia.

El mercado local está consolidado, por lo que la perspectiva de crecimiento debe ser hacia otras fronteras, de cara a ofrecer valor agregado con productos de calidad, variados y precios proporcionales con la cadena de producción, dado que, el consumidor final va equilibra el precio de un producto con sus propiedades de calidad.

También es importante la intervención del Estado a través de políticas y programas que eximan los impuestos las materias primas, para incentivar la producción y, hacer de la industria textil femenina un motor autosuficiente y con mayor impacto en el PIB y el presupuesto local.

Conclusiones

El mercado de la moda femenina está consolidado en la ciudad de Cúcuta, tiene reconocimiento de calidad, precio y variedad de sus productos. En este sentido, es probable comercializar ropa hecha con materiales reciclados. La creación de empresas dedicadas al diseño y confección de ropa femenina no ha disminuido con el paso del tiempo; sin embargo, el crecimiento de la industria de la confección de la ciudad de Cúcuta debe mirar al futuro y ver la posibilidad de ampliar el mercado a otras ciudades y países. Por lo tanto, en un escenario donde los diseñadores desarrollaran productos con identidad regional y esencia propia, se podría crear negocios innovadores que promuevan el consumo por lo regional, a fin de contrarrestar la comercialización de marcas no locales.

El mercado de la moda femenina en la ciudad de Cúcuta tiene grandes puertas y ventanas abiertas. La interacción con diseñadores, distribuidores y mujeres(clientes), permitió evidenciar que: las mujeres se conforman con lo que el mercado ofrece, los distribuidores son temerosos al aceptar que la mayor parte de sus prendas son de otras ciudades o países, algunos productos (prendas) son locales, algunas marcas no están legalmente constituidas, el producto no es muy aceptado si es de producción local, los diseñadores están más arraigados a enfocarse a su boutique y clientela específica.

Referencias

- Caballero Tovío, A., & Castro Alfaro, A. (2016). Análisis del comportamiento de las variables que determinan el circuito económico en Colombia. *Aglala*, 7(1), 94-121.
- Campos Tavera, A, G. (2014). *El sector Textil en Colombia: ¿Cómo ser más competitivos?* Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- Cisneros Arata, V. E. (2017). Discusión de los factores que confluyen en la distribución minorista en lima metropolitana para los supermercados: El caso del Reteil moderno versus el tradicional. (tesis de maestría). Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Cruz, C. E. (2016). Impacto de los mini mercados en el retail colombiano. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14428>
- De Ávila Berrio, B. J., Pérez, H., & Vega Brito, R. R. (2016). Gestión financiera y competitividad de las empresas prestadoras de servicios turísticos en la frontera colombo–venezolana. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 16(2), 38-53.
- Díaz, A., Valdiris Ávila, V., & Bedoya Marrugo, E. (2017). Preceptos de protección y prevención contra caídas de alturas. *Aglala*, 8(1), 265-281.
- Garzón Laguna, I. D. (2019). *Efectividad de las metas propuestas por el estado en la ODS & trabajo decente y crecimiento económico en el sector textil para la generación de empleo*. Colombia: Fundación Universitaria Empresarial de la cámara de comercial de Bogotá.
- Sierra, C. G., Bonilla Caicedo, J. A. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de bolsos en la ciudad de san José de Cúcuta. (*tesis de pregrado*). Colombia: Universidad Libre seccional Cúcuta.
- Wiesner Manrique, D., & Giraldo Jaramillo, F. (2019). *Economía Naranja: hacia una política pública asertiva*. Colombia: Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga – ICP.
- Barbosa Chaustre, J., Cárdenas, A. G., Iscalá Laureano, V. & Velásquez Carrascal, B. L. (2018). Análisis de aceptación procesos de textiles eco amigables en la industria de la moda en la ciudad de Cúcuta. *Revista Convicciones FESC*, 5(9), 48-52.
- La opinión (23 de octubre de 2018). Sector de confecciones le apuesta a conquistar más mercados externos. Obtenido de <https://www.laopinion.com.co/economia/sector-de-confecciones-le-apuesta-conquistar-mas-mercados-externos-164461>.
- Lombana, J., Amashta, Y., Correa, C., & Rodríguez, M. C. (2018). Benchmarking y análisis de competitividad de las cadenas productivas de quinua en Colombia, Perú y Bolivia. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 17(2), 157-163.
- Llano Restrepo, P. (2018). Entrenamiento en el área del servicio al cliente en los

- centros de experiencia Movistar Cartagena. *Conocimiento Global*, 3(1), 70-82.
- Mora Silva, J. (2018). Economía, política y consumos culturales. Apuntes para una historia de la moda retail europea en América Latina y el Caribe (1992-2015). Presente y Pasado. *Revista de Historia*, 23(45), 107-129.
- Mosquera, J. T., & Reyes, C. M. C. (2014). La valoración y recuperación de saberes como instrumento para la construcción de territorialidad y el desarrollo endógeno. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 13(1), 151-170.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2010). Definición de moda. Obtenido de <https://definicion.de/moda/>.
- Rodríguez, L. A. J., & Suárez, R. G. (2017). Gestión del Post-conflicto como estrategia de la Responsabilidad Social en las empresas. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 17(1), 35-43.

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre No. 9:

El derecho, la economía y el rol del Banco de la República de Colombia

La adopción del comercio electrónico en las PyMEs

Cartografía del conflicto armado en Norte de Santander 1988–2012: análisis descriptivo de las modalidades de violencia

Costos estándar: aplicabilidad en las empresas del sector productivo

La calidad de servicio de las entidades bancarias como fundamento de la competitividad empresarial

Educación superior en Santander, Colombia: determinantes del rendimiento académico de los estudiantes en las pruebas Saber Pro 2018

Gestión del gobierno electrónico en las alcaldías

Programa de permanencia con calidad desde el concepto de alineación total y las teorías administrativas: caso Universidad Libre Seccional Cúcuta

Gestión de la salud pública sanitaria: análisis cognitivo conductual

Creatividad: intersección del pensamiento lateral con la economía del comportamiento



*La calidad académica
un compromiso institucional*

Universidad Libre Seccional Cúcuta.
Avenida 4 N° 12-81. El Bosque.
PBX 5829810 Ext. 104
dirinvestigaciones@unilibrecucuta.edu.co