

# Gestión del Conocimiento

*Perspectiva Multidisciplinaria*

Volumen 34 · Colección unión global



**Coordinadores:**

Víctor Hugo Meriño Córdoba  
Edgar Alexander Martínez Meza  
Ángel Zuley Antúnez Pérez  
José Aurelio Cruz De Los Ángeles  
Alfredo Pérez Paredes  
Luz del Carmen Morán Bravo  
Héctor Enrique Urzola Berrío  
Manuel Antonio Vásquez Pérez



Universidad Nacional Experimental del Táchira  
**"Jesús María Sempurno"**  
La Casa de los Saberes del Pueblo



**CUADAP**  
Cuerpo Académico Administración Aplicada



RED DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS (RedAyN)



Libro resultado de investigación



**Dr. Víctor Hugo Meriño Córdoba**

Doctor en educación. Director del Centro de Investigaciones Internacionales. Rector de la Universidad Nacional Experimental Rafael

María Baralt, Zulia, Venezuela, periodo 2003-2008. Profesor Titular de pregrado, maestría y doctorado en varios países. Investigador Senior categorizado por COLCIENCIAS en Colombia.



**Dr. Edgar Alexander Martínez Meza**

Doctor en Creación intelectual. M.Sc. en Ciencias Contables. Licenciado en Administración de Empresas Agropecuarias. Rector de la

Universidad Nacional Experimental Sur del Lago Jesús María Semprún – Zulia - Venezuela, desde el 2013. Profesor titular de contabilidad y finanzas. Conferencista, ponente, tallerista en eventos nacionales e internacionales.



**Dr. Ángel Antúnez Pérez**

Doctor en Educación. Magíster en Filosofía de la Educación. Licenciado en Letras. Licenciado en Educación. Rector de la

Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez - UPTM - Venezuela, Profesor de pregrado y Postgrado. Investigador del Grupo de Investigación en Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales: GITDCS, Universidad de los Andes – Mérida – Venezuela.



**Dr. José Aurelio Cruz De Los Angeles**

Postdoctorado en Control Parlamentario y Política Pública - Universidad de Alcalá de Henares - España. Doctor en Administración

Pública por el Instituto de Administración Pública del Estado de Puebla. Maestro en Administración y Gestión de Instituciones Educativas - BUAP. Licenciado en Administración Pública - BUAP. Director de la Facultad de Administración - BUAP - México.



**Dr. Alfredo Pérez Paredes**

Doctor en Administración Pública por el Instituto de Administración Pública del Estado de Puebla. Maestro en Administración de

Pequeñas y Medianas Empresas por la BUAP. Profesor de la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - México. Líder del Cuerpo Académico en Consolidación Administración Aplicada.



**Dra. Luz del Carmen Morán Bravo**

Doctora en Administración Pública. Presidenta de la Red de Administración y Negocios (RedAyN.) - México.



**M.Sc. Héctor Enrique Urzola Berrío**

Magíster en Educación Universidad del Norte. Especialista en Investigación Aplicada a la Educación - Corporación Universitaria

del Caribe. Licenciado en Ciencias de la Educación: español e inglés Universidad del Atlántico. Docente Investigador y Director Centro de Investigación de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre.



**Dr. Manuel Antonio Pérez Vásquez**

Doctor en Ciencias Sociales. Mención Gerencia. Magíster en Negocios Internacionales. Master MBA en Administración y Dirección de

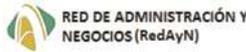
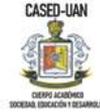
Empresas. Especialista en Gestión de Negocios Internacionales. Profesional en Negocios y Finanzas Internacionales. Docente Investigador Senior de Colciencias en la Universidad del Sinú - Colombia.







Universidad Nacional Experimental del Táchira  
"Jesús María Semprum"  
La Casa de los Saberes del Pueblo



# Gestión del Conocimiento *Perspectiva Multidisciplinaria*

Volumen 34

Colección unión global

Coordinadores:

*Victor Hugo Meriño Córdoba*

*Edgar Alexander Martínez Meza*

*Ángel Zuley Antúnez Pérez*

*José Aurelio Cruz De Los Ángeles*

*Alfredo Pérez Paredes*

*Luz del Carmen Morán Bravo*

*Héctor Enrique Urzola Berrío*

*Manuel Antonio Pérez Vázquez*

Libro resultado de investigaciones

© Víctor Hugo Meriño Córdoba: Coordinador – Editor. © julio de 2021.

Trigésimo Cuarto Volumen. COLECCIÓN UNIÓN GLOBAL

**Coordinadores:**

Víctor Hugo Meriño Córdoba / Edgar Alexander Martínez Meza / Ángel Zuley Antúnez Pérez  
José Aurelio Cruz De Los Ángeles / Alfredo Pérez Paredes / Luz del Carmen Morán Bravo  
Héctor Enrique Urzola Berrío / Manuel Antonio Pérez Vásquez /

**Autores:**

© Ángel Rodríguez Pallas © María José Hernández Lozano © Manuel Antonio Pérez Vásquez  
© Mabel Escorcía Muñoz © Marvel del Carmen Valencia Gutiérrez © Magnolia del Rosario López Méndez  
© María de Jesús García Ramírez © Suemi Guadalupe del Rosario Can Tun  
© Luis Oswaldo Valencia – Rosado © Erimar Carolina Bracho Colina © Yiceth Alejandra González Duarte  
© Ma. Consuelo Jiménez Jiménez © Nadxliely Karina Caamaño Cruz © Guillermo Juárez León  
© Mayra Celia Jiménez Jiménez © Maricela Sánchez Luna © Clara Judith Brito Carrillo  
© Angélica María Suarez Brito © Carmenza Leonor Mendoza Cataño © Ana Rita Villa Navas  
© Elvis Eliana pinto Aragón © Carolina Rincón Zapata © Yuliet Cristina Alvarez García  
© Lilia Moncerrate Villacis Zambrano © Gregoria Jesús Ureta Reina © María Alejandra Caicedo Londoño  
© Carlos Felipe Urazán Bonells © Luis Efrén Ayala Rojas © Juan Pablo Londoño Linares  
© Clara Judith Brito Carrillo © Mairis Yaireth Ayola Mendoza © Linda Tivisay De La Hoz Lindo  
© Meredith Jiménez Cárdenas © Maldis Liani Iguarán Magdaniel © Williams German Buenaño Suárez  
© Eucadys Cujia Guerra © Jairo Amaya Amaya © Luis Sierra Acosta © Jisseth Karina Cotes Cujia  
© Loreley Patricia Mejía González © Bertha Cristina Orozco Daza © Ana Patricia Belalcázar España  
© Silvia Berenice Rocío Moncayo Quiñonez

**Versión digital:** ISBN - 978-980-6516-18-2 **Depósito legal:** ZU2021000171

**Versión impresa:** ISBN - 978-980-6516-17-5 **Depósito legal:** ZU2021000170

**Editorial:** Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago Jesús María Semprúm (UNESUR) - Santa Bárbara del Zulia - Estado Zulia – Venezuela. <http://www.unesur.edu.ve/libros>

**Coordinador:** M.SC. Álvaro González - Santa Bárbara del Zulia - Estado Zulia - Venezuela

**Portada:** Ciénaga de Los Olivitos – Municipio Miranda - Estado Zulia - Venezuela

**Diseño, diagramación e impresión:** Taller Artes y Letras S.A.S.

La Universidad Nacional Experimental Sur del Lago Jesús María Semprúm (UNESUR), se adhiere a la filosofía del acceso abierto y permite libremente la consulta, descarga, reproducción o enlace para uso de sus contenidos, haciendo la respectiva referencia. Los conceptos o criterios emitidos en cada capítulo del libro son responsabilidad exclusiva de sus autores.

LIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIONES

## Catalogación de la fuente

**Libro:** Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria. Colección Unión Global. Volumen 34 / 304 páginas / 22 cm /

**Coordinadores:** Víctor Hugo Meriño Córdoba / Edgar Alexander Martínez Meza / Ángel Zuley Antúñez Pérez / José Aurelio Cruz De Los Ángeles / Alfredo Pérez Paredes / Luz del Carmen Morán Bravo / Héctor Enrique Urzola Berrío / Manuel Antonio Pérez Vásquez /

**Editorial:** Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago" Jesús María Semprúm" – Santa Bárbara de Zulia - Zulia – Venezuela.

**Grupos de investigación de:** Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia – Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biodesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato – México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – Puebla – México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas – México; Universidad Autónoma de Nayarit (UAN) - Cuerpo Académico Sociedad, Educación y Desarrollo (CASED) – Tepic – Nayarit – México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia – Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia.

**Fecha de publicación:** julio de 2021.

**Tiraje:** 1001 ejemplares.

**Versión digital:** ISBN: 978-980-6516-18-2 **Depósito legal:** ZU2021000171

**Versión impresa:** ISBN: 978-980-6516-17-5 **Depósito legal:** ZU2021000170

## Proceso de evaluación de los capítulos de libros

El libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", Volumen 34 de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son **resultados de investigaciones** desarrolladas por sus autores. Los capítulos del libro **fueron arbitrados** por doctores de distintas Universidades del mundo bajo el sistema doble ciego. El Libro tiene el **Aval Académico de 6 Universidades Públicas Internacionales y de 3 Centros de Investigaciones Internacionales**, mencionados a continuación: Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia – Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biodesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato – México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – Puebla – México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas – México; Universidad Autónoma de Nayarit (UAN) - Cuerpo Académico Sociedad, Educación y Desarrollo (CASED) – Tepic – Nayarit – México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia – Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia. Los conceptos o criterios emitidos en cada capítulo del libro son responsabilidad exclusiva de sus autores.

**Proceso de arbitraje doble ciego**

**Recepción:** abril de 2021

**Evaluación de propuesta de obra:** abril de 2021

**Evaluación de contenidos:** mayo de 2021

**Correcciones de autor:** junio de 2021

**Aprobación:** julio de 2021

**Publicación:** julio de 2021

## Repositorios de los Libros de Gestión del Conocimiento

1. Universidad Sur del Lago de Maracaibo Jesús María Semprúm – UNESUR - Santa Bárbara – Zulia - Venezuela. Libros. Ver: <https://www.unesur.edu.ve/libros-1?start=0>
2. Universidad de la Costa. Barranquilla – Colombia. Investigación. Ver: <http://repositorio.cuc.edu.co/>
3. Universidad Politécnica Territorial de Falcón Alonso Gamero – UPTFAG - Santa Ana de Coro – Falcón – Venezuela. Ver: <https://investigacionuptag.wordpress.com/>.
4. Corporación Universitaria Rafael Núñez – Cartagena - CURN – Colombia. Ver: [http://uninunez.biblioteca.curnvirtual.edu.co/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=gesti%-c3%93n+del+conocimiento%3a+perspectiva+multidisciplinaria&branch\\_group\\_limit=](http://uninunez.biblioteca.curnvirtual.edu.co/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=gesti%-c3%93n+del+conocimiento%3a+perspectiva+multidisciplinaria&branch_group_limit=)
5. Corporación Universitaria del Caribe – CECAR – Sincelejo – Sucre – Colombia. Libros digitales. Ver: <http://biblioteca.cecar.edu.co/index.php/herramientas-busqueda/recursos-electronicos>
6. Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – CORPOSUCRE – Sincelejo – Sucre – Colombia. Ver: <https://www.corposucre.edu.co/investigacion/publicaciones>
7. Centro de Investigaciones Internacionales – CEDINTER – Medellín – Antioquia – Colombia. Ver: <https://www.cedinter.com/books/>
8. Universidade Anhanguera – Sao Paulo – Brasil. Ver: <https://biblioteca-virtual.com/detalhes/livro/1735>
9. Comisión de Investigaciones Científicas. Buenos Aires Argentina. Ver: <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/6748/>
10. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Chile. Ver: <http://opac.pucv.cl/cgi-bin/wxis.exe/iah/scripts/?IsisScript=iah.xis&lang=es&base=BDPUCV&nextAction=lnk&exprSearch=GESTION%20DEL%20CONOCIMIENTO&indexSearch=DS#19>

.....

## Comité Editorial

# Universidad Nacional Experimental del Sur Del Lago “Jesús María Semprúm”

### Consejo director

**Director:** Dr. Edgar A. Martínez M. **Editor:** Dr. Jesús Ángel Timaure Eburíola

### Comité editorial

**Director:** M. Sc. Álvaro González

### Pares evaluadores

Dr. Alfredo Pérez Paredes / Benemérita Universidad Autónoma de Puebla / México  
Dr. José Aurelio Cruz De Los Á. / Benemérita Universidad Autónoma de Puebla / México  
Dra. Alba María del Carmen González Vega / Universidad de Guanajuato / México  
Dr. Alonso Pírela Añez / Universidad Metropolitana / Ecuador  
Dr. Alexey Carvalho / Universidade Anhanguera de São Paulo / Brasil  
Dr. Manuel Antonio Pérez Vásquez / Universidad del Sinú / Colombia  
Dra. Mabel Escorcía Muñoz / Universidad del Sinú / Colombia  
Dra. Alicia del S. de la Peña De León / Universidad Autónoma de Coahuila / México.  
Dra. Amira C. Padilla-Jiménez / Universidad de Córdoba / Colombia  
Dr. Aufolgabi Meza Molina / UNERMB / Venezuela  
Dra. Branda Vanessa Molina Medina / Universidad del Atlántico / Colombia  
Dr. Carlos Alberto Severiche S. / Corporación Universitaria Minuto de Dios / Colombia  
Dr. Carlos Ríos-Velásquez / Universidad de Puerto Rico / Puerto Rico  
Dra. Carmen Cecilia Galvis Núñez / Universidad Popular del Cesar / Colombia  
Dra. Cecilia Socorro / Universidad del Zulia / Venezuela  
Dr. Dánae Duana Ávila / Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo / México.  
Dr. Albeiro Andrade Yejas / Universidad Autónoma de Bucaramanga / Colombia  
Dr. Doile Enrique Ríos Parra / Universidad Popular del Cesar / Colombia  
Dr. Edilgardo Loaiza B. / Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid / Colombia  
Dra. Edna Elizabeth Aldana Rivera / Universidad Simón Bolívar / Colombia  
Dr. Elías Alberto Bedoya M. / Centro Agro - empresarial y Minero Sena/ Colombia

Dr. Elías Gaona Rivera / Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo / México  
Dr. Elías Ramírez Plazas/ Universidad Surcolombiana / Colombia  
Dra. Elizabeth Gálvez Santillán / Universidad Autónoma de Nuevo León / México  
Dra. Eva Lozano Montero / Universidad de Guanajuato / México  
Dra. Gabriela Monforte García / Tecnológico de Monterrey / México  
Dra. Gloria Ramírez Elías / Benemérita Universidad Autónoma de Puebla / México  
Dr. Héctor Luis Romero Valbuena / Universidad Industrial de Santander / Colombia  
Dr. Heriberto Moreno Islas / Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo / México.  
Dr. Hernán Joaquín Carrillo Hernández / Universidad de La Guajira / Colombia  
Dra. Isabel Cristina Rincón Rodríguez / Universidad de Santander/Colombia  
Dra. Ivonne María Gil Osorio / Universidad Libre de Barranquilla / Colombia  
Dra. Jennifer Judith Lafont Mendoza / Universidad de Córdoba / Colombia  
Dr. Jesús Ángel Timaure Eburíola / UNERMB / Venezuela  
Dr. Jorge Bernal Peralta / Universidad de Tarapacá / Chile  
Dr. José Manuel Gutiérrez / Universidad del Zulia / Venezuela  
Dr. Juan Morúa Ramírez / Universidad de Guanajuato / México  
Dr. Julio César Montiel Flores / Universidad de Guanajuato / México  
Dr. Luis Alberto Romero Benjumea / Universidad Popular del Cesar / Colombia  
Dr. Luis E. Oviedo-Zumaqué / Universidad de Córdoba / Colombia  
Dra. Nelía Josefina González González / Universidad de Milagro / Ecuador  
Dra. Oditza Nacrina Bracho Vega / UNERMB / Venezuela  
Dr. Pilar H. Moreno U. / Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo / México  
Dr. Rafael Alberto Vílchez Pírela / Corporación Universitaria del Caribe / Colombia  
Dr. Roberto Godínez López / Universidad de Guanajuato / México  
Dr. Rodrigo Daniel Salgado O. / Corporación Universitaria del Caribe / Colombia  
Dr. Romel Ramón González Díaz / Universidad del Sinú / Colombia  
Dra. Rosangel Beatriz Martínez Basabe / UNERMB / Venezuela  
Dr. Samuel P. Hernández-Rivera / Universidad de Puerto Rico / Puerto Rico  
Dra. Teresa De J. Vargas V. / Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo / México  
Dra. Yahilina Silveira Pérez / Universidad de Sucre / Colombia

.....

# Universidad Nacional Experimental Sur del Lago “Jesús María Semprúm”

**UNESUR**

*Edgar Alexander Martínez Meza*  
*Rector*

*Luz Marvella Sanabria de Salcedo*  
*Vicerrectora Académica*

*Ángel Antonio Watts Godin*  
*Vicerrector de Desarrollo Territorial*

*Diomer Antonio Galán Rincón*  
*Secretario General*



.....

**Universidad Politécnica Territorial de Mérida**  
**Kléber Ramírez**

**UPTM**

*Ángel Zuley Antúnez Pérez*  
*Rector*

*Walter Espinoza*  
*Vicerrector Académico*

*Iván López*  
*Secretario General*

*Deny Avendaño*  
*Responsable de Desarrollo Territorial*



.....

**Cuerpo Académico de Biondesarrollo  
y Bioeconomía en las Organizaciones  
y Políticas Públicas  
Campus Celaya - Salvatierra -  
Guanajuato - México**

**CABBOPP**

*Responsable*

*Dr. Mario Jesús Aguilar Camacho*

*Miembros*

*Dr. José Enrique Luna Correa*

*Dr. Saúl Manuel Albor Guzmán*

*Dr. Roberto Godínez López*

*Dra. Eva Lozano Montero*

*Dr. Eduardo Barrera Arias*

*Dra. Alba María del Carmen González Vega*

*Dr. Julio César Montiel Flores*



.....

## Cuerpo Académico Consolidado “Administración Aplicada”

**CUADAP**  
**CA-BUAP-299**

*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – Puebla - México*

*Responsable*

*Dr. Alfredo Pérez Paredes*

*Miembros*

*Dr. José Aurelio Cruz de los Ángeles*

*Dr. Amado Torralba Flores*

*Dr. Emigdio Larios Gómez*



.....

## **Red de Administración y Negocios RedAyN Universidades Mexicanas – México**

*Presidenta*

*Dra. Luz del Carmen Morán Bravo*

### **Cuerpo Académico en Consolidación “Sociedad, Educación y Desarrollo” CASED**

*UAN-CA-287*

*Universidad Autónoma de Nayarit, Tepic, Nayarit, México*

*Responsable*

*Dra. Ana Teresa Sifuentes Ocegueda*

*Miembros*

*Dra. Rocío Mabeline Valle Escobedo*

*Dra. Emma Lorena Sifuentes Ocegueda*

*Mtra. Raquel Castañeda Ibarra*

*Mtra. Laura Esther García Gómez*



.....

**Centro de Altos Estudios de Venezuela  
CEALEVE**

*Víctor Hugo Meriño Córdoba  
Director General*

**Centro Integral de Formación Educativa  
Especializada del Sur  
CIFE - SUR**

*Edgar Alexander Martínez Meza  
Director General*

**Centro de Investigaciones Internacionales SAS  
CEDINTER SAS**

*Víctor Hugo Meriño Córdoba  
Director General*



.....

## Autores, Universidades y Países participantes

### Colombia

*María José Hernández Lozano*

**Universidad del Sinú**

*Manuel Antonio Pérez Vásquez*

**Universidad del Sinú**

*Mabel Escorcía Muñoz*

**Universidad del Sinú**

*Erimar Carolina Bracho Colina*

**Universidad Popular del Cesar**

*Yiceth Alejandra González Duarte*

**Universidad Popular del Cesar**

*Clara Judith Brito Carrillo*

**Universidad de La Guajira**

*Angélica María Suarez Brito*

**Universidad de La Guajira**

*Carmenza Leonor Mendoza Cataño*

**Universidad de La Guajira**

*Ana Rita Villa Navas*

**Universidad de La Guajira**

*Elvis Eliana pinto Aragón*

**Universidad de La Guajira**

*Carolina Rincón Zapata*

**Universidad Católica de Oriente**

*Yuliet Cristina Alvarez García*

**Universidad Católica de Oriente**

*María Alejandra Caicedo Londoño*

**Universidad de La Salle**

*Carlos Felipe Urazán Bonells*

**Universidad de La Salle**

*Luis Efrén Ayala Rojas*

**Universidad de La Salle**

*Juan Pablo Londoño Linares*

**Universidad de La Salle**

*Mairis Yaireth Ayola Mendoza*

**Universidad de La Guajira**

*Linda Tivisay De La Hoz Lindo*

**Universidad de La Guajira**

*Meredith Jiménez Cárdenas*

**Universidad de La Guajira**

*Maldis Liani Iguarán Magdaniel*

**Universidad de La Guajira**

*Eucadys Cujia Guerra*

**Universidad de La Guajira**

*Jairo Amaya Amaya*

**Universidad Santo Tomás de Aquino - Bucaramanga**

*Luis Sierra Acosta*

**Universidad de la Guajira**

*Jisseth Karina Cotes Cujia*

**Universidad de La Guajira**

*Loreley Patricia Mejía González*

**Universidad de La Guajira**

*Bertha Cristina Orozco Daza*

**Universidad de La Guajira Colombia**

*Ana Patricia Belalcázar España*

**Universidad Mariana**

*Silvia Berenice Rocío Moncayo Quiñonez*

**Universidad Mariana**

## **Ecuador**

*Lilia Moncerrate Villacis Zambrano*

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí**

*Gregoria Jesús Ureta Reina*

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí**

*Williams German Buenaño Suárez*

**Universidad Nacional de Chimborazo**

## **España**

*Ángel Rodríguez Pallas*  
**Universidad de la Coruña**

## **México**

*Víctor Manuel Piedra Mayorga*  
**Universidad Autónoma de Tlaxcala - Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo**

*Marvel del Carmen Valencia Gutiérrez*  
**Universidad Autónoma de Campeche**

*Magnolia del Rosario López Méndez*  
**Universidad Autónoma de Campeche**

*María de Jesús García Ramírez*  
**Universidad Autónoma de Campeche**

*Suemi Guadalupe del Rosario Can Tun*  
**Universidad Autónoma de Campeche**

*Luis Oswaldo Valencia – Rosado*  
**Universidad Autónoma de Campeche**

*Ma. Consuelo Jiménez Jiménez*  
**Universidad España de Durango**

*Nadxieli Karina Caamaño Cruz*  
**Centro Universitario Tzompanco Tepeyac**

*Guillermo Juárez León*  
**Centro de Estudios Tecnológicos, Industriales y de Servicios No. 65**

*Mayra Celia Jiménez Jiménez*  
**Universidad Contemporánea de las Américas**

*Maricela Sánchez Luna*  
**Centro Universitario Tzompanco Tepeyac**



# Índice

|  |     |
|--|-----|
| Presentación .....   | 27  |
| Métricas de social media marketing en agencias de viajes en España:<br>Facebook, Twitter, Instagram y Youtube  |     |
| <i>Ángel Rodríguez Pallas</i> .....  | 29  |
| Análisis de la internacionalización de productos a través de la alianza<br>directa de productores colombianos y retailers extranjeras  |     |
| <i>María José Hernández Lozano / Manuel Antonio Pérez Vásquez</i><br><i>Mabel Escorcia Muñoz</i> .....   | 51  |
| Determinación de los metabolitos de la Guanábana ( <i>Annona<br/>muricata</i> L.) como estrategia para su valoración por las generaciones<br>jóvenes en Campeche - México                                    |     |
| <i>Marvel del Carmen Valencia Gutiérrez / Magnolia del Rosario López Méndez</i><br><i>María de Jesús García Ramírez / Suemi Guadalupe del Rosario Can Tun</i><br><i>Luis Oswaldo Valencia - Rosado</i> ..... | 73  |
| Iniciativa emprendedora de la población privada de la libertad<br>en el Establecimiento Penitenciario de Mediana Seguridad y Carcelario<br>de Aguachica - Cesar - Colombia                                   |     |
| <i>Erimar Carolina Bracho Colina / Yiceth Alejandra González Duarte</i> .....  | 87  |
| Competencias docentes para el desarrollo sano e integral<br>de los estudiantes del Nivel Medio Superior – Tequixquiac - México   |     |
| <i>Ma. Consuelo Jiménez Jiménez / Nadxieli Karina Caamaño Cruz</i><br><i>Guillermo Juárez León / Mayra Celia Jiménez Jiménez</i><br><i>Maricela Sánchez Luna</i> .....                                       | 111 |
| Factores culturales asociados al consumo de alcohol en contextos<br>sociofamiliares e instituciones educativas   |     |
| <i>Clara Judith Brito Carrillo / Angélica María Suarez Brito</i><br><i>Carmenza Leonor Mendoza Cataño / Ana Rita Villa Navas</i><br><i>Elvis Eliana pinto Aragón</i> .....                                   | 127 |
| Determinantes de la variabilidad de los precios de los productos<br>agrícolas: caso Municipio de El Carmen de Viboral – Antioquia - Colombia   |     |
| <i>Carolina Rincón Zapata / Yulieth Cristina Alvarez Garcia</i> .....  | 145 |
| Las marcas como estrategias para dar a conocer los comercios<br>de san Vicente - Manabí - Ecuador  |     |
| <i>Lilia Moncerrate Villacis Zambrano / Gregoria Jesús Ureta Reina</i> .....   | 163 |

|  |     |
|--|-----|
| Sostenibilidad y resiliencia en infraestructura de abastecimiento y saneamiento: definiciones y diagnóstico en el sector rural colombiano<br><i>María Alejandra Caicedo Londoño / Carlos Felipe Urazán Bonells<br/>Luis Efrén Ayala Rojas / Juan Pablo Londoño Linares.....</i>    | 175 |
| Promoción de estilos de vida saludables para prevenir factores de riesgos: familia- escuela - comunidad<br><i>Clara Judith Brito Carrillo / Mairis Yaireth Ayola Mendoza<br/>Linda Tivisay De La Hoz Lindo / Meredith Jiménez Cárdenas<br/>Maldis Liani Iguarán Magdaniel.....</i> | 201 |
| Pena paga delito en Ecuador<br><i>Williams German Buenaño Suárez.....</i>  | 217 |
| Modelo y software de planeación estratégica y operativa: MIVEYDOAS – Balanced Scorecard<br><i>Eucadys Cujia Guerra / Jairo Amaya Amaya / Luis Sierra Acosta<br/>Jisseth Karina Cotes Cujia.....</i>  | 243 |
| Factores sociales que inciden en la dinámica del comercio fronterizo de Maicao – Colombia<br><i>Ana Rita Villa Navas / Clara Judith Brito Carrillo<br/>Elvis Eliana pinto Aragón / Loreley Patricia Mejía González<br/>Bertha Cristina Orozco Daza.....</i>                        | 269 |
| Una aproximación al concepto de investigación desde la profesión de Trabajo Social: reflexiones y retos<br><i>Ana Patricia Belalcázar España / Silvia Berenice Rocío Moncayo Quiñonez.....</i>   | 285 |

# P

---

## Presentación

El libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", volumen 34, de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro es una publicación internacional, seriada, continua, arbitrada de acceso abierto a todas las áreas del conocimiento, que cuenta con el esfuerzo de investigadores de varios países del mundo, orientada a contribuir con procesos de gestión del conocimiento científico, tecnológico y humanístico que consoliden la transformación del conocimiento en diferentes escenarios, tanto organizacionales como universitarios, para el desarrollo de habilidades cognitivas del quehacer diario. La gestión del conocimiento es un camino para consolidar una plataforma en las empresas públicas o privadas, entidades educativas, organizaciones no gubernamentales, ya sea generando políticas para todas las jerarquías o un modelo de gestión para la administración, donde es fundamental articular el conocimiento, los trabajadores, directivos, el espacio de trabajo, hacia la creación de ambientes propicios para el desarrollo integral de las instituciones.

La estrategia más general de la gestión del conocimiento consiste en transformar los conocimientos personales y grupales en conocimiento organizacional. También se debe tener en cuenta los conocimientos altamente especializados de personas del entorno de la empresa para tratar de incorporarlos al conocimiento de la entidad, lo cual ha de incluirse en las estrategias. La gestión estratégica del conocimiento vincula la creación del conocimiento de una organización con su estrategia, prestando atención al impacto que pueda generar.

En este sentido, se presenta a la comunidad internacional el libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", volumen 34, de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son resultados de investigaciones desarrollados por sus autores, con aportes teóricos y prácticos de autores, cuyos resultados de



trabajos de investigación, son análisis de diversas teorías, propuestas, enfoques y experiencias sobre el tema de gestión del conocimiento, lo cual permite el posicionamiento de las organizaciones en la utilización del conocimiento, su apropiación y transformación. Los conceptos o criterios emitidos en cada capítulo del libro son responsabilidad exclusiva de sus autores.



# Métricas de social media marketing en agencias de viajes en España: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube

*Ángel Rodríguez Pallas*

Doctor en Turismo por las Universidades de Alicante, Málaga, Rey Juan Carlos y Sevilla (España). Docente en el Grado en Turismo de la Universidad de la Coruña – España. Correo: angel.rodriguez.pallas@udc.es

## Resumen

En el año 2019 los usuarios mundiales de redes sociales superaron los 3.80 mil millones; por lo que el 48% de la población mundial usa activamente las redes sociales. España contaba en enero de 2020 con 29,00 millones de usuarios, alcanzando un índice de penetración del 62 % (Kemp, 2020). Este hecho las convierte en herramientas idóneas para que las organizaciones realicen acciones de marketing de relaciones dada su naturaleza interactiva y colaborativa a través de las cuales sea posible alcanzar el compromiso del consumidor o engagement. Algo que no resulta indiferente para el sector turístico en general y las agencias de viajes en particular. A través de esta investigación realizamos un análisis cuantitativo de la repercusión de las acciones de marketing digital llevadas a cabo en las redes sociales generalistas más empleadas en turismo, Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, por las agencias de viajes españolas o que operan en España entre el 1 de agosto de 2019 y el 1 de agosto de 2020; concluyéndose que no existe uniformidad y apreciándose disparidad entre las distintas marcas comerciales analizadas en términos de audiencia, número de publicaciones engagement total, engagement medio total por publicación, y tasas de aprobación, conversación y amplificación

**Palabras clave:** agencias de viajes, marketing en redes sociales, marketing digital, compromiso del consumidor, KPI

## ***Social media marketing metrics in travel agencies in Spain: Facebook, Twitter, Instagram and Youtube***

### **Abstract**

In 2019, global users of social media exceeded 3.80 billion; therefore, 48% of the world population actively uses social media. Spain had 29.00 million users in January 2020, reaching a penetration rate of 62% (Kemp, 2020). This fact makes them ideal tools for organizations to carry out relationship marketing actions given their interactive and collaborative nature through which it is possible to achieve consumer engagement. Something that is not indifferent for the tourism sector in general and travel agencies in particular. Through this research we carried out a quantitative analysis of the impact of the digital marketing actions carried out in the generalist social media most used in tourism, Facebook, Twitter, Instagram and YouTube, by Spanish travel agencies or those operating in Spain between August 1, 2019 and August 1, 2020; concluding that there is no uniformity and appreciating disparity between the different commercial brands analyzed in terms of audience, number of posts, total engagement, total average engagement per post, and approval, conversation and amplification rates.

**Keywords:** social media marketing, travel agencies, digital marketing, engagement, KPI

### **Introducción**

Las redes sociales, que poseen la característica única de poder crear y distribuir contenido generado por los usuarios, se han vuelto muy populares en la industria de viajes y turismo dado que los viajeros pueden compartir sus experiencias en línea de diversos modos; evidenciándose que éstas logran que los mercados interactúen más rápido y convirtiendo a los clientes en parte activa de los intercambios de marketing; demostrándose que sus decisiones de compra pueden afectar a las decisiones de compra de otras personas (Abou-Shouk y Hewedi, 2016).

En la era de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC), las redes sociales pasan a ser imprescindibles para que una organización resulte competitiva, al permitir gestionar las relaciones con los consumidores y mantenerlos más próximos a la compañía. Implementar el marketing en redes sociales pasa a ser clave en el desarrollo de una estrategia de gestión de relaciones con los consumidores o *CRM (Customer Relationship Management)*, que considera al consumidor parte estratégica de los negocios de las organizaciones, orientando la política de marketing hacia esa dirección. Por ello es necesario que las empresas analicen la necesidad de evolucionar desde el *CRM* tradicional hacia un *CRM* social beneficiándose del uso de las redes sociales a fin de incrementar sus ventas y rentabilidad, creando campañas publicitarias; así como para adquirir nuevos clientes, retenerlos y fidelizarlos (Cerchia, 2016).

El modo de concebir y aplicar el marketing en el ámbito empresarial ha evolucionado abandonando el planteamiento del marketing pasivo o transaccional, centrado en la venta y producción de servicios y productos para dar cabida al enfoque de marketing activo o de relaciones, centrado en el consumidor y en satisfacer sus deseos y necesidades; persiguiendo mejorar y establecer relaciones duraderas con los clientes y con el resto de actores de su entorno (Monferrer, 2013); en un entorno en el que los medios sociales generan beneficios relacionados con la posibilidad de recopilar información y revisiones entre pares antes de la realización de un viaje; y que también permiten mantener relaciones dentro de una comunidad compartiendo información durante y después del mismo (Pérez-Vega, Taheri, Farrington y O’Gorman, 2018); por lo que en las agencias de viajes el sistema tradicional de creación de valor centrado en la organización se queda obsoleto en una nueva etapa en la el consumidor ha evolucionado desde el aislamiento a la conexión, de la inconsciencia a la información, de una actitud pasiva a una activa; en un contexto de interacción con las empresas co-creando valor (Marques, Alves y Martins, 2011). La integración de los sistemas *CRM* en las redes sociales y viceversa permite a las organizaciones aumentar la eficiencia del trabajo en el nuevo entorno social digital y conocer mejor los cambios en el comportamiento de los clientes introducidos por las TIC. Así, el uso del social media marketing en el sector turístico, es cada vez más popular permitir aumentar las fronteras que influyen en los modelos de marketing de relaciones (Kayumovich, 2020).

## El social media marketing

Los consumidores confían en Internet para asesorarse (Salinas, 2020); al mismo tiempo que las redes sociales *online* crean conocimiento colectivo como importantes fuentes de recopilación de información entre los turistas en el proceso de toma de decisiones de viaje y en la compra de productos y servicios relacionados con el mismo (Süli y Martyin-Csamangó, 2020). El *social media* está transformando las prácticas de marketing de las empresas turísticas debido a los cambios en el comportamiento del viajero y a la tendencia hacia una demanda de productos personalizados junto a la co-creación de experiencias. Por ello, las empresas turísticas se ven obligadas a modificar sus estrategias de marketing para satisfacer las necesidades de los distintos nichos de mercado que requieren productos más personalizados y orientados al cliente en un contexto en el que adaptabilidad, flexibilidad y agilidad toman protagonismo (Sigala y Gretzel, 2018).

El marketing en redes sociales (*social media marketing*) es un concepto holístico que incorpora cinco aspectos (boca a boca, personalización, tendencia, interacción y entretenimiento) que aportan efectos positivos al valor de las marcas a través de sus dos principales dimensiones: la conciencia de marca y la imagen de marca (Godey, et al., 2016) y consiste en el empleo de *software*, canales y tecnologías de redes sociales para la creación, comunicación, entrega e intercambio de ofertas que generen valor para las partes interesadas de una organización; expandiéndose rápidamente como complemento de las comunicaciones de marketing tradicionales debido a su eficiencia y bajo costo; así como por sus aplicaciones comerciales como herramienta para la gestión de relaciones con los consumidores, atraer su atención, desarrollar nuevas ideas de productos, para la promoción de marcas, para impulsar el tráfico tanto presencial como *online* de un negocio o para ayudar en los procesos de fidelización y de conversión de consumidores en clientes (Tuten y Solomon, 2017); aunque existe un cierto escepticismo entorno a la eficacia del *social media marketing*; debido a la carencia de evidencias que confirmen el retorno de la inversión (*ROI* o *Return of Investment*) para las empresas (Rishika, Kumar, Janakiraman y Bezawada, 2013).

Las redes sociales se generan cantidades ingentes de datos cualitativos no evaluables mediante métricas tradicionales (Fisher, 2009). Así, se debe considerar que no existe un único modo para cuantificar el impacto de las redes sociales que permita parametrizar y calcular el *ROI*; por lo que

localizar métricas que permitan su cálculo adecuado se ha vuelto prioritario; dado que el papel de la función del marketing en los medios sociales está relacionado con la capacidad de las empresas para obtener un valor positivo tanto en el corto como en el largo plazo (Kingma y McLure, 2015). Castelló-Martínez (2012) afirma que través de los *Key Performance Indicators* o *KPI* (indicadores o medidores clave de rendimiento o desempeño), variables asociadas a un objetivo en medios sociales, las organizaciones pueden monitorear el nivel de cumplimiento de sus objetivos en estos medios y de su análisis pueden obtener información valiosa sobre cómo seguir aplicando su estrategia en redes sociales y optimizar y potenciar sus canales. En este sentido se identifican tres categorías de métricas a desarrollar que permitan: observar la relación de la marca con los usuarios, identificar posibles prescriptores y personas que influyan en la comunidad y cuantificar el efecto de las diferentes actividades en redes sociales sobre las ventas de la compañía. De este modo surge el *Impact of Relationship* o *IOR* (impacto de las relaciones entre las marcas y sus seguidores); cuantificable a través de cuatro variables diferentes: la autoridad del contenido de la marca, la influencia de la marca en medios, la interacción y participación de los seguidores en los perfiles sociales de la marca y las variables de tráfico medibles objetivamente.

## **Estrategias: la gestión de la reputación en línea, el marketing inverso y el *engagement* en la industria turística**

### **La gestión de la reputación en línea**

La gestión de reputación en línea en el sector turístico requiere a las organizaciones autenticidad y transparencia sobre los servicios prestados y el uso de los comentarios de los consumidores a fin de identificar áreas o aspectos a mejorar pues influye en el rendimiento empresarial. Para ello; las agencias de viajes han de beneficiarse de su presencia en línea manteniéndose activas en los principales sitios de reseñas y canales sociales más populares; involucrándose en el contenido generado por el consumidor, actuando sobre sus comentarios, protegiendo su reputación e incrementando la confianza de los consumidores; a fin de alcanzar los objetivos comerciales de la compañía y ganando en ventajas competitivas (Kamel, 2017).

### **El marketing inverso**

La información potencial extraída en línea es importante para mejorar la gestión del servicio y las ventajas competitivas de las organizaciones del sector turístico; pudiendo comprender mejor y con mayor precisión las

necesidades de los consumidores y mejorar su calidad de servicio (Hou, Cui, Meng, Lian y Yu, 2019). Derivado de esta co-creación de valor se desarrolla el marketing inverso que, a través de procesos de personalización masiva, busca incrementar la experiencia personalizada de cada cliente a través del servicio permitiéndole la creación de la totalidad del producto persiguiendo el elevar su experiencia individual tratando que perciba una sensación de control total sobre su compra (Levesque y Boeck, 2017).

### **El engagement (compromiso del consumidor)**

No existe un consenso sobre la definición del *engagement* o compromiso del consumidor (Brodie, Hollebeek, Juric y Ilic, 2011); existiendo diferentes enfoques que lo categorizan según aspectos cognitivos, emocionales y conductuales; si bien los especialistas en marketing lo consideran el resultado en línea más importante que las empresas deben lograr a través de su actividad en medios sociales para alcanzar ventajas competitivas como una forma de generar lealtad en el consumidor más allá de un sentido racional (Roberts, 2015); convirtiéndose en imperativo estratégico a alcanzar para lograr un desempeño corporativo y ventajas competitivas superiores, crecimiento de ventas y una rentabilidad sostenible (Rather, 2019).

### **Aplicaciones de social media y su uso en las agencias de viajes**

El desarrollo interfaces de comunicación interactivas en Internet se ha visto muy revitalizado a través de la tecnología de la web 2.0 en la que los usuarios generan contenido y comparten sus experiencias de viaje; entre otros, a través de múltiples sitios de redes como *Facebook* o *Twitter*, portales para compartir fotos y videos como *Instagram* o través de blogs temáticos relacionados con viajes y sitios web relacionados con el turismo en especial como *TripAdvisor* (Süli y Martyin-Csamangó, 2020). Podemos afirmar, siguiendo a Guerreiro, Viegas y Guerreiro, (2019) que se ha transformado radicalmente el proceso de toma de decisiones a la hora de viajar y que estas interfaces se han posicionado como canales comunicación dominantes, que por supuesto han sido adoptadas por las agencia de viajes sociales como un método más de comercialización (Chilembwe, Mweiwa y Mankhomwa, 2019). En este sentido, las aplicaciones más utilizadas en turismo como fuentes de datos no estructuradas; no específicamente desarrolladas para el ámbito de los viajes, son *Facebook*, *Instagram* y *Twitter* (Vargas-Sánchez y Elizondo, 2019); así como *Youtube* como principal solución para compartir videos *online* (Briciu y Briciu, 2020).

Relacionamos a continuación las redes sociales generalistas más empleadas en el sector turístico: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y *Youtube*, con las estrategias de marketing de las agencias de viajes y el turismo en general; considerando, como señala Rekhter (2012), que las redes sociales son una extensión ideal para las actividades de marketing de relaciones dada su naturaleza colaborativa e interactiva.

## Facebook

Según Apple Tree Communications (2019) *Facebook* es la plataforma más popular entre los viajeros es *Facebook*. Surgida en 2004 como sitio de redes sociales de la Universidad de Harvard, en 2009 se convirtió en el sitio de redes sociales mayor de mundo con con más de 2.4 mil millones de miembros y más de 1.59 mil millones de usuarios diarios (Mariani, Ek Styven y Ayeh, 2019). Investigadores como Kim y Fesenmaier (2017) consideran a *Facebook* como una plataforma de utilidad a la hora de compartir información relacionada con viajes, durante y después del mismo. Lo y Fang (2018) subrayan su representatividad para planificar y tomar de decisiones previas a la realización del viaje. Así, en *Facebook*, siguiendo a Florido (2019), los indicadores clave de desempeño (*KPI*) en la estrategia de marketing digital a través de esta plataforma son: el número de publicaciones realizadas, de seguidores totales y semanales alcanzados, de publicaciones compartidas por los usuarios, el alcance orgánico, el tráfico recibido procedente de *Facebook*, los comentarios generados y el nivel de *engagement*.

## Twitter

Lanzada en 2006 como servicio público de mensajería instantánea, evolucionó desde una red social orientada a personas con un estilo de vida urbano hacia una plataforma para comunicar noticias y eventos (Haustein, 2019). Cuenta con 1.300 millones cuentas abiertas y 336 millones de usuarios activos que publican cada día más de 500 millones comentarios o *tweets*. Los usuarios de *Twitter* pueden mostrar su reacción y su compromiso hacia un *tweet* al compartirlo en su perfil (*retweet* o *RT*), pulsando "me gusta", etiquetando a un usuario o respondiendo al autor de un *tweet* (Karami, Lundy, Webb y Dwivedi, 2020). Resulta muy valiosa para desarrollar estrategias comerciales y planificar y estudiar los procesos de toma de decisiones (Ćurlin, Božidar y Miloloža, 2019); siendo útil para examinar el boca a boca electrónico al permitir recopilar comentarios cualitativos o establecer puntos de referencia; y en la que la influencia viral de los mensajes hace que monitorearlos sea valioso para las empre-

sas; aunque por el volumen masivo y lo variado de los mensajes es una labor que requiere mucho tiempo, es costosa y frecuentemente imposible de llevar a cabo; sin dejar de ser también una fuente interesante para que las empresas obtengan datos cuantitativos (Philander y Zhong, 2016).

Sus principales *KPI* en la estrategia de marketing digital según Florido (2019) son: el número de publicaciones (*tweets*), el número de seguidores, de "me gusta", de interacciones y visitas al perfil logradas, los *retweets*, las menciones a *tweets* publicados, el tráfico generado, el tono empleado y los tipos de publicaciones.

### Instagram

Siguiendo a Barbe, Neuburger y Pennington-Gray (2020) *Instagram* es una plataforma que ha adquirido gran relevancia superando a *Twitter* en número de usuarios activos y en la que los *influencers* (personas que cuentan con una presencia e influencia notorias) toman cada vez más representatividad. Creada en 2010 es una red social ideada para compartir fotografías y videos que desde 2014 quintuplicó su uso alcanzando más de mil millones de usuarios activos (Carpenter, Morrison, Craft y Lee, 2020). Su llegada mejoró en el intercambio de información turística y multiplicó su presencia en redes sociales; posicionándose como herramienta de marketing eficiente, productiva e imprescindible en el sector turístico; en la que las diferentes formas de interacción virtual son el signo de objetos definidos y en el contexto del contenido generado por el usuario, ayudan a otros usuarios y al marketing a generar interés y deseo hacia los productos y destinos promocionados (Saxena y Kumar, 2020). Así, para Florido (2019) los principales *KPI* en la estrategia de marketing digital a través de *Instagram* son: el número de publicaciones, de seguidores y seguidores semanales, el *engagement* y los "me gusta" alcanzados, los comentarios generados y el tipo y el tono de las publicaciones.

### Youtube

El contenido de vídeos se ha posicionado como lo más consumido por los usuarios en redes sociales, con más audiencia que la TV tradicional, influye directamente en la toma de decisiones de compra; demostrándose en el sector turístico que el 66% de los viajeros visualiza videos cuando deciden hacer un viaje y el 65% busca destinos específicos a donde viajar (Griffin y Tung, 2018). En este sentido *Youtube* es una herramienta de referencia para visualizar videos *online* lanzada en el año 2005 que permite a empresas y creado-

res amateur difundir contenido diverso y global a un amplio público (Burgess y Green, 2018). En 2019, *YouTube* registró 2 mil millones de usuarios al mes (Yun, Allgayer y Park, 2020), más de 500 horas de carga de contenido por minuto y más de 5000 millones de videos visualizados al día (Hedeshy, Kumar, Menges y Staab, 2020). En 2017 *Youtube* se convirtió en el segundo buscador más empleado del mundo, tras *Google*; por lo que adquiere gran importancia a la hora de definir cualquier estrategia de posicionamiento en buscadores (Burgess y Green, 2018). *YouTube* ofrece a los turistas, que no buscan entretenimiento pasivo sino controlar y determinar lo que sucede en sus vacaciones; la oportunidad de buscar actividades concretas, visualizar reseñas y buscar consejos y ayuda sobre su destino; tomando decisiones en base a la experiencia de otros turistas, que no buscan vender un destino / producto sino ser activos creando experiencias propias (Reino y Hay, 2011).

Florido (2019) señala como principales KPI en la estrategia de marketing digital a través de *Youtube*: el número de videos publicados, de suscriptores y visualizaciones logrado, de impresiones (se genera cuando un usuario localiza las miniaturas de los vídeos en la plataforma y se definen como el número de veces que dichas miniaturas aparecen), de comentarios, de recomendaciones, el tráfico generado, el tiempo de visualización, el tipo y tono de publicación.

## Metodología

En nuestra investigación realizamos un análisis cuantitativo de la repercusión de las acciones de marketing digital llevadas a cabo en las redes sociales generalistas más empleadas en turismo, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *Youtube*, por parte de las agencias de viajes presenciales y *OTA* (*online travel agencies* o agencias de viajes virtuales) españolas o que operan en España. Para ello se ha realizado una selección de 5 agencias de viajes presenciales que cuentan con grandes redes de ventas en España (*Viajes El Corte Inglés*, *Halcón Viajes*, *B the travel Brand*, *Nautalia Viajes* y *Viajes Carrefour*) y 5 *OTA*; 3 de ellas con sede u origen en España (*Atrápalo*, *e-dreams* y *Logitravel*) y los 2 restantes (*Booking.com* y *Expedia*) como grandes *OTA* internacionales que acaparan la mayor cuota de mercado en todo el mundo y también en España. Para ello nos hemos valido de *Rival IQ*, una potente herramienta de inteligencia de marketing que nos permite llevar a cabo un sólido análisis en profundidad del impacto de la actividad en las principales redes sociales de las marcas objetivo (Durrani et al., 2019) en términos de audiencia,

número de publicaciones *engagement* total, *engagement* medio total por publicación, y tasas de aprobación, conversación y amplificación. Para la realización de nuestro análisis se ha tomado como período de referencia un año, comprendido entre el 01 de agosto 2019 y el 1 agosto de 2020. En este sentido conviene matizar que en la comparativa se ve reflejado el impacto que la crisis sanitaria global generada por el nuevo coronavirus SARS-CoV-2, causante de la enfermedad por coronavirus COVID-19 que ha convulsionado a todo el planeta; colapsado a la industria turística mundial.

## Resultados

Procedemos a analizar cómo se relaciona cada red social objeto de estudio (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *Youtube*) con las estrategias de marketing de las agencias de viajes españolas o que operan en España seleccionadas. Para ello analizamos: audiencia, número de publicaciones, *engagement* total, *engagement* total por publicación, tasas de aprobación y de conversación a nivel global o en conjunto para las cuatro redes sociales más importantes en turismo: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *Youtube*; así como la tasa de amplificación en *Facebook* y *Twitter*, tomando como referencia el período de un año comprendido entre el 01 de agosto 2019 y el 1 agosto de 2020 y con resultados obtenidos a 1 de agosto de 2020.

### Audiencia global en redes sociales de agencias de viajes presenciales y OTA operando en el mercado español

Como se puede observar en la tabla 1 entre las agencias de viajes presenciales que más destacan por poseer entre las cuatro redes sociales analizadas una mayor audiencia figuran *Viajes El Corte Inglés* con una audiencia de 363.159 personas y *B the travel brand* con 298.870 personas; alcanzando ambas una mayor audiencia en *Facebook* con 238.790 personas y 217.516 personas respectivamente. Entre las OTA destacan por ser las que más audiencia total acaparan: *Booking.com* con una audiencia de 16.534.790 de personas y *Expedia* con 8.755.521 de personas; alcanzando ambas mayores audiencias en *Facebook* con 14.947.235 y 7.138.599 personas respectivamente. En este punto cabe destacar que ambas OTA generan datos a nivel internacional, no siendo posible extraer datos nacionales de manera aislada. *Logitravel*, la más grande de las OTA nacionales alcanza una audiencia de 1.111.294 de personas; destacando en *Facebook* con un total de 989.313 personas.

### Número de publicaciones globales en redes sociales de agencias de viajes presenciales y OTA operando en el mercado español

En cuanto al número de publicaciones entre todas redes sociales, como figura en la tabla 2, la más activa de las agencias tradicionales, *B the travel brand*, realiza 2.498 publicaciones, con un descenso interanual del -41,50% y registrando mayor actividad en *Twitter* con 1.608 publicaciones, seguida de *Facebook* con 517; existiendo una gran diferencia con respecto a *Viajes Halcón* posicionada en segundo lugar con 911 publicaciones, un descenso interanual de -54,30% y siendo más activa en *Twitter* y *Facebook* con cifras similares. La más activa de las OTA; *Expedia*, realiza 1530 publicaciones entre todas las redes sociales, registra mayor actividad en *Twitter* con 932 publicaciones, seguida de *Facebook* con 306 publicaciones; existiendo una gran diferencia respecto a la OTA posicionada en segundo lugar, *Atrápalo*, con 880 publicaciones y siendo más activa en *Twitter* con 348 publicaciones y *Facebook* con 330 publicaciones.

### Datos globales de engagement total en redes sociales de agencias de viajes presenciales y OTA operando en el mercado español

En cuanto al *engagement* total multicanal logrado, entendido como el número total de acciones de participación alcanzadas entre sus seguidores en base a las publicaciones totales realizadas por una compañía y observado el conjunto de redes sociales rastreadas, como muestra la figura 1, a la cabeza se sitúan las OTA que ofrecen datos internacionales *Expedia* y *Booking.com*. *Expedia* alcanza 527.000 acciones de participación; con más participación en *Instagram*, seguida de *Facebook*. *Booking.com* alcanza 428.000 acciones de participación y un descenso interanual de -23.4% con mayor participación en *Instagram*, seguida de *Facebook*. En tercer lugar se sitúa la agencia presencial *Viajes El Corte Inglés* con 383.000 acciones de participación, un descenso interanual del -43,60%, y con mayor participación en *Facebook* seguida de *Instagram*. En cuarta posición, la presencial *B the travel brand* con 296.000 acciones de participación y ratios similares de participación en *Facebook* e *Instagram*.

**Tabla 1.** Audiencia en Facebook, Instagram, Twitter y Youtube en agencias de viajes tradicionales y OTA presentes en el mercado español

| Tipología de agencia de viajes | Nombre de la agencia de viajes | Total audiencia multicanal a 01/08/2020 | % variación interanual desde el 01/08/19 | Audiencia por canal objeto de análisis a 01/08/2020 |           |         |         |
|--------------------------------|--------------------------------|---|--|---|-----------|---------|---------|
|                                |                                |   |  | Facebook  | Instagram | Twitter | Youtube |
| Presencial                     | Viajes El Corte Inglés         | 363.159                                 | +13,50 %                                 | 238.790   | 74.885    | 40.984  | 8.500   |
|                                | Halcón Viajes                  | 180.290                                 | n.d.                                     | 142.343   | 8.665     | 29.165  | 117     |
|                                | B the travel brand             | 298.870                                 | + 20,10 %                                | 217.516   | 53.529    | 27.144  | 981     |
|                                | Nautalia viajes                | 58.006                                  | +8,03 %                                  | 37.079  | 8.137     | 11.470  | 1.320   |
| Online                         | Viajes Carrefour               | 163.952                                 | +1,81 %                                  | 120.096   | 4.873     | 36.883  | 2.100   |
|                                | Atrápalo                       | 464.863                                 | n.d.                                     | 381.398   | 21.622    | 60.173  | 1.670   |
|                                | e-Dreams                       | 1.325.047                               | + 2,63%                                  | 1.227.560   | 81.796    | 11.401  | 4.290   |
|                                | Logitravel                     | 1.111.294                               | + 6,31%                                  | 989.313   | 32.348    | 16.433  | 73.200  |
|                                | Booking.com                    | 16.534.790                              | + 2,81 %                                 | 14.947.235  | 1.379.294 | 171.661 | 36.600  |
|                                | Expedia                        | 8.755.521                               | + 2,44%                                  | 7.138.599   | 307.986   | 425.026 | 884.000 |

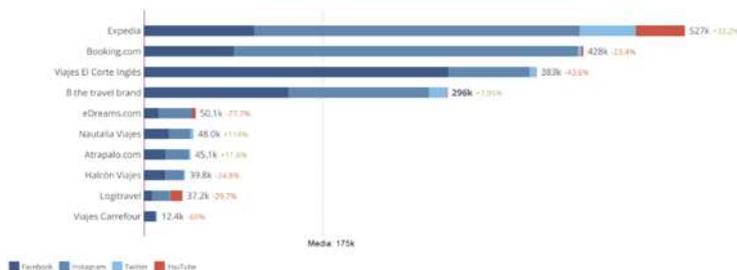
Fuente: elaboración propia (2021)

**Tabla 2.** Número de publicaciones en Facebook, Instagram, Twitter y Youtube agencias de viajes tradicionales y OTA presentes en el mercado español

| Tipología de agencia de viajes | Nombre de la agencia de viajes | Total publicaciones multicanal a 01/08/2020 | % variación interanual desde el 01/08/19 | Publicaciones por canal objeto de análisis a 01/08/2020 |           |         |         |
|--------------------------------|--------------------------------|---|--|---|-----------|---------|---------|
|                                |                                |   |  | Facebook  | Instagram | Twitter | Youtube |
| Presencial                     | Viajes ElCorte Inglés          | 661   | -22,20 %                                 | 208   | 123       | 279     | 51      |
|                                | Halcón Viajes                  | 911   | -54,30 %                                 | 305   | 246       | 355     | 5       |
|                                | B the travel brand             | 2,498                                       | -41,50 %                                 | 517   | 291       | 1608    | 82      |
|                                | Nautalia viajes                | 491   | -26,50 %                                 | 159   | 127       | 181     | 24      |
|                                | Viajes Carrefour               | 610   | -66,50 %                                 | 313   | 25        | 264     | 8       |
| Online                         | Atrápalo                       | 880   | + 3,65 %                                 | 330   | 187       | 348     | 15      |
|                                | e-Dreams                       | 175   | -89,20 %                                 | 37  | 88        | 23      | 27      |
|                                | Logitravel                     | 426   | -40,80 %                                 | 170   | 75        | 133     | 48      |
|                                | Booking.com                    | 306   | -2,86 %                                  | 111   | 109       | 79      | 7       |
|                                | Expedia                        | 1530  | + 0,86 %                                 | 306   | 259       | 932     | 33      |

Fuente: elaboración propia (2021)

**Figura 1.** Engagement total en Facebook, Instagram, Twitter y Youtube en las principales agencias de viajes tradicionales y OTA presentes en el mercado español

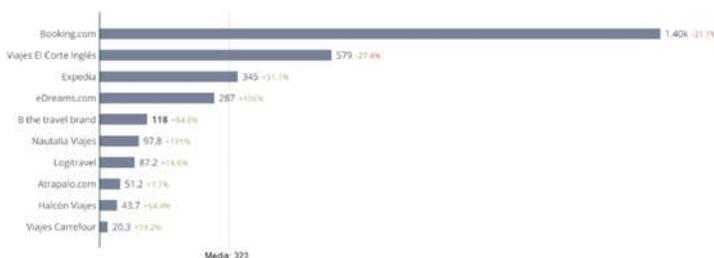


Fuente: elaboración propia (2021)

### Datos globales de *engagement* medio total por publicación en redes sociales de agencias de viajes presenciales y OTA operando en el mercado español

En cuanto al *engagement* medio total por publicación, entendido como el número total de acciones de participación alcanzadas entre sus seguidores por cada publicación realizada por una compañía y observado el conjunto de redes sociales rastreadas; en la figura 2, observamos que a la cabeza se sitúa la OTA internacional *Booking.com* con 1.400 acciones de participación por publicación, con un descenso interanual del -21,10%; seguida de la presencial *Viajes El Corte Inglés*, con 579 acciones de participación por publicación, con un descenso interanual de -27,40%

**Figura 2.** Engagement total por publicación en Facebook, Instagram, Twitter y Youtube en las principales agencias de viajes tradicionales y OTA presentes en el mercado español

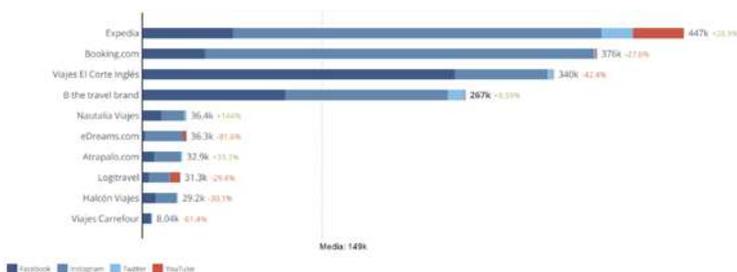


Fuente: elaboración propia (2021)

## Datos globales de *applause rate* en redes sociales de agencias de viajes presenciales y OTA operando en el mercado español

Kaushik (2012) señala que las medidas de aprobación son una señal de que el contenido publicado por una compañía va por el camino correcto y muestra el nivel de atracción y aprobación que dicho contenido ha alcanzado entre los seguidores de la marca. Todas las redes sociales tienen sistemas que permiten al usuario mostrar su aprobación ante el contenido publicado por una compañía. De este modo la *applause rate* o tasa de aprobación mide el número de “likes” (me gusta) que obtiene cada publicación en las diferentes redes sociales. Esos “me gusta” en Twitter, Instagram y Youtube se denominan likes y en Facebook son denominados *reactions* (reacciones). En la figura 3, observamos que la mayor *applause rate* la alcanzan las OTA internacionales Expedia y Booking.com. La primera con 447.000 muestras de aprobación, con una mayor actividad en Instagram, seguida de Facebook. En segunda posición, Booking.com logra 376.000 muestras de aprobación y un descenso interanual de -27,6%. La tercera posición la ocupa la agencia tradicional Viajes El Corte Inglés, con 340.000 muestras de aprobación y un descenso interanual del -42,4%.

Figura 3. Applause Rate en Facebook, Instagram, Twitter y Youtube en las principales agencias de viajes tradicionales y online presentes en el mercado español



Fuente: elaboración propia (2021)

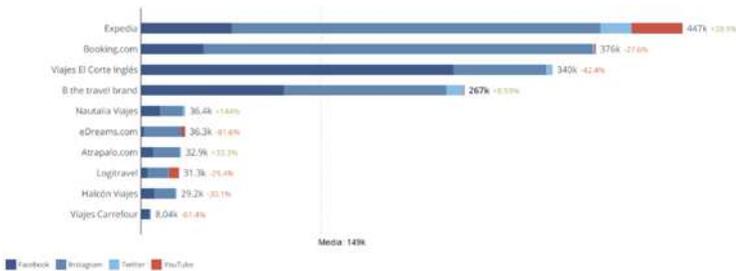
## Conversation rate en redes sociales de agencias de viajes presenciales y OTA operando en el mercado español

A continuación valoramos la *conversation rate* (tasa de conversación) en Facebook, Instagram, Twitter y Youtube, a través de la cual y siguiendo a

Kaushik (2012) se contabiliza el número de comentarios o respuestas emitidos por los seguidores de una marca en base a las publicaciones que realiza; por lo que una alta tasa de conversación requiere una comprensión más profunda de quién es la audiencia a la que nos dirigimos, cuáles son los atributos de nuestra marca, en qué es buena, qué valor puede agregar a sus seguidores y al ecosistema en el que participa. Por ello, alcanzar tasas de conversación significativas con la audiencia tiene un alto valor para las compañías y a nivel de marketing tiene un coste que no se puede comprar.

Como muestra la figura 4, observamos que a la cabeza se sitúan las OTA internacionales *Expedia* y *Booking.com*, seguidas de la agencia de viajes tradicional *Viajes El Corte Inglés*. *Expedia* alcanza 447.000 comentarios y/o respuestas emitidas por sus seguidores a las publicaciones realizadas por la compañía, siendo *Instagram* la red social donde se registra mayor actividad. *Booking.com* alcanza 376.000, con un descenso interanual del -27,6% y concentrando en *Instagram* el grueso de la actividad. En tercera posición, *Viajes El Corte Inglés*, alcanza 340.000, con un descenso interanual del -42,4% y concentrando la actividad en *Facebook*.

**Figura 4.** Conversation Rate en Facebook, Instagram, Twitter y Youtube en las principales agencias de viajes tradicionales OTA presentes en el mercado español



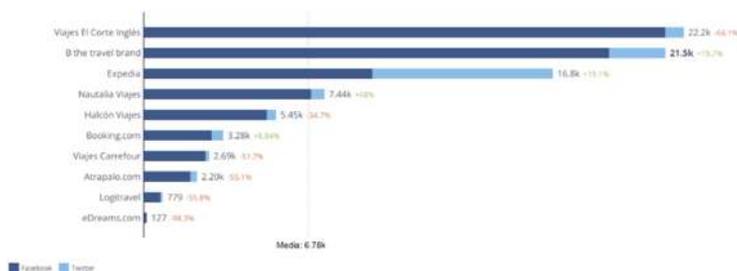
Fuente: elaboración propia (2021)

### Amplification rate en redes sociales de agencias de viajes presenciales y OTA operando en el mercado español

Por último, es necesario prestar atención a la tasa de amplificación (*amplification rate*) que cuantifica cómo los seguidores de una marca toman contenido de ésta y lo comparten con otros usuarios; exponiéndolo a nuevas audiencias sin necesidad de que la compañía tenga que realizar inver-

sión económica; de modo que una tasa de amplificación elevada indica que los seguidores de una marca han tomado la decisión de vincularse activamente con la organización compartiendo contenido entre sus pares (Kaushik, 2012). Así, en la figura 5, observamos en cuanto a la *amplification rate* para Facebook y Twitter, que a la cabeza se sitúa *Viajes El Corte Inglés* con un total de 22.200 acciones entre Facebook *post shares* y *re-tweets* en Twitter, con un descenso interanual de -66,10% y con Facebook como protagonista de estas interacciones. En segundo lugar se sitúa *B the travel brand* con 21.500 acciones y con Facebook como principal red social. En tercera posición se sitúa la *OTA Expedia*, con 16.800 acciones y una casi idéntica actividad tanto en Facebook como en Twitter.

Figura 5. Amplification Rate en Facebook y Twitter en las principales agencias de viajes tradicionales y OTA presentes en el mercado español



Fuente: elaboración propia (2021)

## Conclusiones

Una vez realizado nuestro análisis podemos concluir que entre las agencias de viajes españolas o que operan en España no existe uniformidad en las estrategias de marketing digital llevadas a cabo a través de redes sociales; apreciándose gran disparidad entre las distintas marcas comerciales del ámbito presencial y virtual analizadas en términos de audiencia, número de publicaciones, *engagement* total, *engagement* total por publicación, y tasas de aprobación, conversación y amplificación. Resultando necesario una mejor planificación de las acciones puestas en marcha; dado que como avanzaban Van Asperen, et al. (2018) en el sector de las agencias de viajes, el grado de compromiso de los clientes con las actividades de la empresa en las redes sociales muestra una relación positiva parcial entre

la participación en las redes sociales y la lealtad del cliente; resultado preciso involucrar y conectar con los consumidores para tratar de desarrollar el valor de los mismos hacia un negocio; puesto que esto se traduce en clientes leales, duraderos en el tiempo y dispuestos a gastar más dinero. Por ello, es esencial que las agencias de viajes promuevan su imagen de marca y mejoren su reputación empleando las redes sociales para aumentar la fidelización de sus clientes y contribuyendo a aumentar su confianza en el proceso de toma de decisiones (Abou-Shouk y Hewedi, 2016).

## Referencias

- Abou-Shouk, M. A. y Hewedi, M. M. (2016). Antecedents and Consequences of Social Media Adoption in Travel and Tourism: Evidence from Customers and Industry. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10(2), 652-659.
- Barbe, D., Neuburger, L. y Pennington-Gray, L. (2020). Follow Us on Instagram! Understanding the Driving Force behind Following Travel Accounts on Instagram. *E-review of Tourism Research*, 17(4), 592-609.
- Briciu, A. y Briciu, V. A. (2020). Participatory Culture and Tourist Experience: Promoting Destinations Through YouTube. En *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 425-433). Springer.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B. y Ilic, A. (2011). Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252-271.
- Burgess, J. y Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. John Wiley & Sons. Polity Press.
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M. y Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and Teacher Education*, 96, 103149, 96, 1-14.
- Castelló-Martínez, A. (2012). Del ROI al IOR el retorno de la inversión de la comunicación empresarial y publicitaria en medios sociales. III Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación AE-IC 2012 Tarragona "Comunicación y riesgo", Tarragona.
- Cerchia, E. (2016). Social Media-A strategy in developing customer relationship management. *Procedia Economics and Finance*, 39, 785-790.
- Chilembwe, J. M., Mweiwa, V. R. y Mankhomwa, E. (2019). Role of Tour Operators in Destination Tourism Marketing in Malawi. En *Strategic Perspectives in Destination Marketing* (pp. 295-321). IGI Global.

- Communications, A. T. (2019). *Digital tourists: the most influential tourism brands on social media*.
- Ćurlin, T., Jaković, B. y Miloloža, I. (2019). Twitter usage in Tourism: Literature Review. *Business Systems Research*, 10(102-119).
- Durrani, N. M., Zaur, F. Q., Alam, U., Usmani, Q., Khan, R. y Khan, N. K. (2019). Competitor Analyzer: a system that updates users about business rival groups and their strategies. 4th International Conference on Emerging Trends in Engineering, Sciences and Technology (ICEEST), Karachi, 10th-11th December 2019.
- Fisher, T. (2009). ROI in social media: A look at the arguments. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 16(3), 189-195.
- Florido, M. Á. (2019). *Curso de marketing digital*. Anaya Multimedia.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R. y Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior, 69(12). *Journal of business research*, 69(12), 5833-5841.
- Griffin, J. y Tung, W.-F. (2018). Social Media Analysis for Travel YouTube Creators. Proceedings of the 24th Cross Strait Conference of Information Management Development and Strategy (CSIM 2018), Hong Kong, August 24-26.
- Guerreiro, C., Viegas, M. y Guerreiro, M. (2019). Social Networks and Digital Influencers: Their Role in Customer Decision Journey in Tourism. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 7(3), 240-260.
- Haustein, S. (2019). Scholarly twitter metrics. En *Springer handbook of science and technology indicators* (pp. 729-760). Springer.
- Hedeshy, R. H., Kumar, C., Menges, R. y Staab, S. (2020). GIUPlayer: A Gaze Immersive YouTube Player Enabling Eye Control and Attention Analysis. ACM Symposium on Eye Tracking Research and Applications (ETRA '20 Adjunct), Stuttgart, June 2020.
- Hou, Z., Cui, F., Meng, Y., Lian, T. y Yu, C. (2019). Opinion mining from online travel reviews: A comparative analysis of Chinese major OTAs using semantic association analysis. *Tourism Management*, 74, 276-289.
- Kamel, N. (2017). Managing Reputation Online: Engagement with Customer-Generated Reviews (Egyptian Travel Agencies Perspective). *Tourism Research Institute*, 16(1), 117-134.
- Karami, A., Lundy, M., Webb, F. y Dwivedi, Y. K. (2020). Twitter and research: a systematic literature review through text mining. *IEEE Access*, 8, 67698-67717.

- Kaushik, A. (2012). Best Social Media Metrics: Conversation, Amplification, Applause, Economic Value. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers*, 37(4), 92-97.
- Kayumovich, K. O. (2020). Particular qualities use of social media in digital tourism. *Journal of Management Value & Ethics*, 10(01), 21-28.
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020 Global Overview Report*.
- Kim, J. y Fesenmaier, D. R. (2017). Sharing tourism experiences: The post-trip experience. *Journal of Travel Research*, 56(1), 28-40.
- Kingma, B. y McLure, K. (2015). Lib-value: Values, outcomes, and return on investment of academic libraries, phase III: ROI of the Syracuse University Library. *College & Research Libraries*, 76(1), 63-80.
- Levesque, N. y Boeck, H. (2017). Proximity marketing as an enabler of mass customization and personalization in a customer service experience. En *Managing Complexity* (pp. 405-420). Springer.
- Lo, Y. C. y Fang, C.-Y. (2018). Facebook marketing campaign benchmarking for a franchised hotel. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1705-1723.
- Mariani, M., Ek Styven, M. y Ayeh, J. K. (2019). Using Facebook for travel decision-making: an international study of antecedents. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(2), 1-42.
- Marques, J. O., Alves, A. M. y Martins, C. M. (2011). Co-creation: the travel agencies' new frontier. Book of proceedings of the International Conference on Tourism & Marketing Studies, Faro, 26-29 October.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Philander, K. y Zhong, Y. S. (2016). Twitter sentiment analysis: capturing sentiment from integrated resort tweets. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 16-24.
- Pérez-Vega, R., Taheri, B., Farrington, T. y O'Gorman, K. (2018). On being attractive, social and visually appealing in social media: The effects of anthropomorphic tourism brands on Facebook fan pages. *Tourism management*, 66, 339-347.
- Rather, R. A. (2019). Consequences of consumer engagement in service marketing: An empirical exploration. *Journal of Global Marketing*, 33(2), 116-135.
- Reino, S. y Hay, B. (2011). The use of YouTube as a tourism marketing tool. Proceedings of the 42nd Annual Travel & Tourism Research Association Conference, London, Ontario, Canada.,

- Rekhter, N. (2012). Using Social Network Sites for Higher Education Marketing and Recruitment. *International Journal of Technology and Educational Marketing*, 2(1), 26-40.
- Rishika, R., Kumar, A., Janakiraman, R. y Bezawada, R. (2013). The effect of customers' social media participation on customer visit frequency and profitability: an empirical investigation. *Information systems research*, 24(1), 108-127.
- Roberts, K. (2015). *Brand loyalty reloaded*. Saatchi & Saatchi.
- Salinas, J. G. (2020). Publicidad engañosa y la afectación a los derechos del consumidor en tiempo de Covid-19 en Perú. En Meriño, Martínez, E. y Martínez, C. (Ed.), *Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria*. (Vol. 29, Número 17, pp. 275-285). : Santa Bárbara – Zulia – Venezuela: Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental del Sur del Lago de Maracaibo Jesús María Semprún. Recuperado de: <https://www.cedinter.com/wp-content/uploads/2021/02/Ebook-Gestion-del-conocimiento-vol-29.pdf>
- Saxena, U. y Kumar, V. (2020). Yonder Glimpses: Role of Instagram in creating tourism branding. *Mukt Shabd Journal*, 9(4), 2500-2512.
- Sigala, M. y Gretzel, U. (2018). *Advances in social media for travel, tourism and hospitality: new perspectives, practice and cases*. Routledge.
- Süli, D. y Martyin-Csamangó, Z. (2020). The impact of social media in travel decision-making process among the Y and Z generations of music festivals in Serbia and Hungary. *Turizam*, 24(2), 79-90.
- Tuten, T. L. Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage.
- van Asperen, M., de Rooij, P. y Dijkmans, C. (2018). Engagement-based loyalty: The effects of social media engagement on customer loyalty in the travel industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 19(1), 78-94.
- Vargas-Sánchez, A. y Elizondo, D. (2019). Smartness and social networks as shapers of the tourism industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(6), 748-759.
- Yun, G. W., Allgayer, S. y Park, S.-Y. (2020). Mind Your Social Media Manners: Pseudonymity, Imaginary Audience, and Incivility on Facebook vs. YouTube. *International Journal of Communication*, 14, 3418-3438.





# **Análisis de la internacionalización de productos a través de la alianza directa de productores colombianos y retails extranjeras**

*María José Hernández Lozano*

Estudiante del último semestre del Programa de Negocios Internacionales de la Universidad del Sinú

*Manuel Antonio Pérez Vásquez*

Doctor en Ciencias Sociales Mención Gerencia. Magíster en Negocios Internacionales. Máster MBA en Administración y Dirección de Empresas. Docente Investigador Universidad del Sinú. Grupo CUS.  
Correo: manuelperezv@unisinu.edu.co

*Mabel Escorcía Muñoz*

Postdoctora en Procesos Sintagmáticos de la Ciencia de la Investigación. Doctora en Ciencias Sociales Mención Gerencia. Magíster en Educación

## **Resumen**

El artículo, plantea como propósito central, analizar la internacionalización de productos nacionales, a través de la alianza directa de productores colombianos y retail extranjeras. La investigación, es de tipo cualitativa, y se apoya en la recolección de información de fuente de tipo secundaria, en el cual, se hace una teorización de las retail y las alianzas estratégicas, y se muestra la evidencia empírica de un caso de estudio que se relaciona con el tema propuesto, y específicamente, se hace énfasis, en las alianzas estratégicas de las PYMES colombianas dentro del contexto de internacionalización de las retail. Se concluye, que las alianzas directas entre productores colombianos y retail extranjeras, además de la compartición

de beneficios económicos entre los asociados, se requiere, que los proveedores nacionales, logren un mayor campo de acción en el desarrollo de estrategias para generar aumento de ventas, reconocimiento de marca y de posicionamiento de mercado, lo cual, dichas alianzas deben establecer unas relaciones de gana - gana, y el que se posibilite, un aprendizaje mayor a través del intercambio de experiencias a nivel internacional.

**Palabras claves:** alianzas, proveedores, mercados, retail, internacionalización.

## *Analysis of the internationalization of products through the direct alliance of Colombian producers and foreign retailers*

### **Abstract**

The article raises as a central purpose, to analyze the internationalization of national products, through the direct alliance of Colombian producers and foreign retailers. The research is qualitative and is based on the collection of information from a secondary source, in which a theorization of retail and strategic alliances is made, and the empirical evidence of a case study is shown. It is related to the proposed theme, and specifically, emphasis is placed on the strategic alliances of Colombian SMEs within the context of internationalization of retail. It is concluded that the direct alliances between Colombian producers and foreign retailers, in addition to the sharing of economic benefits among the associates, requires that national suppliers achieve a greater field of action in the development of strategies to generate increased sales, brand recognition and market positioning, which, such alliances must establish win-win relationships, and, where possible, greater learning through the exchange of experiences at an international level.

**Keywords:** alliances, suppliers, markets, retail, internationalization.

### **Introducción**

La globalización del mercado mundial ha sido un escenario favorable para la internacionalización del comercio minorista. En muchos casos,

las empresas minoristas se enfrentan al problema del crecimiento limitado de las ventas en aras de la saturación en el mercado nacional, y la entrada en los mercados extranjeros se considera una estrategia de crecimiento sostenible. En los últimos años, el retail o comercio minorista, ha tomado auge a nivel internacional, presentándose una fuerte competitividad, que ha conllevado a que algunas, cambien sus formas de hacer negocios en otros países o de que recurran a alianzas con productores o proveedores, en pro de lograr mayores beneficios en su cadena de suministro de los clientes finales. La comercialización minorista, implica, la venta de productos y la operación de muchas tiendas en otras regiones, mediante inversiones extranjeras directas, acuerdos de licencia, y en ocasiones participando en empresas conjuntas y alianzas operativas, entre otros aspectos (Dawson, 1994). Las retail extranjeras, debido a su alto volumen de ventas a nivel mundial (Ver tabla 1), dinamizan la economía nacional en su conjunto, debido a la contribución que hacen al PIB.

**Tabla 1.** Ranking de las 10 empresas más destacadas en el 2018

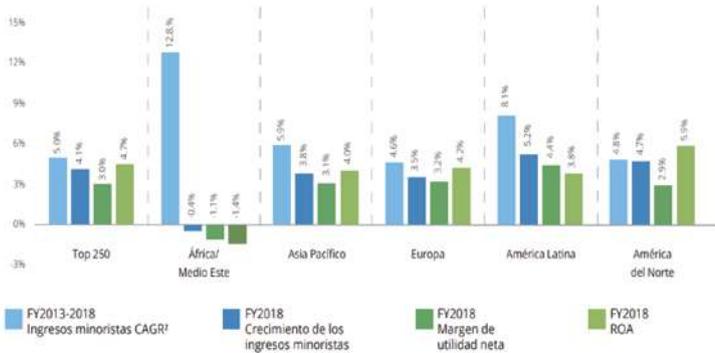
| Rango Top 250                                   | Cambio en el rango | Nombre de la empresa           | País de origen | FY2018 Ingresos minoristas (USD\$M) | FY2018 Crecimiento de ingresos minoristas | FY2018 Margen de utilidad neta | Retorno sobre activos | FY2013-2018 Ingresos minoristas CAGR* | N° de países de operación | % de Ingresos de operaciones en el extranjero |
|---|--------------------|--------------------------------|----------------|-------------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------|---|
| 1   | ↔                  | Wal-Mart Stores, Inc.          | EE.UU.         | 514,405                             | 2.8%                                      | 1.4%                           | 3.3%                  | 1.6%                                  | 28                        | 23.7%   |
| 2   | ↔                  | Costco Wholesale Corporation   | EE.UU.         | 141,576                             | 9.7%                                      | 2.2%                           | 7.8%                  | 6.1%                                  | 11                        | 27.8%   |
| 3   | ↑ +1               | Amazon.com, Inc.               | EE.UU.         | 140,211                             | 18.2%                                     | 1.0%                           | 1.5%                  | 18.1%                                 | 16                        | 31.2%   |
| 4   | ↑ +1               | Schwarz Group                  | Alemania       | 121,581                             | 7.6%                                      | n/a                            | n/a                   | 7.1%                                  | 30                        | 65.0%   |
| 5   | ↓ -2               | The Kroger Co.                 | EE.UU.         | 117,527 <sup>a</sup>                | -1.2%                                     | 2.5%                           | 8.1%                  | 3.6%                                  | 1                         | 0.0%  |
| 6   | ↑ +1               | Walgreens Boots Alliance, Inc. | EE.UU.         | 110,673                             | 11.7%                                     | 3.8%                           | 7.4%                  | 8.9%                                  | 10                        | 11.1%   |
| 7   | ↓ -1               | The Home Depot, Inc.           | EE.UU.         | 108,203                             | 7.2%                                      | 10.3%                          | 25.3%                 | 6.5%                                  | 3                         | 8.1%  |
| 8   | ↔                  | Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG    | Alemania       | 106,175 <sup>a</sup>                | 3.2%                                      | n/a                            | n/a                   | 6.7%                                  | 19                        | 66.3%   |
| 9   | ↔                  | CVS Health Corporation         | EE.UU.         | 83,989                              | 5.8%                                      | n/a                            | n/a                   | 5.1%                                  | 2                         | 0.8%  |
| 10  | ↔                  | Tesco PLC                      | RUJ            | 82,799                              | 11.3%                                     | 2.0%                           | 2.7%                  | 0.1%                                  | 8                         | 20.9%   |
| Top 10 <sup>b</sup>                             |                    |                                |                | 1,527,140                           | 6.3%                                      | 2.5%                           | 5.3%                  | 4.9%                                  | 12.8                      | 25.8%   |
| Top 250 <sup>c</sup>                            |                    |                                |                | 4,744,012                           | 4.1%                                      | 3.0%                           | 4.7%                  | 5.0%                                  | 10.8                      | 22.8%   |
| Top 10 de las 250 principales ventas minoristas |                    |                                |                |                                     | 32.2%                                     |                                |                       |                                       |                           |   |

Fuente: Deloitte (2019)

Según la tabla 2, Walmart, es la compañía con mayor nivel de ventas a nivel mundial dentro del sector retail, con un crecimiento interanual de los ingresos minoristas de 2.8%, y una de las estrategias ganadoras de la empresa, es el hecho de centrarse en el comercio electrónico, y tal condición le ha generado un crecimiento significativo de las ventas a nivel mundial. La retail ha adquirido otras empresas minoristas especia-

lizadas en ciertos segmentos de mercado, para fortalecer la experiencia de la compañía en el comercio exterior. Sigue en un segundo lugar, dentro del ranking de mejores empresas a nivel mundial, la retail Costco, que logró un alto crecimiento de ingresos del 9.7 %, debido a la apertura de 21 nuevos almacenes y aumento en el tráfico de clientes. La tercera compañía en el ranking es Amazon.com, con un crecimiento de ingresos minoristas de 18.2 %, debido al aumento de ventas minoristas en Estados Unidos y Alemania, realizando inversiones en logística, aumentando sus flotas de transporte aéreo de carga y entrando a nuevos nichos de mercado, y haciendo lanzamiento de nuevas tiendas para proveer nuevos productos a nivel global (Deloitte, 2019).

**Figura 1.** Crecimiento de los ingresos minoristas y rentabilidad por región



Fuente: *Deloitte (2019)*.

Según la gráfica 1, la región de África y medio Oeste, registra una mayor tasa anual de cinco años (12.8 %), y más alta en comparación con las otras regiones del mundo, además de ello, se establece, que la economía se dinamiza debido a la contribución del sector minorista al PIB de toda la región. América Latina, también muestra una tasa anual significativa (8.1 %), denotando un crecimiento de los ingresos, la rentabilidad y un rendimiento de activo superior o mayor que el de las empresas en cualquiera de las otras regiones geográficas. En muchos casos, los ingresos provenientes de las empresas del sector retail, superan los del sector financiero. Asimismo, dentro de la lista de las 20 empresas con mayores ventas de retail del mundo, 11 son norteamericanas, 5 alema-

nas, 2 francesas, 1 japonesa y 1 británica. Solo 5 de estas 20 empresas globales tienen presencia en América Latina: Walmart, Carrefour, Home Depot, Sears y Costco. Las retail norteamericanas, se caracterizan por el manejo de grandes centros de distribución y tiendas de gran tamaño, en cambio las retail en China e India, existen muchas cadenas de tiendas en locales pequeños. En ese sentido, el formato minorista de los Estados Unidos es el más eficiente, debido a que no hay cadena de mayoro y el suministro de mercancía es más ágil. En cambio, las cadenas de retail en Europa, evidencian un modelo intermedio con respecto a los ya mencionados (Guerrero, 2012).

En el presente artículo, tiene como propósito central, el hacer un análisis de la la internacionalización de productos a través de la alianza directa de productores colombianos y retail extranjeras. En el desarrollo del artículo, se hace inicialmente, una conceptualización sobre las retail, para luego abordar el tema de las alianzas estratégica entre productores y retail y respectivamente, en otro apartado, se describe un caso de estudio que se relaciona con la temática propuesta. En la discusión, se hace énfasis en las características, ventajas y desventajas que trae consigo, la alianza directa de productores colombianos y retail extranjeras, y al final, se establecen las conclusiones del artículo, evidenciando, aquellos aspectos relevantes de la investigación.

**Tabla 2.** Ranking de las 10 empresas más destacadas en el 2019

| Top 250 rank | Change in rank | Name of company  | Country of origin | FY2019 retail revenue (US\$M) | FY2019 retail revenue growth | FY2019 net profit margin | FY2019 return on assets | FY2014-2019 retail revenue CAGR* | # countries of operation | % retail revenue from foreign operations |
|--------------|----------------|--|-------------------|-------------------------------|------------------------------|--------------------------|-------------------------|----------------------------------|--------------------------|--|
| 1            | ↔              | Walmart Inc.   | United States     | 523,964                       | 1.9%                         | -2.9%                    | 6.4%                    | 1.5%                             | 27                       | 23.2%                                    |
| 2            | ↑+1            | Amazon.com, Inc.   | United States     | 158,439                       | 13.0%                        | -4.1%                    | 5.1%                    | 12.7%                            | 17                       | 31.0%                                    |
| 3            | ↓-1            | Costco Wholesale Corporation   | United States     | 152,703                       | 7.9%                         | 2.4%                     | 8.2%                    | 6.3%                             | 12                       | 26.8%                                    |
| 4            | ↔              | Schwarz Group  | Germany           | 126,124                       | 8.6%                         | n/a                      | n/a                     | 7.4%                             | 33                       | 66.0%                                    |
| 5            | ↔              | The Kroger Co.   | United States     | 121,539                       | 1.0%                         | 1.2%                     | 3.3%                    | 2.3%                             | 1                        | 0.0%                                     |
| 6            | ↔              | Walgreens Boots Alliance, Inc.   | United States     | 115,994                       | 4.8%                         | 2.9%                     | 5.9%                    | 8.7%                             | 9                        | 9.9%                                     |
| 7            | ↔              | The Home Depot, Inc.   | United States     | 110,225                       | 1.9%                         | 10.2%                    | 21.9%                   | 5.8%                             | 3                        | 8.1%                                     |
| 8            | ↔              | Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG and Aldi International Services GmbH & Co. oHG | Germany           | 106,326 *                     | 5.6%                         | n/a                      | n/a                     | 6.4%                             | 19                       | 68.9%                                    |
| 9            | ↔              | CVS Health Corporation   | United States     | 86,608                        | 3.1%                         | n/a                      | n/a                     | 5.0%                             | 1                        | 0.0%                                     |
| 10           | ↔              | Tesco PLC  | United Kingdom    | 81,347                        | 1.4%                         | 1.5%                     | 1.9%                    | 0.8%                             | 8                        | 18.3%                                    |

\*Compound annual growth rate

† = estimate

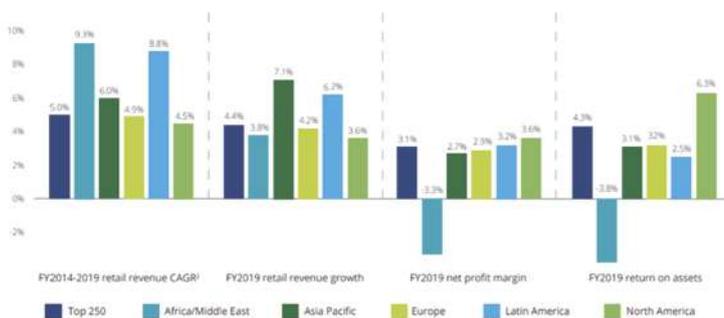
n/a = not available

Source: Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Global Powers of Retailing 2021: Analysis of financial performance and operations for fiscal years ended through 30 June 2020 using company annual reports, Supermarket News, Forbes America's largest private companies and other sources.

Fuente: Deloitte (2021).

De esta forma, se puede evidenciar en el gráfico de ranking de las 10 empresas más destacadas, el cual muestra la evolución y las perspectivas del sector de la distribución en el mundo. Además, permite analizar el comportamiento de los indicadores dentro del escenario económico global actual y el impacto que sufren las empresas en el ranking debido a la pandemia originada por el virus del COVID-19, el virus seguía amenazando la estabilidad económica, especialmente en aquellas partes del mundo en las que todavía estaba presente y amenazaba con ser un problema en otros lugares si se propagaban nuevas y virulentas cepas del virus.

**Figura 2.** Crecimiento de ingresos minoristas y rentabilidad por región.



Fuente: *Deloitte (2021)*.

De acuerdo con la figura 2, el cual tiene que ver con el crecimiento de ingresos minoristas y rentabilidad por región, se hace de forma más específica, es decir, la región de África registró la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) más alta en los cinco años del año fiscal 2014-2019 (9.3%), casi el doble de los 250 principales crecimientos compuestos. El crecimiento interanual fue inferior al de las 250 principales tasas de crecimiento, en 3.8%.

## Metodología

El presente artículo, presenta un análisis de tipo cualitativo, apoyado en la recolección de información de fuente secundaria (artículos indexados, textos, libros documentos oficiales e investigaciones internaciona-

les), en el cual, se analiza, el tema de las alianzas estratégicas entre productores nacionales y retail extranjeras. En el desarrollo del artículo, se hace una teorización de las retail y las alianzas estratégicas, y se muestra la evidencia empírica de un caso de estudio que se relaciona con el tema propuesto, y específicamente, se hace énfasis, en las alianzas estratégicas de las PYMES colombianas dentro del contexto de internacionalización de las retail.

## **Retail**

Según Morgenstein y Strongin (1992), el retail se define como "la venta de bienes y servicios a sus consumidores finales, es decir, individuos que compran algo para uso personal o doméstico" (p.5). Por su parte, Guerrero (2012), expone que:

La empresa de retail vende productos o servicios a clientes para su uso personal o familiar; son el último eslabón en la cadena de suministros, ya que enlaza a los productores con los clientes. Por lo tanto, la cadena de suministros está compuesta por un grupo de empresas que entregan sus productos o servicios al cliente final (p.191-192).

En este mismo orden de ideas, Según Sternquist (1998) existen cuatro categorías de minoristas, como son: el fuerte, el débil, el único y el estándar. El fuerte, es aquella empresa competitiva, que se dedica a posicionarse en un escenario internacional, y en donde, hay la posibilidad, de que los imitadores en el mercado interno lo copien y, por lo tanto, acabarán con sus posibilidades de crecimiento internacional en el futuro. Los débiles, son aquellas empresas que no puede mantener una participación de mercado en el mercado interno, no tiene otra opción que ingresar al mercado internacional para evitar una fuerte competencia (Sternquist, 1998). El único, que está referida, a que estas empresas tienen la oportunidad de expandirse tanto en empresas menos desarrolladas como desarrolladas, optan por poner más énfasis en los países desarrollados. Por último, El estándar, que aplican su formato a mayor escala o estándar para ingresar al mercado internacional. Estos minoristas utilizan una capacitación técnica profesional, lo que significa que capacitan a los empleados de ventas para brindar un mayor nivel de servicio. Por lo general, estas empresas se trasladan de países más desarrollados a países menos desarrollados.

La saturación de los mercados internos es un factor impulsor para que las retail, se interesen en la internacionalización, y en razón, a que esta ofrece atractivos beneficios como el crecimiento de la facturación, una mayor tasa de empleo y mayor capacidad de innovación (EIM 2010). Sin embargo, la internacionalización del retail, puede representar un gran desafío, ya que la mayoría de los minoristas carecen de una rutina para nuevos mercados exteriores. Johanson y Vahlne (1977, 2009), expone que la comercialización internacional de las retail es un proceso gradual de aprendizaje práctico, donde las empresas adquieren, integran y utilizan conocimiento experiencial para internacionalizar en el tiempo.

En cuanto a la comercialización minorista internacional, ésta se concibe, como una empresa o alianza, de tiendas u otras formas de distribución minorista en más de un país (Dawson 1994), y un ejemplo de ello, es la empresa Wal-Mart, que tiene presencia comercial a nivel minorista en varios países. Es bueno anotar, que los retail en el extranjero, deben cumplir con una serie de regulaciones y requisitos para cada país en el que consideran hacer negocios (Sternquis, 1998), y comúnmente, estas empresas, optan por exportar a países que son afines culturalmente o que son cercanos, debido a que ello requiere, menor aplicación de recursos logísticos o de capital. De acuerdo con Sternquist, (1998) y Czinkota & Ronkainen, (2001), es más probable que una empresa minorista elija un país cercano al mercado nacional para vender al por menor cuando considere la internacionalización. Las empresas tienden a ingresar primero geográficamente a mercados culturalmente cercanos, que son similares al mercado interno para reducir la distancia psíquica (O'Grady y Lane 1996; Elsner 2012). El comercio minorista internacional tiene contenido todos aquellos procesos para la comercialización de bienes o servicios en forma directa a los consumidores finales, por ello, es importante que el minorista tenga presencia física en el mercado en aquellos países de interés para expandir su oferta comercial a nivel mundial. Luego de iniciado el negocio en otra nación, las empresas minoristas, van adquiriendo experiencia y notoriedad de marca en cuanto a la internacionalización, y poco a poco, van expandiéndose otros países más distantes, lo que requiere mayores compromisos de recursos. En ese orden de ideas, se establece, el conocimiento del mercado experiencial de la propia empresa (Alexander & Mayers 2000). Según Sternquist (1998), el éxito de las empresas minoristas reside en el valor agregado que se les entrega a los clientes, a través del desempeño de funciones

o actividades, y se caracteriza este valor agregado, por centrarse en las necesidades y valores de los clientes, y puede comprender elementos tanto tangibles como intangibles o simbólicos.

En los últimos años, a nivel internacional, se han identificado cuatro tipos de alianzas que son: a) Alianzas establecidas por motivos de desarrollo, como un acuerdo entre minoristas de cooperación en proyectos específicos, b) Grupos de compra, donde los miembros colaboran en la compra, lo que aumenta su influencia en el productor; c) Alianzas establecidas sobre conocimientos y habilidades, donde los minoristas se involucran en cognición y sentido técnico con otros; y c) Grupos multifuncionales, que combinan los elementos de los tres tipos de alianzas anteriores y donde los miembros individuales pueden aumentar las ventajas estratégicas al participar en competencias, como la información tecnologías y sistemas (Akehurst & Nicholas, 1995, p. 47).

La internacionalización minorista ha sido un tema de interés investigativo desde 1990 (Gomes, Teixeira Carneiro y Secches Kogut 2017), en el cual, se hace énfasis, en temas como motivación e incentivos de internacionalización (Alexander 1990; Corstjens y Lal 2012), selección de mercado (Swoboda et al., 2007), canales de mercado (Agatz, Fleischmann y Van Nunen 2008; Huang y Sternquist, 2007), estrategias de modo de entrada (Agarwal y Ramaswami 1992; Doherty 1999; Picot-Coupey, Burt y Cliquet 2014) y formato minorista (Swoboda y Elsner 2013). Por su parte, Swoboda y col. (2008), hacen diferenciación, entre procesos orientados al mercado y suministro de los procesos en cadena, de los cuales este último, incluye adquisiciones, operaciones y logística. Con respecto a la logística, se indica, que hay grandes dificultades cuando las empresas minoristas intentan adaptar sus sistemas logísticos a nuevos mercados extranjeros (Straube, Ma y Bohn 2008). En cuanto a los procesos orientados al mercado, éstos, necesitan el apoyo de los procesos de la cadena de suministro, para que la internacionalización tenga éxito (Swoboda, Foscht y Cliquet, 2008).

Las retail a nivel internacional, en atención a sus diferentes dimensiones y elementos, implementan estrategias e instrumentos, en el propósito de generar desarrollo en las economías nacionales que adoptan este tipo de empresas de carácter global (Ver tabla 2).

**Tabla 3.** Dimensiones que generan desarrollo a través de la adopción de las retail a nivel global

| Retail                     | Estrategia  | Instrumentos   | Retail Internacional  | Desarrollo  |
|----------------------------|---|--|---|---|
| Mercado objetivo y formato | Los retail se concentran en identificar las necesidades de los clientes y que se satisfagan de manera eficaz.   | Estudios e inteligencia de mercado.  | Inversión extranjera, alianzas estratégicas y fusiones.   | Generación de empleo.   |
| Finanzas                   | Una efectiva información financiera en función de tomar decisiones ágiles y oportunas.  | El "retorno sobre los activos", o ROA, el cual, se caracteriza, por el margen neto de utilidad y la rotación de los activos. | Negociación de márgenes de utilidad con proveedores internacionales                                   | Mayores ingresos a productores nacionales, debido a la venta directa.           |
| Ubicación                  | Lograr una ubicación donde haya alto flujo de tráfico y fácil acceso al local o tienda.   | Estudio socioeconómico donde se instalará el retail.   | Ubicación estratégica en los distintos países, teniendo en cuenta, similitudes culturales y cercanía. | Aumenta la dinámica comercial en las zonas donde se ubican los retail.          |
| Recursos humanos           | Contratar personal con alto nivel de experiencia y conocimiento sobre el producto, el servicio y la atención al cliente, entre otras competencias del personal. | Incentivos y promoción del talento humano.   | Los retail extranjeras poseen unos recursos humanos altamente calificados.                            | Oportunidad de mejoras del recurso humano de tipo laboral y competitivo.        |
| Sistemas de información    | Implementar sistemas para controlar el flujo de información en la sección de compras y de los proveedores.  | Planificación de recursos empresariales - ERP  | Aplicación de tecnologías sofisticadas para competir a nivel internacional.                           | Mayor flujo de información de clientes a nivel local, nacional e internacional. |

**Fuente:** *elaboración propia, adaptado de Guerrero (2012).*

## **Alianza estratégica entre productores y retail**

Las alianzas estratégicas se caracterizan por un común acuerdo entre las empresas en función de lograr cooperación de tipo productiva o logística al comercializar o distribuir de los productos, y en el cual, se plantea, que dichas alianzas conlleven obtener ventajas competitivas a ambas empresas. Este tipo de unión estratégica entre empresas incluye la transferencia de conocimientos y colaboración entre las mismas (Vattikoti y Razak, 2018). Además de ello, las alianzas tienen como objetivo, el reducir costos operacionales y minimizar riesgos en áreas como las relaciones con los proveedores y dar una respuesta eficaz a frente a los cambios económicos y (Khanna, 2018). Las alianzas estratégicas, están orientadas a que las empresas de cualquier sector logren un posicionamiento competitivo, explorar nuevos mercados y compartir el costo y el riesgo de las acciones empresariales o comerciales según el caso (Rothaermel, 2015). Estas alianzas estratégicas, son claves, porque generan crecimiento en las organizaciones que se unen, logran mayor nivel y agilidad de comercialización, el intercambio de experiencias, y el que se compartan costos y riesgos y la acción conjunta facilite el acceso a los mercados a nivel internacional para la venta de los productos y servicios (Vattikoti y Razak, 2018).

Según Mazarotto (2004), el retail se dedica a dos tipos de operación en el mercado, uno, referido a la distribución de los productos y otra, a la adquisición de estos por medio de la contratación con proveedores. En Colombia, esta contratación productores o proveedores está regulada en el numeral 1 del artículo 20 del Código de Comercio, y es una relación de naturaleza mercantil (conforme al 20), por lo que está regida por esta normatividad. En este tipo de acuerdos formales, se dan diversas modalidades de obligación contractual, como la compraventa, los suministros, las consignaciones y las comisiones. En algunos casos, dentro de tales contratos, existen estipulaciones específicas, acerca de tarifas acorde con la ubicación de las góndolas por parte de los proveedores. En los acuerdos entre productores y retail, existen los contratos verticales, en el cual, se hacen especificaciones de los precios lineales, según cantidades de compra y en razón a situaciones específicas. En esta negociación, se resaltan los descuentos, recargos y exenciones, entre otros aspectos. Según Coloma (2003), estos acuerdos se fundamentan en un aumento de la eficiencia y un mayor poder de mercado. Según Amézquita y Patiño (2011):

Una externalidad vertical que se evidencia en el estudio del sector retail es que si éste asume la totalidad de los costos marginales de publicidad y promoción de los productos que se ofrecen en el almacén a los consumidores, esta actividad termina generando beneficios marginales no sólo a los distribuidores sino también a los productores (p.20).

Sin dudas, el incremento de las ventas de los productos en las empresas minoristas no solo genera beneficios económicos a los proveedores, sino también, el logro de mayor publicidad de los productos. Sin embargo, en algunos casos el retail, establece como condición, de que el productor o proveedor, asuma ciertos cargos, como lo es, el de la publicidad de letreros, avisos, estanterías, adquisición de espacios para la venta, en ese sentido, el costo marginal de la actividad, la asuma el proveedor. En el caso colombiano, la asunción de tales costos, por parte de las PYMES proveedoras se dificulta, ya que estos regularmente, no poseen la capacidad económica para suplir esta demanda para el suministro. En ese orden de ideas, en algunos contratos entre el retail y sus proveedores, se compromete este último, con la publicidad y promoción de la mercancía, por lo cual, tal condición puede considerarse como ventajosa para la empresa retail, al aminorar ciertos costos en la comercialización directa a los clientes finales, y para el caso de los productores, dicha publicidad, favorecería la imagen de marca de sus productos. En relación al poder de negociación entre retail y proveedores, en muchos casos, se deriva del volumen de compra a proveedores, por lo tanto, si el retail, logra una mayor cuota de participación en el mercado, mayor será su poder de negociación con respecto a quienes proveen los productos. Al respecto, Mazzarotto (2004), expone que la empresa minorista, que tiene más poder de compra que la competencia, logra con ello, un mejor trato, precio y disposición de suministro por parte de los proveedores. En ese sentido, las empresas minoristas de mayor participación en el mercado internacional, por lógica, tendrán mayor poder de negociación con los proveedores nacionales. Al respecto, la Comisión Europea en la Decisión 1999/674/, indica que:

Las condiciones favorables de compra pueden ser utilizadas de diversas maneras para mejorar su posición en el mercado de la distribución (...) la mejor posición en el mercado de distribución se traduce en una mejora de las condiciones de compra (...)"El ejercicio del poder negociador del retail sustentado en su posición dominan-

te en el mercado de distribución, genera negociaciones cuyo resultado es ineficiente, ya que el retail podría terminar apropiándose de una mayor parte de las ganancias generadas por el intercambio, utilizando como instrumento la imposición de prácticas restrictivas verticales a sus proveedores y abusos de posición dominante. (Rewe/Mein Decision 1999/674/parr. 72 y 73).

El párrafo anterior, indica, que los retail extranjeros, debido a su gran poder de compra y de distribución se favorecen en mayor grado de las condiciones de intercambio con los proveedores, al imponerles ciertas prácticas restrictivas verticales, y ello se traduce, en que las retail, establecen condiciones unilaterales a sus proveedores, dificultades de acceso de productos y de aceptación de obligaciones adicionales que son contrarias a la naturaleza del negocio, como también, los acuerdos verticales de precios, y todo este tipo de prácticas restrictivas debido a la posición dominante, traen consigo, afectación a los productores que suministran mercancías a los retail, tales como: mayores barreras de entrada de ciertos productos, exclusión de proveedores, reducción de la competencia entre marcas limitación de venta a los productores nacionales , entre otros aspectos.

En las retail, se desarrolla la competencia entre las marcas propias y las de nivel secundario en el mercado nacional, y al respecto, Dobson (1998), expone, que las marcas privadas reducen la innovación en productos, debido a la imitación de las marcas a nivel nacional. Por su parte, Borghesani et al. (1997), indica que, en los mercados minoristas, existen varios productores con marcas fuertes, una significativa de proveedores de marcas más pequeñas, y algunos de marca propia, que se dedican a copiar o modificar los productos de la competencia. Ante el peso que tienen las marcas propias de algunas empresas, algunos proveedores recurren a establecer precios más bajos, y ello, les permite competir con este tipo de marcas ya posicionadas en el mercado. En el caso de las PYMES, estas comúnmente, no aplican valores agregados diferenciadores a los productos o que sean innovadores para el mercado minorista, debido a que no poseen un bien nivel tecnológico que le permita producir con alta calidad. En consideración a esto último, las retail, debido a su posición dominante en el mercado, pueden exigir mayores niveles de calidad a los proveedores, siendo esto una restricción en la comercialización de muchos de ellos. De igual manera, los retail, utilizan de forma estratégica, la información obtenida del comportamiento

o gasto de los consumidores, y con estos datos, proveen promociones más eficientes, y ello a la vez, ejerce presión a los proveedores de que produzcan bienes de alta calidad a bajos costos unitarios, debido a que seleccionan a éstos, acorde a sus habilidades de producción. Según Dobson (1998), la marca propia ha generado mayor poder de mercado a los retail, y en el cual, se indica, que las marcas privadas presentan menores precios que las marcas nacionales, por lo tanto, estas últimas, se afectan de manera negativa en la comercialización de los productos a nivel minorista (Hoch, 1996., Wills y Mueller, 1989).

En muchos casos, las restricciones verticales impuestas por los retail los productores, es parte del dominio del poder de mercado de las cadenas minoristas, al lograr obtener mayores utilidades en las transacciones de intercambio, y en el caso de los consumidores, podría haber beneficio para ellos, derivados de estas prácticas verticales impuestas por el retail, ya que los clientes podrían obtener productos de calidad a bajos precios. A pesar de lo anterior, los productores pueden lograr ventajas en su negociación con los retail, como el hecho, de que sus productos puedan ser exhibidos con fuerza por las compañías minoristas. Por otra parte, el hecho, de que se incremente la venta de los productos de los distintos proveedores, representa para ellos, un mayor fortalecimiento comercial de sus mercancías, y en el caso de las retail en otros países, el volumen de venta da a conocer con mayor fuerza las marcas nacionales. Sin embargo, los retail comercializan productos de buena calidad, lo cual, tal condición, hace exigente una mayor calidad en los procesos productivos, debido a que éstos cuentan con departamentos de calidad que supervisan los productos de los proveedores. La seguridad del pago por parte de los retail es un aspecto favorable para los proveedores, y en muchos casos, estos pagos capitalizan la productividad de algunas empresas. Otra de las ventajas para los proveedores, reside en que cadenas extranjeras como Casino y Carrefour, debido a su alta participación en el mercado minorista, promocionan con fuerza los productos colombianos en el exterior. En razón a esto último, se valida las alianzas estratégicas entre productores nacionales y las retail extranjeras, no solo en el hecho de que se compartan beneficios económicos, sino también, porque el posicionamiento de los productos colombianos en el exterior posibilita la entrada de nuevos productos o marcas del país a nivel internacional.

En cuanto a las desventajas, de la negociación de los productores con las retail, se menciona, aquellos pagos diferidos de mercancía que pueden durar de 30 a 120 días, lo cual, conlleva, a que los productores, necesiten realizar una alta inversión en capital de trabajo, para sostener tal demanda de las retail (SIC, 2011). También se necesita, una significativa inversión, en elementos de infraestructura, publicidad o técnicos que son referidos a la venta de la mercancía en los puntos de venta de la retail, debido a que en muchos casos se exigen algunos requerimientos mínimos de tecnología.

**Tabla 4.** Ventajas de las alianzas estratégicas de los productores con las retails extranjeras

| Factores                   | Productores nacionales   | Retail Internacional   |
|----------------------------|--|--|
| Costos y riesgos           | Se reducen costos operacionales en la distribución y se minimizan los riesgos en áreas de distribución y comercialización. | Se logra la compartición de costos y riesgos en la comercialización internacional. |
| Comercialización           | Logran mayor nivel y agilidad de comercialización.   | Es mayor el poder de negociación con los proveedores.                              |
| Publicidad                 | Se logra mayor publicidad de los productos y marcas.   | Hay un fortalecimiento de la imagen de marca.                                      |
| Mercado                    | Mayor rentabilidad y exhibición de los productos nacionales en el exterior.  | Logran un posicionamiento competitivo mayor al explorar nuevos mercados.           |
| Productos                  | Se posibilita la entrada de nuevos productos o marcas del país a nivel internacional.                                      | Se logran establecer estrategias con precios más competitivos en el mercado.       |
| Conocimiento y experiencia | Logran un aprendizaje mayor a través del intercambio de experiencias   | Se genera una mayor eficiencia y mayor poder de negociación en el mercado          |

Fuente: elaboración propia (2021)

## Resultados

En función de darle validez empírica al tema tratado, se hace mención, de una investigación realizada por Castilla, Carrión y Huaroc (2017), en el cual, presenta el estudio de casos de la empresa chilena de vino “Viña Emiliana”, quien hizo una internacionalización de sus productos a través de la alianza estratégica directa con una retail especializada en venta

de vinos orgánicos en Estados Unidos. En lo metodológico, se aplicó la estimación del Valor Económico Añadido (EVA) y realizando un cálculo y análisis de los indicadores de crecimiento en utilidades, activos, costos de distribución y gastos administrativos como factores de evaluación. Los hallazgos obtenidos, indican que la asociación de “Viña Emiliana” con Wholefoods, Trader Joe’s y Erewhon Natural Foods Market, impulsó la rápida expansión de sus vinos en el mercado norteamericano, con un incremento de 18% en las ventas al cierre del año 2014, logrando así, márgenes de ganancia de 33% a 45% (Castilla, Carrión y Huaroc, 2017). El canal de distribución directo le permitió a la empresa de vinos una rápida expansión comercial del producto en dicho país, y al exonerar intermediarios en el canal de distribución, logro obtener un 98% del total de sus ventas en el mercado extranjero y el aumento de sus márgenes de ganancia por mejora de imagen como producto orgánico y chileno en el mercado americano.

Otra de las ventajas que se derivan de la alianza estratégica con las retail, es el hecho, de que se establece un canal directo, sin intermediario, que le permite a la empresa “Viña Emiliana”, manejar márgenes de ganancia diferentes a la de un canal tradicional, logrando mayor eficiencia y rapidez en la cadena de distribución hacia el consumidor final. Por otro lado, el canal de distribución directo le permite la empresa chilena de vinos, el lograr un mejor posicionamiento de la marca en el exterior, debido a que comercializa de forma directa con su etiqueta original en la botella, y a diferencia del canal de distribución tradicional, donde el distribuidor coloca una etiqueta informativa sobre la botella. En este tipo de alianza entre “Viña Emiliana”, y la retail, se fortalece la imagen corporativa de ambas, ya que por una parte, la retail adquiere notoriedad en los consumidores al comercializar un vino chileno de calidad y a un precio competitivo, además de promocionar el trabajo en equipo con productores chilenos, afianzando su buena imagen ante los clientes. En cuanto a los proveedores, a través del retail, éstos encuentran todo el apoyo logístico y comercial para posicionar con fuerza sus productos en la mente de los consumidores americanos, y con ello fortalecer de paso, su imagen corporativa a nivel internacional. También el canal de distribución directo es el más eficiente, en función de comercializar en un mercado más amplio, los vinos chilenos, logrando con ello, optimización de los costos de operación, incremento de utilidades y un mayor posicionamiento de la marca.

En atención al ejemplo anterior, se corrobora, que las alianzas estratégicas entre productores y la retail extranjera posibilita, no solo la expansión comercial de los productos nacionales en los mercados externos, sino que también, se incrementa la ganancia adicional y la rentabilidad de estos proveedores nacionales. Estos logros, que favorecen ambas partes, se derivan del propósito de internacionalizar un producto de alta calidad, con buena aceptación en el mercado extranjero y un apoyo logístico eficaz para su distribución hacia el consumidor final, por lo tanto, se concibe, que la alianza por sí sola de productores y de los retail, no genera el éxito, debido a que tal unión, debe estar garantizada, por la calidad, la aceptación de los consumidores y una logística de distribución acorde con las condiciones específicas de los mercados externos.

El bajo nivel de internacionalización de las empresas colombianas, se refleja en todos los niveles y formatos de comercialización, y en el caso de las grandes superficies de retail colombianas, se denota mayor interés por parte de estas, de afianzarse en el mercado nacional, atendiendo tanto la competencia internacional como a los distintos negocios minoristas (supermercados, las tiendas de barrio y los formatos de descuento duro), en el cual hay un desaprovechamiento de oportunidades comerciales, al no incursionar éstas, en el mercado internacional, y solo se resalta el Grupo Éxito, que tiene presencia internacional, aplicando modelos de inversión extranjera muy similares al resto de empresas de Latinoamérica y adquiriendo cadenas de retail en Brasil, Uruguay y Argentina.

En cuanto a los productores colombianos, las alianzas estratégicas con las retail extranjeras, puede ser un aspecto muy importante, en función de generar mayor rentabilidad de los productos y en el hecho de posicionar marcas en el mercado internacional. Sin embargo, debido a la posición dominante de mercado, de estas retail a nivel global, se pueden imponer condiciones contractuales limitantes a los propósitos de expansión comercial de los productores nacionales, y en algunos casos, se podrían hacer modificaciones a los contratos de manera unilateral, y ello la vez, dificultaría a estas empresas colombianas, la oportunidad de publicitar y posicionar sus marcas propias.

En Colombia, es manifiesto, las inconformidades o quejas por parte de los pequeños proveedores frente a la negociación comercial con los retail, por considerar los productores, que no hay igualdad de condiciones en dichas negociaciones, y al ser estas impuestas unilateralmente por

los retail, estos pequeños proveedores pueden llegar a ser discriminados o desplazados por otros con mayor tecnología, productividad o diferenciación en el mercado. Para el caso de las alianzas estratégicas entre productores colombianos y la retail extranjera, dentro del contexto de la internacionalización, se debe considerar, que estas últimas, exigen mayores requerimientos a los productores nacionales, en cuanto a que fabriquen productos de alta calidad, posean mayor capacidad productiva, en atención a la creciente demanda minorista en otros países y en relación, a suministrar productos innovadores o atractivos a los consumidores finales. Este tipo de condiciones impuestas, por parte de los retail extranjeros a los proveedores nacionales, deben ser compensados, por un incremento significativo de las ventas, un aumento de la rentabilidad y una mayor expansión comercial de los productos nacionales en los mercados internacionales. En lo que respecta a las marcas, se deben establecer acuerdos comunes que validen el posicionamiento comercial de los productos en el exterior, debido a que tal condición, es favorable para fortalecer la imagen corporativa de los productores y de las retail extranjeras.

## Conclusiones

El desarrollo de alianzas estratégicas entre productores nacionales y retail extranjeras, es muy similar, a otro tipo de negociaciones o fusiones a nivel internacional, en el cual, dos empresas comparten sus capacidades distintivas, hacen uso inteligente de sus recursos y generan nuevas formas de comercialización para adquirir ventajas competitivas en los mercados externos. En ese sentido, cuando las alianzas internacionales de las empresas operan de manera eficiente, éstas lograrán mayores beneficios económicos, expandir con mayor fuerza sus productos y posicionar su imagen corporativa en la mente de los consumidores.

Los beneficios de las alianzas estratégicas son muchos (reducción de costos, intercambio de tecnología, desarrollo de productos, acceso al mercado, entre otros) y en el caso particular de la alianza estratégica de los productores colombianos con las retail, el establecimiento de un canal directo, sin intermediario, le permitirá a los proveedores del país, logrará márgenes de ganancia diferentes a la de un canal tradicional, logrando mayor eficiencia y rapidez en la cadena de distribución hacia el consumidor final. Por otro lado, este tipo de alianzas facilitará que las

PYMES colombianas, logren un mejor posicionamiento de la marca en el exterior, debido a que comercializaran de forma directa sus productos con etiquetas originales.

La calidad, la innovación y la tecnología siguen siendo aspectos válidos, para que los productos colombianos, a través de la distribución de las retail extranjera, adquieran notoriedad y/o valoración en los consumidores de los mercados externos. Los productores nacionales, encuentran en la alianza estratégica con los retail, todo el apoyo logístico y comercial para posicionar con fuerza sus productos en la mente de los clientes en otros países, y con ello fortalecer de paso, su imagen corporativa a nivel internacional. En ese sentido, en las relaciones contractuales entre productores nacionales y retail extranjeras, no deben existir restricciones verticales, ni imposición unilateral o abuso de posición dominante, para evitar con ello, el que una de las partes que negocia, capture la mayor parte de las utilidades que se generen en la transacción, porque tal desequilibrio comercial, no está alineado con los propósitos de toda alianza estratégica, que es el mutuo beneficio y la sólida colaboración entre ambas partes que negocian dentro de un contexto de internacionalización de productos.

Las alianzas directas entre productores colombianos y retail extranjeras, además de la compartición de beneficios económicos entre los asociados, se requiere, que los proveedores nacionales, logren un mayor margen de negociación en procura de generar aumento de ventas, reconocimiento de marca y de posicionamiento de mercado, lo cual, dichas alianzas deben establecer unas relaciones de gana - gana, y el que se posibilite, un aprendizaje mayor a través del intercambio de experiencias a nivel internacional.

## Referencias

- Agarwal, S. y S. N. Ramaswami. (1992). "Elección del modo de entrada al mercado extranjero: impacto de los factores de propiedad, ubicación e internalización". *Revista de estudios empresariales internacionales* 1: 1-27. doi: 10.1057 / palgrave.jibs.8490257.
- Agatz, N. A., M. Fleischmann y J. A. Van Nunen (2008). "Cumplimiento electrónico y distribución multicanal: una revisión". *Revista europea de investigación operativa* 187 (2): 339-356. doi: 10.1016 / j.ejor.2007.04.024.

- Akehurst, G. y Nicholas A (1995). La internacionalización del comercio minorista, Franc Cass, Londres.
- Alexanders, N., Mayers H (2000). El proceso de internacionalización del retail. Revista de marketing internacional. Vol. 17. No. 4/5.
- Alexander N (1990). "Minoristas y mercados internacionales: motivos de expansión". Revista de marketing internacional 7 (4): 75-85.
- Amézquita G. y Patiño M (2011). Estudio Económico del sector retail en Colombia. Superintendencia de Industria y Comercio.
- Borhesani, W., De la Cruz P y. Berry D (1997), "Control de la cadena: poder, control distributivo y nuevas dinámicas en el comercio minorista", Business Horizons, vol. 40, núm. 4 (Juillet -août), págs.17-24.
- Castilla J., Carrión V. y Huaroc H (2017). Análisis de la internacionalización de productos a través de la alianza directa de productores chilenos y retailers extranjeras. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas.
- Coloma G (2003) Defensa de la competencia. Editorial Ciudad Argentina.
- Corstjens, M. y Lal R (2012). "El comercio minorista no cruza fronteras. Aquí le explicamos por qué y qué hacer al respecto". Harvard Business Review 2012 (abril): 104–11.
- Czinkota, M.R, Ronkainen I (2001). Negocios internacionales (6ª ed.) Forth Worth: Harcourt College Publishers.
- Dawson (1994). Internacionalización del minorista: una investigación empírica. Revista europea de marketing. Vol 26, No. 8/9 Internet www.dressmann.se www.hm.com.
- Deloitte T (2019). Las potencias globales del comercio minorista 2020. Informe Perspectivas Económicas Mundiales.
- Dobson P (1998), "The Economic Welfare Implications of Own Label Goods", Documento de trabajo 1998.IV, Escuela de Administración y Finanzas, Universidad de Nottingham, Nottingham, Reino Unido.
- Dobson P (1998), "The Economic Welfare Implications of Own Label Goods", Documento de trabajo 1998.IV, Escuela de Administración y Finanzas, Universidad de Nottingham, Nottingham, Reino Unido.
- Doherty A (1999). "Explicación de la estrategia del modo de entrada al mercado de los minoristas internacionales: teoría de la internalización, teoría de la agencia y la importancia de la asimetría de la información". The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research 9 (4): 379–402. doi: 10.1080 / 095939699342480.

- EIM (2010). PYMES. Bruselas: Comisión Europea. Eisenhardt, M., K. y E. M. Graebner. 2007. "Construcción de teoría a partir de casos: oportunidades y desafíos". *Academy of management journal* 50 (1): 25-32.
- Elsner S (2012) Internacionalización del comercio minorista. Wiesbaden: Springer Gabler. Esper, T., B. Fugate y B. Davis-Sramek. 2007. "Capacidad de aprendizaje en logística: mantenimiento de la ventaja competitiva obtenida mediante el apalancamiento logístico". *of Business Logistics* 28 (2): 57–81. doi: 10.1002 / j.2158-1592.2007.tb00058.x.
- Gomes RM, Teixeira C. y Secches K (2017). "Estudios de caso en la internacionalización de minoristas: una revisión de la literatura". *Internext: Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM* 12 (1): 16–32.
- Guerrero M (2012). Factores clave de éxito en el negocio del retail Ingeniería Industrial, núm. 30, pp. 189-205 Universidad de Lima, Perú.
- Hoch S (1996), "¿Cómo deberían pensar las marcas nacionales sobre las marcas privadas?", *Sloan Management Review*, vol. 37, Hiver, págs. 89-102.
- Huang Y. y B. Sternquist. (2007). "Decisiones de entrada al mercado exterior de los minoristas: una perspectiva institucional". *Revista de negocios internacionales* 16 (5): 613–629. doi: 10.1016 / j.ibusrev.2007.06.005.
- Johanson J. y Vahlne J (1977). "El proceso de internacionalización de la empresa: un modelo de desarrollo del conocimiento y aumento de los compromisos del mercado extranjero". *Revista de estudios empresariales internacionales* 8: 23–32. doi: 10.1057 / palgrave.jibs.8490676.
- Johanson J. y Vahlne J (2009). "Revisión del modelo del proceso de internacionalización de Uppsala: de la responsabilidad de la extranjería a la responsabilidad de la persona ajena". *Revista de estudios de negocios internacionales* 40: 1411–1431. doi: 10.1057 / jibs.2009.24.
- Khanna R (2018). Las alianzas técnicas como estrategia para crear conocimiento: análisis de patrones en las empresas farmacéuticas indias. *Journal of Business Thought* , 7 , 89-114.
- Mazzaratto (2004) Política de competencia hacia los minoristas: tamaño, poder de los mercados del vendedor y poder del comprador.
- Morgenstein M. y Stoning H (1992). Comercio minorista moderno: principios y prácticas de gestión (3º). Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice Hall; Londres: Prentice Hall International.
- O'Grady S. y Lane H (1996). "La paradoja de la distancia psíquica". *Revista de estudios de negocios internacionales* 27 (2): 309–333. doi: 10.1057 / palgrave.jibs.8490137.

- Picot-Coupey K, Burt S y Cliquet G (2014). "Elección del modo de expansión de los minoristas en los mercados extranjeros: antecedentes de la elección del modo de expansión a la luz de las teorías de internacionalización". *Journal of Retailing and Consumer Services* 21 (6): 976–991. doi: 10.1016 / j. jretconser.2014.08.018. Decisión Rewe / Mein 1999/674 / Comisión Europea, párr. (72) y (73).
- República de Colombia. Código de Comercio.
- Rothaermel FT (2015). *Gestión estratégica* . Educación McGraw-Hill.
- Sternqvist B (1998). Comercio minorista internacional. Nueva York: Publicación Fairchild.
- Straube F, Ma S. y Bohn M (2008). Internacionalización de Sistemas Logísticos. Heidelberg: Springer.
- Superintendencia de Industria y Comercio –SIC (2011) Investigación por prácticas comerciales restrictivas Expediente No. 10136113 Cuaderno Público No
- Swoboda B. y Elsner S (2013). "Transferencia exitosa del formato minorista a países extranjeros". *Revista de marketing internacional* 21 (1): 81–109. doi: 10.1509 / jim.12.0148.
- Swoboda B, Schwarz S. y Hälsig F (2007). "Hacia un modelo conceptual de selección de mercado de países: procesos de selección de minoristas y mayoristas de C&C". *Revista internacional de investigación sobre venta minorista, distribución y consumidores* 17 (3): 253–282. doi: 10.1080 / 09593960701368820.
- Swoboda B, Foscht T. y Cliquet G. (2008). "Procesos internacionales de la cadena de valor por minoristas y mayoristas: un enfoque general". *Journal of Retailing and Consumer Services* 15 (2): 63–77. doi: 10.1016 / j. jretconser.2007.05.005.
- Vattikoti K. y Razak A (2018). Un estudio empírico sobre alianzas estratégicas de empresas multinacionales en la era global moderna: un estudio de caso selecto. Artículo de investigación: 2018 Vol: 17 Edición: 4. Universidad de Osmania.
- Wills R. y Mueller V (1989), "Precio de marca y publicidad", *Southern Economic Review*, vol. 56, págs. 383-95.

# Determinación de los metabolitos de la Guanábana (*Annona muricata* L.) como estrategia para su valoración por las generaciones jóvenes en Campeche – México

*Marvel del Carmen Valencia Gutiérrez*

Doctora en Educación Humanista. Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma de Campeche. ORCID 0000-0002-3671-0296.  
Correo: mcvalenc@uacam.mx

*Magnolia del Rosario López Méndez*

Doctora en Educación Humanista. Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma de Campeche. ORCID: 0000-0002-7919-894X.  
Correo: marlopez@uacam.mx

*María de Jesús García Ramírez*

Doctora en Ciencias en Entomología y Acarología Agropecuaria. Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma de Campeche. ORCID: 0000-0002-2707 – 8081. Correo: mjgarcia@uacam.mx

*Suemi Guadalupe del Rosario Can Tun*

Maestra en Ciencias de la Educación. Profesora de Universidad Autónoma de Campeche. ORCID: 0000-0002-6058-9799.  
Correo: suemgcan@uacam.mx

*Luis Oswaldo Valencia - Rosado*

Doctor en Sistemas Inteligentes. ORCID: 0000-0200-9535-8093,  
Correo: luisoswaldo.valencia@outlook.com

## Resumen

La guanábana debe ser valorada por las generaciones jóvenes, puesto que este recurso nutritivo que se cosecha en el Estado de Campeche es muy utilizado en la región norte debido a que tiene propiedades curativas. La estrategia consiste en ofrecer pláticas a las generaciones jóvenes mostrando los resultados del tamizaje fitoquímico de las hojas. Los resultados del extracto acuoso a temperatura ambiente son fenoles, taninos, flavonoides, alcaloides, aceites esenciales, glucósidos cardiotónicos y azúcares reductores. En extracto acuoso caliente son fenoles, taninos, flavonoides, aceites esenciales, glucósidos cardiotónicos, azúcares reductores. En extracto etanólico a temperatura ambiente se obtienen fenoles, tánicos, flavonoides, alcaloides, aceites esenciales, glucósidos cardiotónicos, azúcares reductores. Finalmente, en extracto etanólico caliente resulta en fenoles, taninos, flavonoides, alcaloides, aceites esenciales, y glucósidos cardiotónicos. Utilizando esta información, se logra la competencia de sensibilizar sobre temas medio ambientales, para que se valore este recurso natural y que lo conserven aquellos jóvenes que lo tengan en su patio debido a las bondades.

**Palabras clave:** tamizaje, metabolitos secundarios, guanábana, *Annona muricata* L.

## *Determination of the metabolites of Soursop (Annona muricata L.) as a strategy for their assessment by young generations in Campeche – Mexico*

### Abstract

Soursop should be appraised by younger generations, given that this nutrituous resource which is harvested in the State of Campeche is widely used in the northern region because it has healing properties. The strategy is to offer talks to the younger generations, showing the results of phytochemical screening of the leaves. The results of the aqueous extract at room temperature are phenols, tannins, flavonoids, alkaloids, essential oils, cardiotonic glycosides and reducing sugars. In hot aqueous extract these are phenols, tannins, flavonoids, essential oils, cardiotonic

glycosides and reducing sugars. In ethanolic extract at room temperature, phenols, tannics, flavoniodes, alkaloids, essential oils, cardiotoxic glycosides, reducing sugars. Finally, in hot ethanolic extract phenols, tannins, flavonoids, alkaloids, essential oils, and cardiotoxic glycosides. By using this information, the competence to raise awareness about environmental issues is achieved, so this natural resource is appraised and therefore, the young people who have it in their yards preserve it due to its benefits.

**Keywords:** sifting, secondary metabolites, soursop, *Annona muricata*

## Introducción

El área de distribución natural de la *Annona muricata* L. es desde la región tropical del sur de México, Centro América, el norte de América del Sur y las Antillas. Hoy en día, crece en áreas tropicales y húmedas a nivel mundial ya que es una especie que climas húmedos, baja altitud, altitud y no es exigente en cuanto al suelo (Díaz, 2018). La *Annona muricata* L. "guanábana" (Annonaceae) es una fruta conocida por el poblador norteño peruano desde épocas prehispánicas (Leiva y Chang, 2018). La agroindustria en el Ecuador, no ha tenido el desarrollo adecuado que permita obtener una mayor oferta de Guanábana en sus 2 cosechas tanto para el mercado interno como para el mercado externo. En algunos casos el precio de una Guanábana de 2 kilos supera los 4 dólares, lo que ha convertido a esta fruta relativamente cara (Triviño, 2018) al igual que en México es una fruta con un valor alto a la compra. Por ejemplo, en el mercado principal de campeche, una Guanábana de aproximadamente un kilo o kilo y medio cuesta alrededor de 80 o 100 pesos.

La guanábana es uno de los frutos tropicales más sabrosos, ya que además que se puede consumir fresco como bebida refrescante (agua de guanábana y como licuado de guanábana con leche en el desayuno y/o la cena). La posibilidad de industrializarla es altamente factible, ya que con su pulpa se pueden elaborar néctares, yogures, helados, etcétera. Además, permite elaborar licores de alta calidad y preparar dulces, e independientemente de otras aplicaciones en medicina. Es rica en fósforo, calcio, hierro y vitaminas A, B1, B2, C y Niacina. El Árbol alcanza hasta 10m de altura. Ramifica desde su base y desarrolla una copa

algo cónica (Bolívar y Valencia, 2007). El fruto es un sincarpio a menudo asimétrico (encorvado) debido a la deficiencia en la polinización de los carpelos en el lado cóncavo. La asimetría también puede ser producida por ataque de insectos. Mide de 15 a 20 cm de largo por 10 a 25 cm de ancho llegando a pesar hasta 4 kilos, está cubierto de espinas suaves, volteadas hacia el ápice, de cáscara delgada y coriácea. La cáscara es verde oscuro, brillante y delgada; la pulpa de color blanca, jugosa, aromática, ligeramente ácida y de sabor agridulce a dulce, ver figura 1.

**Figura 1.** Fruto de guanábana en árbol



**Fuente:** Valencia (2008)

Las flores desprenden un fuerte olor a ocre, están compuestas por tres pétalos externos gruesos de 2 a 4cm de largo por lo mismo de ancho, acorazonados en la base que abren al amanecer cuando las anteras están iniciando la expulsión del polen. Los pétalos externos son de color verde y más pequeños y luego cambian a amarillo; los pétalos internos (color amarillento) duran algunos días más, ver figura 2.

En la licenciatura de Químico Farmacéutico Biólogo, en la asignatura de taller de emprendedores se tiene como objetivo valorar los recursos del patrimonio natural del estado para lograr en el nivel estratégico la competencia transversal de sensibilidad para temas medio ambientales, los estudiantes por su formación en área de la Salud comprenden lo importante que es la determinación de los metabolitos de los recursos naturales, que son los que proporcionan las bondades farmacológicas.

Figura 2. Flor de guanábana



Fuente: Valencia (2008)

La estrategia en esta asignatura para adquirir la competencia transversal de sensibilidad en temas medio ambientales consiste en que el estudiante debe conocer los metabolitos de los recursos naturales, en este caso la guanábana, primero se realiza un diagnóstico, por lo que se le pregunta al estudiante si conoce como es la planta, tallo, color, hojas, flores, semillas, fruta, donde las ha visto o se pueden encontrar como en el solar de los abuelos, cuáles y como las consume, si conoce el precio que tienen en el mercado o en el súper, de esta forma se obtiene información para que los jóvenes se interesen por conocer las propiedades farmacológicas, curativas o decorativas de un recurso del Patrimonio natural del estado. Una de las formas de difundir las bondades y propiedades de los recursos naturales es a través del estudio en un laboratorio conocido como tamizaje fitoquímico para determinar los metabolitos presentes (se obtiene las propiedades farmacológicas de los recursos naturales); y les permita entender porque la guanábana no solo es utilizada como fruta de postre, sino también la utilización de las hojas en la medicina tradicional maya.

El que los jóvenes reconozcan los usos de las diversas partes de la planta es relevante porque no solo se mantiene la tradición herbolaria y gastronómica sino también se fomenta la siembra, y utilización de la planta. Así mismo a través de pláticas, el estudiante obtiene información relevante acerca de su producción, consumo y conservación de la misma dentro de un desarrollo sustentable.

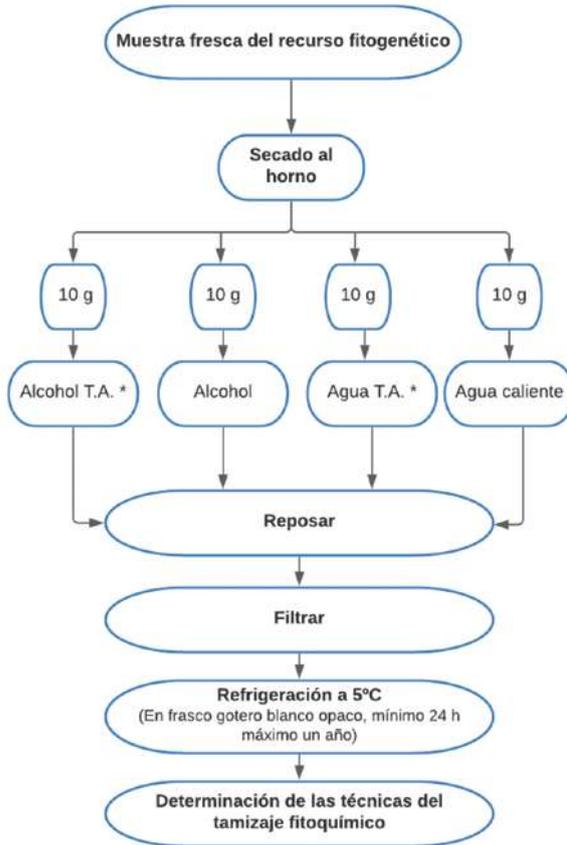
## Metodología

Se impartieron pláticas como estrategia en la asignatura de Taller de emprendedores grupo A, B, C para la competencia transversal de sensibilidad de temas medio ambientales a jóvenes de 18 a 20 años, la población fue en el 2015 a 25 estudiantes de los cuales 11 eran mujeres y 14 hombres del grupo A, en el grupo B a 30 estudiantes de los cuales 14 eran mujeres y 16 hombres, en el grupo C, a 6 estudiantes de los cuales 4 eran mujeres y 2 hombres mediante la presentación con diapositivas del material de determinación de metabolitos de la guanábana. Para la realización de la determinación de los metabolitos se emplearon las técnicas de los trabajos realizados por el Ministerio de Salud Pública MINSAP. También se les preguntó si conocían las plantas de este fruto y donde las tenían plantadas, el 68% contestó que la habían visto en el solar de los abuelos. Para la realización de este trabajo se utilizaron hojas de guanábana recolectados en la Ciudad de San Francisco de Campeche.

La Figura 3, muestra el diagrama del proceso empleado durante el desarrollo de la determinación de metabolitos, donde se observa que la muestra inicial antes de secado corresponde a 600 g por muestra, de los que posteriormente se tomaron fracciones de 10 g para cada tipo de extracto, ya sea acuoso o etanólico, a temperatura ambiente o caliente, respectivamente.

Las técnicas para la realización del tamizaje fitoquímico se mencionan a continuación, fueron desarrolladas con base en los trabajos realizados por Ministerio de Salud Pública MINSAP: Técnica de cloruro férrico (Fenoles y Taninos). Prueba de Bornträger (Quinonas). Método de Shinoda (Flavonoides). Prueba de Baljet (Lactonas). Método de Dragendorff (Alcaloides). Prueba de Sudán (Aceites esenciales). Técnica de Ninhidrina (Aminoácidos libres o aminas). Determinación de triterpenos. Prueba de Libermann-Burchard (Esteroidales y triterpenos). Prueba de Kedde (Glucósidos cardiotónicos). Determinación de Antocianhidrinas. Prueba de Fehling (Azúcares reductores).

Figura. 3. Diagrama metodológico.



Fuente: elaboración propia (2021)

## Resultados

Los resultados obtenidos en esta estrategia de presentar a los jóvenes la determinación del Tamizaje fitoquímico de la guanábana se presenta a continuación. En la Tabla 1, se presentan los resultados obtenidos del tamizaje fitoquímico realizado a las hojas de la guanábana en los solventes de extracción: agua y etanol, empleados a temperatura ambiente y caliente según el caso.

**Tabla 1** Resultados de tamizaje Fitoquímico de la hoja de Guanábana (*Annona muricata* L.)

|                          | Extracto Acuoso Temperatura Ambiente | Extracto Acuoso Caliente | Extracto Etanólico Temperatura ambiente | Extracto Etanólico Caliente |
|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|---|-----------------------------|
| Fenoles                  | +                                    | +                        | +                                       | +                           |
| Taninos                  | +                                    | +                        | +                                       | +                           |
| Quinonas                 | -                                    | -                        | -                                       | -                           |
| Flavonoides              | +                                    | +                        | +                                       | +                           |
| Lactonas                 | -                                    | -                        | -                                       | -                           |
| Alcaloides               | +                                    | -                        | +                                       | +                           |
| Aceites esenciales       | +                                    | +                        | +                                       | +                           |
| Aminoácidos              | -                                    | -                        | -                                       | -                           |
| Triterpenos              | -                                    | -                        | -                                       | -                           |
| Glucósidos cardiotónicos | +                                    | +                        | +                                       | +                           |
| Antocianidinas           | -                                    | -                        | -                                       | -                           |
| Azúcares reductores      | +                                    | +                        | +                                       | -                           |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Se les presenta a los estudiantes el análisis de la tabla 1 donde se puede observar que en las hojas de guanábana hay la presencia de fenoles que es un buen antioxidante, coincidiendo con los resultados del trabajo realizado por Flores sobre la capacidad antioxidante de las hojas (Flores, 2016). La temperatura tiene un papel inversamente proporcional en la capacidad antioxidante ya que las hojas de guanábana secadas a una temperatura de 45 °C (T1) presento mayor capacidad antioxidante con respecto al radical DPPH con 0.022g mM TEAC/ 100 g muestra seca, degradándose a medida que la temperatura de secado aumenta (Díaz, 2018).

La guanábana no solo en sus hojas tiene los metabolitos que le proporcionan su acción farmacológica, también en su cáscara como lo demuestra Hermenejildo, determinando que la actividad antioxidante en la cáscara de *Annona muricata* L. fue 258.53 mg/1 00g mientras que en cáscara de *Annona cherimola* Mill/ fue 52.41 mg/1 00g. La pulpa de guanábana presentó el mayor contenido de flavonoides de (574,0mg EQ/1 00g) y de Polifenoles

(941,4mg EAG/1 00g) (Hermenejildo, 2019). En otro estudio se observó que el método de extracción que permite obtener mayor capacidad antioxidante en los extractos de las hojas de guanábana (*Annona muricata* L.) fue la digestión a una concentración al 90% de disolución hidroalcohólica. Se obtuvo un porcentaje de inhibición de 88,89% (Flores y Peláez, 2018).

Se encontró la presencia de Taninos que le proporciona a las hojas las propiedades astringentes y antiinflamatorias, también tienen flavonoides y le confiere actividad antiinflamatoria, coincidiendo con De la Cruz y Calixto, quienes en los componentes activos del extracto hidroalcohólico de las hojas de *Annona muricata* L. (Guanábana) hallados en su estudio fueron: flavonoides, taninos, compuestos fenólicos, saponinas, alcaloides, esteroides y/o triterpenoides. De estos componentes el efecto antiulceroso sería probablemente por la presencia de flavonoides y taninos (De la Cruz y Calixto, 2018).

Al igual que en las hojas de la guanábana se encuentra la presencia de flavonoides y alcaloides Hoyos, al realizar el tamizaje fitoquímico preliminar y fraccionamiento cromatográfico al extracto etanólico también en las semillas obtuvo la presencia de metabolitos secundarios como: alcaloides, cumarinas, saponinas, flavonoides, esteroides y triterpenoides (Hoyos et al, 2018). Metabolitos que contiene en sus hojas haciendo que este recurso tenga gran utilidad farmacológica. En las hojas están presentes los azúcares reductores como en el estudio fitoquímico del extracto alcohólico donde se evidenció alto contenido de flavonoides y azúcares reductores, el estudio del extracto etéreo determinó terpenoides como metabolito secundario (Merchán, 2018).

En la hoja se observó la presencia de glucósidos cardiotónicos. Los glucósidos cardiacos o cardenólidos son semejantes a las saponinas esteroideas, tienen también propiedades astringentes, pero su estructura contiene una lactona (Bruneton, 2001).

Se coincide en algunos metabolitos encontrados en el tamizaje fitoquímico de los extractos etanólico y acuoso, se observa que los extractos contienen fenoles, alcaloides, taninos, flavonoides, principalmente. En relación con los valores de fenoles totales reportados en los extractos etanólico y acuoso, estos son similares a los reportados para plantas de *Annona muricata* L. de origen africano (Vergara et al, 2018). También en el trabajo de Balvin en donde el extracto hidroalcohólico de las hojas

de *Annona muricata* L (Guanábana) presentan metabolitos secundarios como taninos, flavonoides y alcaloides, posibles responsables del efecto cicatrizante (Balvin, 2018).

Las hojas tienen aceites esenciales sus acciones en vía interna son: anti-séptico, rubefacientes, desodorantes, analgésicos, antiinflamatorio, insecticida y repelente, cicatrizantes y vulnerarios (Kuklinski, 2000). De acuerdo con Alegre, por la presencia de aceites esenciales se prueban los extractos para verificar su efecto insecticida, por lo que se evaluaron los extractos acuosos de las especies botánicas evaluadas no presentaron efecto insecticida en larvas del primer instar de *C. externa* a las 24 h de exposición. A las 48 h de exposición se observó un efecto insecticida de 14,2% y 17,8% de los extractos de *A. muricata* L. y *L. mutabilis*. (Alegre et al, 2017).

Por su parte, Navarro también prueba el extracto hexánico de *A. muricata* L. y demuestra que no causó mortalidades en *C. externa* en el periodo de exposición hasta las 72h, siendo solo los extractos hexánicos de *M. mollis* (10 y 20%), los que produjeron mortalidades del 23,53 al 26,47% a las 72h de exposición, respectivamente (Navarro, 2016).

Considerando que en las Instituciones de Educación Superior, cuando se trata de la competencia de la sensibilidad a temas medio medioambientales, hay que tomar en cuenta que la conciliación es un mecanismo autocompositivo por excelencia que promueve el diálogo, la solución pacífica de los conflictos, el respeto y la convivencia, que debe tenerse en cuenta para la construcción participativa de contextos educativos alrededor de los recursos ambientales y la forma de apropiación sobre éstos (Arboleda et al, 2020). Asimismo, la formación ambiental se constituye en un aspecto importante de la vida académica a manera de aplicar los elementos éticos y estéticos que le son propios, mediante la toma de decisiones, la transformación del entorno sociocultural, natural, el cambio en las concepciones ambientales de los individuos y colectivos, inspirada desde la conciencia colectiva (Villa et al, 2020).

No hay que olvidar que las generaciones jóvenes pueden participar en su herencia cultural como se puede corroborar; cómo la influencia de los medios masivos de comunicación y la inserción de los estudiantes a un mundo cada vez más globalizado ha potenciado el fenómeno del neo colonialismo cultural, que en el caso de estudiantes objetos del presente estudio, presentan una particularidad que en otras comunidades No:

estos participan activamente de los fenómenos y tendencia culturales actuales (Navas et al, 2020).

## Conclusiones

Se les presenta a los jóvenes los metabolitos que están en la hoja de guanábana encontrándose la presencia de fenoles, taninos, flavonoides, aceites esenciales, glucósidos cardiotónicos y azúcares reductores en las hojas de guanábana en todos los extractos alcohólicos, así como en los extractos acuosos a temperatura ambiente como a temperatura caliente. La presencia, de aceites esenciales, también le proporciona propiedades de analgésico y antiinflamatorio, por lo que es usada por la población campechana. El uso de la estrategia de la impartición de pláticas, con resultados de laboratorio y propiedades de las diversas partes de la planta, así como la presentación y manipulación del recurso, ya sea las hojas, flores o fruto, corteza, etc. Esto permite que los jóvenes reconozcan el recurso natural antes de ser procesado y les permite sensibilizarse acerca del cultivo, usos y conservación del recurso puede ser plantado en el patio de sus casas, e incluso en macetas, esta acción los mantiene sensibles con los temas medio ambientales, porque les permite participar en la conservación de la tradiciones de los abuelos, o en la conservación del recurso, en darle nuevos usos a frutas que no solo se consumen frescas, sino también en aguas, paletas o helados o postres caseros como el pan de guanábana, así como descubrir nuevos sabores. Y fomentar de esta forma la conservación del recurso para la medicina tradicional pero también para el consumo gastronómico.

## Referencias

Arboleda López, A.P.; Garcés Giraldo, L. F.; Sepúlveda-Aguirre, J. (2020). Reflexiones frente a la conciliación en controversias ambientales para proteger el medio ambiente. En Meriño, V., Martínez, E., & Martínez C. Gestión el Conocimiento. Perspectiva multidisciplinaria. Vol. 18, Año 2020, Colección unión global, Pág 203. Santa Bárbara - Zulia – Venezuela: Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental del Sur del Lago de Maracaibo Jesús Semprúm. Recuperado: <https://www.cedinter.com/wp-content/uploads/2020/07/Ebook-Gestion-del-conocimiento-vol-18.pdf>.

- Alegre, A.; Iannacone, J.; & Carhuapoma, M. (2017). Toxicidad del extracto acuoso, etanólico y hexánico de *Annona muricata*, *Mintosh-tachys mollis*, *Lupinus mutabilis*, y *Chenopodium quinoa* sobre *Tetranychus urticae* y *Chrysoperla externa*. Chilean journal of agricultural & animal sciences, 33(3), 273-284. <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-38902017005000705>.
- Balvin Palacios, Y. R.; Tardeo Vidalon, Y. (2018). "Efecto cicatrizante del gel a base del extracto hidroalcohólico de las hojas de *Annona muricata*". Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímica. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima – Perú.
- Bolívar Fernández, N., Valencia Gutiérrez, M. (2007). Recursos fitogenéticos de origen tropical, su valor nutricional. Universidad Autónoma de Campeche, México.
- Bruneton, J. (2001). Farmacognosia, Fitoquímica, Plantas Medicinales. 2a Edición. Editorial Acribia.317-323.
- Castillo Ruiz, M. C.; Cruz Castillo, S. J. (2019). Tesis para obtener el Título Profesional de: Biólogo- Microbiólogo. Trujillo – Perú.
- Díaz, E. (2018). "Efecto de tres niveles de temperaturas de secado en la concentración de antioxidantes y contenido de polifenoles totales presentes en hojas de guanábana (*Annona muricata*), Pucallpa, Perú."
- De la Cruz, J.; Esperanza A.; Calixto Chahua, J. S. (2018). Efecto antiulceroso del extracto hidroalcohólico de las hojas de la *Annona muricata* (guanábana) en ratas inducidas a úlcera gástrica. Tesis para obtener al Título Profesional de Químico Farmacéutico y Bioquímico. Universidad Inca Garcilaso de la Vega facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímica. Perú.
- Flores Andrade, A. (2016). "Estabilización fisicoquímica del extracto acuoso de hojas de guanábana (*Annona muricata*)". Tesis que para obtener el grado de Maestro en Ciencias Alimentarias. Maestría en Ciencias Alimentarias. Universidad Veracruzana.
- Flores Corral, M. G.; & Pelaez, Mendoza, S. R. (2018). *Determinación de la capacidad antioxidante de los extractos de la hojas de guanábana (Annona muricata L.) obtenidos por diferentes métodos*.
- Hermenejildo Abad, L. E. (2019). Estudio comparativo de polifenoles totales y actividad antioxidante de la Cáscara de chirimoya (*Annona cherimola Mili*) y guanábana (*Annona muricata* L.) Trabajo de titulación presentado como requisito para optar el Grado de Químico y Farmacéutico. Facultad de Ciencias Químicas Carrera Química y Farmacia. Universidad de Guayaquil.

- Hoyos Roldan, F. A.; Mora Páez, G. A.; Gómez Barrera M. (2018). Análisis fitoquímico preliminar y evaluación de la actividad biológica del extracto etanólico de las semillas de la guanábana (*Annona muricata* L.). Agroecología.
- Kuklinski, C. (2000). Farmacognosia. Estudio de las drogas y sustancias medicamentosas de origen natural . Ediciones Omega.S.A. 55,74.
- Leiva, S.; Gayoso, G.; & Chang, L. (2018). *Annona muricata* L. "guanábana" (*Annonaceae*), una fruta utilizada como alimento en el Perú prehispánico. Museo de Historia Natural, Universidad Privada Antenor Orrego, Casilla Postal 1075, Trujillo, Perú.
- Merchán Peñafiel, M. S. (2018). Evaluación de la actividad antibacteriana de extracto alcohólico y extracto etéreo de *Annona muricata* frente a *Pseudomonas aeruginosa*. Proyecto de investigación previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Farmacia Clínica y Hospitalaria. Facultad de Ciencias Médicas Programa de Maestría en Farmacia Clínica y Hospitalaria. Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes. Ambato – Ecuador.
- Ministerio de Salud Pública MINSAP. (1997). Guía metodología para la investigación en plantas medicinales. La Habana: Pueblo y Educación. Cuba.
- Navarro Lima, A. A. (2016). "Efecto tóxico del extracto acuoso, etanólico y hexánico de *Minthostachys mollis*, *Annona muricata*, *Lupinus mutabilis* y *Chenopodium quinoa* sobre *Tetranychus urticae* (Trombidiformes: Tetranychidae) y *Chrysoperla externa* (Neuroptera: Chrysopidae). Universidad Ricardo Palma. Facultad de Ciencias Biológicas. Escuela Profesional de Biología. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Biología. Perú.
- Navas Amaya, M. R.; Gamero De La Espriella, P. J.; Narváez Reyes, A. M.; Figueroa Vargas, R. R.; Assia Santos, G. C.; Mercado Palencia, Y. E. (2020). Diagnóstico de los saberes y constructos culturales: el significado esotérico de la Cultura Zenú en estudiantes de noveno grado de la Institución Educativa Cristóbal Colón -Morroa – Sucre – Colombia. En Meriño, V., Martínez, E., & Martínez C. Gestión el Conocimiento. Perspectiva multidisciplinaria. Vol. 22, Año 2020, Colección unión global, Pág 203. Santa Bárbara - Zulia – Venezuela: Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental del Sur del Lago de Maracaibo Jesús Semprúm. Recuperado: <https://www.cedinter.com/wp-content/uploads/2020/12/Ebook-Gestion-del-conocimiento-vol-22.pdf>.
- Triviño Cusme, D. A. (2018). *Importancia de la producción y exportación de guanábana en el Ecuador y su perspectiva*. Guayaquil. Facultad de Ciencias Carrera de Economía. Universidad de Guayaquil. Guayaquil.

- Valencia Gutiérrez, M. C. (2008). Colección particular de recursos fitogenéticos de origen tropical.
- Vergara Sotomayor, A.; Páucar Cuba, K.; Morales Comettant, C.; Castro Mandujano, O.; Pizarro Solís, P.; & Díaz Rosado, J. (2018). Obtención de extractos de hojas de *Annona muricata* L. (Guanábana) inducidos por su efecto inhibidor de la corrosión. *Revista de la Sociedad Química del Perú*, 84(1), 119-132. Recuperado en 25 de junio de 2021, de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1810-34X2018000100011&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-34X2018000100011&lng=es&tlng=es).
- Villa Navas, A. R.; Muñoz Rojas, D.; Julio Campo, N. L.; Solano Brito, K. Y. (2020). Reconciliación, seres humanos y naturaleza: una inspiración de impacto sostenible. En Meriño, V., Martínez, E., & Martínez C. Gestión el Conocimiento. Perspectiva multidisciplinaria. Vol. 26, Año 2020, Colección unión global, Pág 323. Santa Bárbara - Zulia - Venezuela: Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental del Sur del Lago de Maracaibo Jesús Semprúm. Recuperado: <https://www.cedinter.com/wp-content/uploads/2021/01/Ebook-Gestion-del-conocimiento-vol-26.pdf>.

# Iniciativa emprendedora de la población privada de la libertad en el Establecimiento Penitenciario de Mediana Seguridad y Carcelario de Aguachica - Cesar - Colombia

*Erimar Carolina Bracho Colina*

Economista. Docente Investigadora de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas de la Universidad Popular del Cesar - Seccional Aguachica. Grupo de Investigación ECONFI. Orcid.org/0000-0002-3171-0772. Correo Institucional: ebracho@unicesar.edu.co

*Yiceth Alejandra González Duarte*

Administradora. Directora del Programa de Administración de la Universidad Popular del Cesar - Seccional Aguachica. Grupo de Investigación BUTERAMA. Correo Institucional: orcid.org/0000-0002-9620-8812. Correo Institucional: yicethgonzalez@unicesar.edu.co

## Resumen

El objetivo del trabajo de investigación fue analizar la iniciativa emprendedora de la población privada de la libertad en el Establecimiento Penitenciario de Mediana Seguridad y Carcelario de Aguachica - Cesar - Colombia. Se usó el tipo de investigación fue descriptivo, con un diseño no experimental, transeccional, descriptivo. La población estuvo conformada por 200 reclusos que en el momento se encontraban en el centro penitenciario. Los resultados permitieron establecer que las personas privadas de la libertad no cuentan con el apoyo necesario, en cuanto a materiales y dinero para llevar a cabo todos sus proyectos de empre-

dimiento, entre otras cosas. Discusiones: se puede discutir que uno de los motivos más fuertes que genera desconfianza en los privados de libertad es al momento de pensar en crear empresa, es el rechazo de la sociedad por su condición de recluso. Entre las conclusiones podemos mencionar que es necesario que los centros penitenciarios cuenten con más apoyo económico, social, espiritual y emocional, ya que son una institución olvidada por el estado y esto genera que las ayudas para las personas privadas de la libertad sean escasas, siendo difícil para ellos el proceso de resocialización, estando en condiciones tan precarias se les hace casi imposible contar con el apoyo que necesitan para cumplir sus ideas de negocio.

**Palabras clave:** emprendimiento, penitenciaría, privados de libertad.

## ***Entrepreneurial Initiative of the private population of liberty in The Penitentiary Establishment of Medium Security and Prison of Aguachica – Cesar – Colombia***

### **Abstract**

The objective of the research work was to analyze the entrepreneurial initiative of the population deprived of liberty in the Medium Security and Prison Penitentiary Establishment of Aguachica - Cesar - Colombia. The type of research was descriptive, with a non-experimental, transactional, descriptive design. The population consisted of 200 inmates who at the time were in the penitentiary. The results made it possible to establish that people deprived of liberty do not have the necessary support, in terms of materials and money, to carry out all their entrepreneurship projects, among other things. Discussions: it can be argued that one of the strongest reasons that generates mistrust in those deprived of liberty is when thinking about creating a company, it is the rejection of society for their condition of prisoner. Among the conclusions we can mention that it is necessary for prisons to have more economic, social, spiritual and emotional support, since they are an institution forgotten by the state and this means that aid for people deprived of liberty is scarce, being the resocialization process is difficult for them, being in

such precarious conditions it is almost impossible for them to have the support they need to fulfill their business idea.

**Keywords:** entrepreneurship, penitentiary, deprived of liberty.

## Introducción

El Código Penitenciario Colombiano regulado por la Ley 65 de 1993 establece que las funciones y finalidades de la pena en Colombia son protectora y preventiva pero su fin fundamental es la resocialización y agrega que el tratamiento penitenciario tiene la finalidad de alcanzar la resocialización del infractor de la Ley penal mediante el examen de su personalidad a través de la conducta, el compromiso, la disertación, la formación espiritual, el conocimiento, el ejercicio y la recreación, bajo un espíritu humano y solidario. Es por esto, que el hacinamiento de los establecimientos carcelarios en Colombia es una de las principales dificultades sociales a superar en materia penal y penitenciaria. Así mismo, la dificultad que presentan los reclusos al incorporarse a su vida laboral a causa de su condición de expresidiario (Congreso de la República). El centro penitenciario del municipio de Aguachica – Cesar cuenta actualmente con una población que oscila entre 196 a 200 internos, esto quiere decir, que el hacinamiento que se presenta en él, equivale al 300% de hacinamiento, puesto que esta fue construida para una capacidad de albergue para 70 internos máximo.

El presente proyecto aborda la problemática que se presenta en el desarrollo de los procesos de resocialización carcelaria, por lo que concretamente se hace necesario hacer un análisis del recurso humano inactivo al interior del establecimiento carcelario; ya que cuando se habla de inactividad se enfoca no solo en el tiempo de ocio que algunos manejan dentro del establecimiento, sino, en la privación de la libertad en la que se encuentran actualmente. Algunos de los internos no cuentan al menos con un estudio básico primaria, esto logra afectar de alguna u otra forma al momento de su libertad su reincorporación a la sociedad, no solo social si no económicamente. Esto puede provocar el regreso de estas personas a delinquir y el tiempo que pasaron privados de la libertad no genero ningún cambio en su mentalidad, ni en su forma de volver a enfrentarse al mundo social.

Con esta investigación se pretende lograr un análisis en los procesos de creación, creatividad, iniciativa emprendedora e innovación bajo los parangones del emprendimiento que le permita a estas personas privadas de su libertad lograr emprender cuando salgan del establecimiento penitenciario y puedan alcanzar una resocialización exitosa que propicie la disminución del desempleo y la delincuencia en esta población. La cárcel es la institución en la que el sistema penal encomienda la función de recuperar a las personas condenadas a fin de evitar la reiteración de hechos delictivos, debe proporcionar los espacios para que la unión de los penados en la colectividad sea real y efectiva. Dichos propósitos que, legalmente son aprobados, deben conducir las disposiciones político-criminales de la administración penitenciaria quedan, en la realidad, incumplidos (Ríos y Cabrera, S.F: pág. 1.)

A lo largo de los últimos años se ha presentado un crecimiento exponencial en la cantidad de reclusos en los centros penitenciarios de primera, segunda y tercera generación en Colombia, se hace necesaria realizar una investigación para analizar la iniciativa emprendedora en el centro penitenciario de mediana seguridad de Aguachica – Cesar así como también en que gastan el tiempo libre los reclusos y que actividades realizan para el crecimiento cognitivo de ellos , ya que este centro cuenta con una hacinamiento del 300%, lo que se busca es conocer todas las estrategias que se realizar para impulsar esas ideas de negocio que generan cada uno de los reclusos con el fin de lograr la resocialización al mundo que lo rodea. Con el fin de brindar estrategias para aquellas personas que se encuentran privadas de su libertad y tienen ideas de negociación, de esta manera se resolvería el problema de la resocialización en los presos y su vida económica al momento de salir.

### **Iniciativa emprendedora**

La iniciativa emprendedora, se puede presentar como el descubrimiento de nuevas oportunidades en el mercado (Kirzner, 1979), creación de nuevas empresas (Gartner, 1985), o nuevos proyectos innovadores (Casson, 1995); es un elemento clave para el desarrollo económico y social, por su impulso de la innovación y la competitividad. En tal sentido, las principales causas del crecimiento del sistema económico son las acciones desarrolladas por los emprendedores para responder a las oportunidades del entorno (Alda y otros, 2012), introduciendo nuevas técnicas e innovaciones (Van Praag, 1999). Según la Comisión Europea

(2004), para lograr que la Unión Europea sea una agrupación fundamentada en el conocimiento, siendo la profesional e innovadora del mundo, una de las habilidades básicas es la iniciativa emprendedora. El desarrollo económico de los países depende en gran medida de su capacidad para crear nuevas empresas y puestos de trabajo (Holmgren y From, 2005; (Parker, 2005); (Wennekers et al, 2005); (Van Praag, 2007).

Este marco ha llevado a que las iniciativas efectivas en relación a la formación en instauración de empresas, tengan cada vez más importancia sobre el esquema de los planes de acción políticos para el desarrollo económico (Comisión Europea, 2006 y 2008; OCDE, 2008), el surgimiento de nuevas ofertas de trabajo (García et al, 2009). Para el estudio de las competencias, aptitudes y habilidades asociadas al emprendimiento, los investigadores han tomado en cuenta los rasgos que diferencian a los emprendedores de los no emprendedores y en la forma en la que se toma la decisión de emprender. Según el enfoque del comportamiento, el emprendimiento debe ser planteado como un proceso que se sucede en el tiempo (Kyrö y Carrier, 2005), donde el propósito de emprender, el paso inicial (Lee y Wong, 2004). La teoría del comportamiento planificado establece tres factores motivacionales explicativos de la intención del comportamiento, que pueden ser aplicados al emprendimiento: las actitudes personales o grado en que las personas valoran afirmativa o negativamente, ser emprendedor (Ajzen, 2002), donde además se involucran elementos afectivos; las reglas personales, que consideran la influencia social distinguida hacia la conducta emprendedor, sobre todo de las personas de referencia del sujeto (familia, amigos, etc.); y el control del comportamiento percibido o percepción de la capacidad propia para ser emprendedor y poder controlar la acción de emprender.

## **Emprendimiento**

Para la adecuada comprensión del concepto de emprendimiento y los temas relacionados con este, se plasman tesis en el área económica, social, política, motivacional y cultural que define la visión del perfil de una persona emprendedora. En este sentido, se tomarán dos autores fundamentales de consulta, uno es Schumpeter (1966), economista que se destacó por sus investigaciones sobre el ciclo económico y por sus teorías sobre la importancia vital del empresario y el otro es McClelland, D. (1989), desde la Psicología, desarrollando un pensamiento coherente entre los seres humanos y el entorno que les rodea, además de la per-

sonalidad que caracteriza a un emprendedor. Estos autores abordan al emprendedor desde sus aspectos fundamentales como la psicología, los materiales y las propuestas generadas por estos emprendedores y el buen avance de sus proyectos a realizar. Uno de los factores determinantes del emprendimiento es la necesidad de éxito y el hambre que demuestre por el éxito, ya que es el factor que le da el empuje necesario para afrontar posibles derrotas o fracasos que se pueden llegar a obtener en el transcurrir del tiempo, es por ello que en muchas ocasiones para un adecuado desarrollo del espíritu emprendedor son necesarias circunstancias o momentos de dificultades para analizar cuanto se está dispuestos a luchar por alcanzar los objetivos.

Ahora es de destacar que las personas que desean emprender no solo van a salir adelante con conceptos, métodos e ideas, para esto se necesita motivación, factor importante que se puede destacar, de igual manera factores psicológicos que impulsan el éxito de un emprendedor McClelland, D. (1989), es uno de los mejores expositores ante este tema. El autor, de una manera abierta aborda el tema del emprendimiento desde la necesidad de independencia y provecho; donde plasma la importancia de estos para las personas que requieren presentar nuevas oportunidades, tales como ascensos en su empresa, ser independiente o algún logro personal. McClelland (1989), estudia este impulso esta motivación refiriéndose a ella como el impulso que conduce a una persona a seleccionar y ejecutar una acción entre aquellas opciones que se evidencian en una determinada situación. En efecto, la motivación está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos de la empresa, por ejemplo, y empuja a las personas a la exploración perenne de excelentes opciones a fin de poder encaminarse profesional y personalmente, integrándolo así en la comunidad donde su acción cobra significado.

## Metodología

El proyecto generó una investigación de tipo descriptiva debido a que su propósito fue el de analizar la iniciativa emprendedora, describiendo elementos como: las características personales y del entorno del emprendedor como la financiación para los emprendedores, las políticas de apoyo por parte del gobierno, así como los programas gubernamen-

tales en educación y formación emprendedora, la infraestructura física y de servicios y finalmente las normas sociales y culturales. El diseño de investigación fue diseño no experimental, transeccional, descriptivo. La población estuvo conformada por los 200 reclusos que en momento hay dentro del establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica, Cesar.

## Resultados

De acuerdo con el objetivo específico 1. Describir el contexto actual del establecimiento Penitenciario de Mediana Seguridad de Aguachica - Cesar. El establecimiento penitenciario de mediana seguridad del Municipio de Aguachica – Cesar, a la fecha 03 de octubre de 2019 día en que se realizó la entrevista cuenta con un total de 193 internos intramuros (esto quiere decir que están dentro del centro de seguridad), lo que indica que se encuentra en un hacinamiento de aproximadamente 300%, cuando la capacidad de atención es de 70 a 90 reclusos, con un promedio de edad que oscila entre 18 a 84 años. El establecimiento penitenciario cuenta con instituciones de apoyo académicas, sociales y de salud, entre estos se encuentran:

### Académicas

**Colegio de Villa de San Andrés:** que brinda la oportunidad para que estas personas puedan terminar sus estudios académicos en las áreas de alfabetización, primaria y bachillerato.

**El SENA:** brinda apoyo a través de cursos de artesanía, panadería, repostería, soldadura, avícola.

Uno de los proyectos del centro penitenciario es empezar a brindar cursos que certifiquen a los internos como tecnólogos en la actividad que estudien, de igual manera otro de los propósitos de la entidad es lograr la formalización de convenios con las universidades, cuyo objetivo es la profesionalización de los reclusos. Cabe resaltar que la población privada de la libertad acepta de manera favorable este tipo de programas académicos, puesto que además de contribuir a su desarrollo cognitivo, también contribuye a la disminución de su condena y así aquellos que desean reintegrarse, volver con sus familias y tener una mejor calidad de vida ser libres antes de lo designado por su condena.

## Salud

El establecimiento penitenciario cuenta con un médico general, una enfermera jefa, una enfermera general y un odontólogo. Por otra parte, las instituciones que apoyan al centro penitenciario son el Hospital Regional José David Padilla Villafañe, el Instituto Colombiano del Bienestar Familiar (ICBF) y la Alcaldía Municipal de Aguachica, con los servicios de psicología, psiquiatría, laboratorio, consulta especializada, entre otras áreas con las cuales no cuenta directamente la cárcel.

## Social

Por esta parte grupos como las Damas Rosadas, la Pastoral Social de la parroquia de Aguachica y los diferentes grupos cristianos han realizan una labor importante en la resocialización de los internos, un apoyo de atención y mejora continua, pues muchos han cambiado su modo de ver la vida, pensar y actuar, lo cual es importante para ellos, como para la sociedad en general. Gracias a este apoyo y capacitaciones brindadas por las instituciones algunos internos han podido culminar sus estudios académicos, hasta el momento se han llevado acabo dos promociones de bachillerato, se logró construir hace aproximadamente 30 meses un aula de estudio con el objetivo de brindar un mejor ambiente para los internos al momento de prestar este apoyo, además de esta aula, también se construyó infraestructura para la realización de actividades tendientes a capacitación en temas de panadería, además se cuenta con una pequeña granja avícola que le permite a los internos el aprendizaje en temas de avicultura.

Se destaca que todo el trabajo manual que realizan los internos luego del proceso de aprendizaje realizado en los diferentes cursos impartidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) es entregado a sus familiares para que su vez los puedan comercializar y de esta forma tener un apoyo económico, considerando que a la fecha no existe un lugar fijo en donde los productos realizados se puedan vender de manera directa. A nivel nacional se maneja un programa llamado Libera Colombia, donde no solo se trabaja el proceso de reintegración de los internos, sino que además de eso se apoyan el emprendimiento de estas personas. Lastimosamente en el municipio de Aguachica Cesar, no se cuenta con este servicio de apoyo para la población privada de la libertad debido que no se cuenta con entidades o los recursos necesarios para apoyar esta iniciativa. A pesar de esto el establecimiento penitenciario apoya a los internos con sus ideas de emprendimiento porque ven talento, ven habilidades que deben ser usadas para su propio bienestar y usan esto

como motivación, tanto así que algunos reclusos han podido presentar sus obras de arte y artesanía en convocatorias a nivel nacional.

## Objetivo específico 2. Analizar la iniciativa emprendedora de la población privada de la libertad en el establecimiento penitenciario de mediana seguridad y carcelario de Aguachica – Cesar.

Gráfico 1. ¿Usted tiene hijos, cuántos hijos tiene?



Fuente elaboración propia (2021)

Al analizar esta pregunta se da cuenta que la mayoría de los reclusos tienen hijos donde la cantidad promedio es 3, esto representa que para ellos es importante pensar en que hacer después de salir del centro penitenciario esto con el fin de brindar estabilidad a sus familias.

Gráfico 2. Formación académica. ¿Cuál es su último grado de estudio?



Fuente elaboración propia (2021)

Se puede evidenciar que en gran mayoría los reclusos tienen conocimientos básicos tales como leer y escribir lo que les permite entender el entorno y sobre todo enfocarse en la importancia de realizar actividades que generen estabilidad para sus familias y para el mismo.

Gráfico 3- ¿Tiene experiencia laboral?



Fuente elaboración propia (2021)

Gráfico 4. ¿Ha realizado alguno de los siguientes cursos?



Fuente elaboración propia (2021)

Este estudio nos permite analizar que más de la mitad de estas personas tienen estudio técnico sobre varias actividades económicas lo que les brinda la oportunidad de enfocar su idea de negocio en actividades de su perfil.

**Gráfico 5.** ¿Dentro del establecimiento penitenciario ha realizado algún curso o terminado sus estudios?



Fuente *elaboración propia* (2021)

Se puede evidenciar la importancia que genera en los reclusos y en el centro el factor del aprendizaje de actividades que enriquezcan la formación de profesionales, ya que esto los impulsa a generar ideas que se podrán llevar a cabo una vez que hayan podido obtener su libertad.

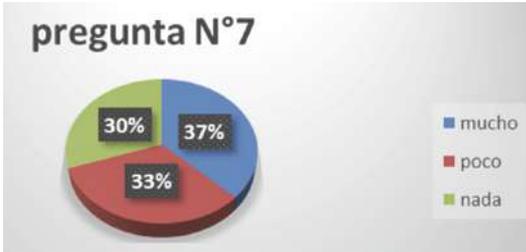
**Gráfico 6.** ¿Tiene usted algún conocimiento acerca del emprendimiento?



Fuente *elaboración propia* (2021)

El estudio permite determinar que los reclusos están familiarizados con lo que es el emprendimiento, conocen que este proceso genera cambios en la sociedad y que permite el crecimiento de las economías y han detectado la importancia que puede generar este proceso en su transformación o resocialización.

**Gráfico 7.** ¿Ha recibido capacitaciones o charlas a cerca del emprendimiento?



Fuente *elaboración propia (2021)*

Se puede analizar que dentro del centro penitenciario se establecen actividades y programas que les enseñan a los reclusos la importancia de establecer metas en sus vidas, donde el crear empresa sea una de las más importantes ya que les permitiría conseguir dinero dignamente y a la vez brindar oportunidades a otras personas.

**Gráfico 8.** ¿Ha pensado usted en crear empresa?



Fuente *elaboración propia (2021)*

En la gráfica 8 se puede evidenciar que el proceso de crear empresa y de generar estabilidad para sus familias es de gran importancia para los reclusos, los cuales en un 81% dan a conocer su interés en crear oportunidades para ellos mismos, esto a través del emprendimiento.

**Gráfico 9.** ¿Qué lo motivaría a usted a crear empresa?



Fuente *elaboración propia (2021)*

Esta pregunta permite conocer que lo que más motiva al recluso a crear empresa es la necesidad de tener una estabilidad económica ya que por su condición se les resulta un poco difícil, ya que esto les permitirá abstenerse de realizar actos que perjudiquen a la sociedad en general y a su vez podrán brindar a sus familias un apoyo muy significativo.

**Gráfico 10.** ¿Qué cree usted que puede generarle inseguridad al momento de crear empresa?



Fuente *elaboración propia (2021)*

El análisis de esta pregunta reconoce que los factores que generan más temor a los reclusos al momento de crear empresa es el de en primer lugar el miedo al fracaso, este miedo se da porque opinan que sus ideas pueden no ser las mejores o que por su condición de recluso genere rechazo en la sociedad, otro factor es el del dinero, creen que es imposible para ellos acceder a ayudas que financien sus ideas de negocio y por ultimo está el miedo a no contar con el apoyo de sus familias ya que especulan que sus familias les dará la espalda y no creerán en sus ideas.

**Gráfico 11.** ¿Usted cree que el establecimiento penitenciario apoya las ideas de emprendimiento?



Fuente *elaboración propia (2021)*

El estudio nos permite observar que en su mayoría los reclusos evidencian que el centro tiene en cuenta sus ideas de negocio y en su medida tratan de poderlas llevar a cabo limitándose a las condiciones o ayudas que les puedan brindar.

**Gráfico 12.** ¿Ha dado a conocer alguna vez su idea de emprendimiento en el establecimiento penitenciario?



Fuente *elaboración propia (2021)*

El estudio permite conocer que gran parte de los reclusos no dan conocer sus ideas de negocio, ya que manifiestan que sus ideas no tienen futuro alguno o en ciertos casos se limitan a expresar esas ideas por las condiciones del establecimiento penitenciario.

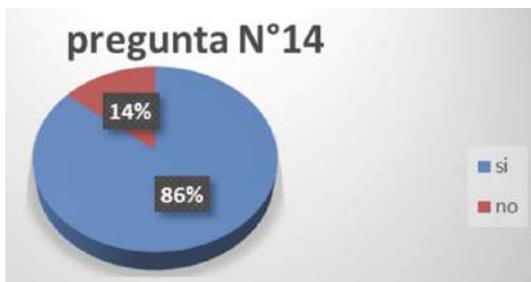
**Gráfico 13.** ¿Cree usted que sus ideas tienen futuro?



Fuente *elaboración propia (2021)*

Al observar las respuestas que ha arrojado la encuesta, se nota que la gran mayoría de los reclusos cree que sus ideas tienen futuro, pero a su vez la mayoría se limita a dar a conocer esas ideas por temores, rechazos, falta de recursos u oportunidades allí dentro del establecimiento.

**Gráfico 14.** ¿Alguna vez ha intentado llevar una idea de negocio?



Fuente *elaboración propia (2021)*

Con base a esta pregunta se puede percibir que un gran porcentaje de los reclusos ha intentado llevar a cabo sus ideas de negocio, muchos dieron a conocer que esas ideas no dieron resultado por una mala administración, falta de recursos o poca clientela.

**Gráfico 15.** ¿En caso de emprender una idea de negocio cree usted tener apoyo de su familia?



Fuente *elaboración propia (2021)*

Un 91% de la población privada de la libertad cree tener el apoyo de su familia si desea emprender una idea de negocio, pues ellos ven que a pesar de tener la privación de su libertad sienten el apoyo de sus familias dentro del establecimiento y por ende tendrán ese mismo apoyo al querer emprender y seguir adelante.

**Gráfico 16.** ¿Para emprender cree usted que se debe tener experiencia?



Fuente *elaboración propia (2021)*

En su gran mayoría creen que la experiencia es la base de un buen negocio, por esto las probabilidades que arroja la encuesta son tan altas ante este interrogante. Aunque el 12% cree que no es necesaria porque ellos han llevado sus ideas de negocio empíricamente y han tenido algunos logros.

## ¿Cuánto le falta para cumplir su condena?

La gran mayoría de los reclusos encuestados dieron a conocer que aún no tienen una condena determinada, ósea están en un estado de sindicado. Pero aquellos que tienen una condena determinada en su gran mayoría se encuentran entre los 2 años a 20 años de privación de la libertad. Con este estudio se pudo conocer el promedio de edad de los internos el cual oscila entre los 20 años siendo este el de menos edad y 81 años es la persona más longeva del centro penitenciario, es de resaltar el nivel de escolaridad de estos internos ya que se encontró que en promedio no han terminado. En el área del emprendimiento las principales características que debe tener un emprendedor son la pasión, motivación, creatividad, perseverancia, visión, iniciativa, trabajo en equipo e innovación, claridad en las ideas.

Teniendo en cuenta el resultado que nos arrojó el estudio realizado a los PPL (población privada de la libertad), percibimos que los reclusos presentan todas estas características lo que les permitirá cumplir con sus ideas de negocios en un futuro dado. La primera de estas características es la motivación, basado en el estudio hecho a los internos lo que los motiva a generar ideas de negocio es la estabilidad económica, esto representa una gran importancia porque les permitirá a su vez brindar apoyo a sus familiares que es el segundo motivo por el cual se sienten motivados a generar ideas de negocio, cabe resaltar que para ellos el apoyo de la familia es una gran motivación, esto impulsaría en ellos la creación de empresas familiares, que en Colombia este auge representada en un 68% de la empresas del país, que se dedican a sectores de agricultura y economías naranjas. Otra característica encontrada en la población privada de la libertad es la creatividad, esta se da ya que dentro del establecimiento a los reclusos se les brindan cursos que apoyan la creación de ideas innovadoras, un ejemplo de esto son el curso de artesanías y pintura, donde se ha encontrado que algunos de los internos se destacan ampliamente en la fabricación de mochilas, vasijas de barro y realizan pinturas artísticas, con las cuales han participado en concursos a nivel regional y nacional. Cabe resaltar también que los productos que fabrican son mostrados en ferias o entregados a sus familiares; esta creatividad que se despierta en ellos los puede llevar a acceder en alguna de las ayudas que el gobierno brinda para este tipo de actividades que están contempladas dentro de la economía naranja. Lo que define que se puedan crear nuevas empresas en las cuales el valor diferenciador sea la creatividad.

Muchos de ellos cuentan con la capacidad de tomar iniciativa y determinación, en este ámbito se descubrió que algunos en el pasado intentaron llevar a cabo su idea de negocio, incluso uno de ellos fue gerente de una empresa. Se pudo observar el deseo de buscar los recursos necesarios para poder emprender y poder cumplir con esa visión que se han planteado, lo cual es otra de las características principales que debe tener un emprendedor. La visión es la proyección que se le da a una idea, ellos en su gran mayoría cuentan con este factor; al unificar la iniciativa con la visión obtenemos un gran valor de ayuda y éxito al momento poner en marcha la idea de negocio. En el emprendimiento es importante tener claridad en las ideas y sobre todo en el objetivo que se quiere lograr, llevando esto a los internos del establecimiento penitenciario encontramos que muchos de ellos saben a qué actividad quisiera que se dedicara su empresa, es decir, tienen idea de todo la gestión que conlleva llevar a la acción su idea, tanto así que algunos son capaces de identificar cual será la población a la cual van a ofrecer sus productos, también donde podrán conseguir materiales para esto, debido a que antes ya habían intentado llevar tener iniciativa. Dentro del proceso de emprendimiento es muy importante la perseverancia y la necesidad de éxito, muchas de estas personas están dispuestas a intentar las veces que sea necesario llevar a cabo una actividad que les permita primeramente llevar una resocialización de manera completa y a su vez poder obtener estabilidad económica y familiar, definiría su hambre de éxito como el poder vivir de manera cómoda con una idea que les genere rentabilidad.

### **Objetivo específico 3. Identificar las instituciones disponibles para el financiamiento de la población privada de la libertad Aguachica - Cesar.**

Después de haber recolectado toda la información en el centro de penitenciario a través de entrevistas, encuesta y visita; se logró conocer los distintos proyectos que se manejan de manera interna en el establecimiento los cuales ayudan a disminuir su pena carcelario. La finalidad de estos proyectos son la de motivar a los internos a realizar y conocer diferentes formas de generar ingresos para sus familias y así no incurrir en las mismas actividades que los llevaron estar privados de la libertad. Dentro del establecimiento penitenciario en estos momento se están llevando a cabo tres proyectos productivos los cuales son: proyecto productivo panadería donde se lleva a cabo la realización de panes por

parte de los internos para una empresa contratista este es uno de los proyectos que mejor estructurado esta ya que se ha logrado en el año 2019 producir 10.000 panes en tan solo 4 meses con la inversión inicial de nueve millones de pesos (\$9.000.000); proyecto productivo expendio este plan está conformado por artesanías, fabricación de mochilas, hamacas, chinchorros, atarrayas, arte con materiales reciclables y pintura, estos son llevados a exposiciones en otros departamentos apoyados por el programa del INPEC llamado libera Colombia en las diferentes tiendas Expo libera de Bogotá, San Gil, Ocaña y otros departamentos que cuentan con estos lugares de exposición y venta.

El dinero recolectado por cada producto vendido es entregado al familiar del interno que fabrico dicho producto, por último, el proyecto productivo galpón de pollo consiste en la cría de cien (100) pollos; dadas las condiciones del centro penitenciario, es de resaltar que se han hecho convenios con algunos negocios donde se venden una gran cantidad de ese producto y el restante se utiliza para la comida que reciben dentro del centro penitenciario. En el área local este centro penitenciario cuenta con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, esta Institución brinda a los internos programas académicos de formación técnica y básica en diferentes áreas del sistema productivo de Colombia, más allá de esto está proyectado una alianza más fuerte entre el centro penitenciario y el SENA, con esto se llevara a cabo la realización de una Casa-taller dentro del establecimiento de seguridad, una vez realizado esto se les proveerá los diferentes materiales y materias primas que necesiten los internos para llevar a cabo sus proyectos, ya que cabe aclarar que hasta el momento los materiales que utilizan los internos para realizar sus planes en su mayoría son financiados por ellos mismos. Otra institución que brinda ayuda en el proceso educativo y formativo es el colegio de Villa San Andrés, quienes dictan clases desde alfabetización, primaria y secundaria. Ayudando todo este tipo de programas a que el interno pueda culminar sus estudios básicos, poder disminuir su condena carcelaria, motivarlos y animarlos a emprender, trabajar por sus sueños, metas, familia, y tener en mejor futuro al momento de salir de la cárcel.

A nivel nacional se manejan otros tipos de proyectos dentro de los establecimientos carcelarios como la carpintería, herrería, bisutería, material para el hogar, tipografía, estampados, tejido a mano, entre muchos otros, los cuales son vendidos en la tienda de Libera Colombia.

Haciendo mención a las instituciones que apoyan el emprendimiento en estos establecimientos encontramos como principal el SENA junto con el fondo emprender, quienes apoyan académicamente y socialmente a los PPL, cabe resaltar que los proyectos que estas personas decidan llevar a cabo, serán evaluados y en llegado caso financiados una vez estas personas estén en libertad, ya que dentro del centro no es posible. Investigando más a fondo se pudo encontrar que ninguna otra institución apoya a este establecimiento de manera interna o al menos el emprendimiento que quizás ellos pretenden realizar mientras se encuentren privados de su libertad, ellos reciben otros tipos de ayudas como lo son, educación, salud, religión y otras campañas. A nivel nacional se pueden encontrar diferentes programas o instituciones que apoyan el emprendimiento en Colombia, dentro de estas instituciones encontramos principalmente el fondo Emprender, este programa apoya a la población en general con la financiación de hasta el 100% de los recursos necesarios para la realización del proyecto.

Otra institución que apoya en este factor es un programa del gobierno nacional llamado emprende Colombia, cabe resaltar que este plan apoya específicamente a personas que hayan sido víctimas del conflicto armado en Colombia (Aquellas personas que individual o colectivamente hayan sufrido un daño por hechos ocurridos a partir del 1º de enero de 1985, como consecuencia de infracciones al Derecho Internacional Humanitario o de violaciones graves y manifiestas a las normas internacionales de Derechos Humanos). Por otro lado, una de las empresas que apoya la iniciativa de negocio en Colombia es FINAGRO (Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario) esta entidad se encarga específicamente de financiar los proyectos del sector agropecuario (agrícolas, pecuarios, pesqueros acuícolas, forestales y actividades rurales como artesanías, turismo rural, transformación de metales y piedras preciosas y minería), todas estas instituciones son las encargadas del financiamiento y apoyo del emprendimiento en Colombia. Cabe destacar que existen muchas más organizaciones que también se dedican a esto, se mencionan estas entidades ya que los internos pueden acceder a ellas cuando estén en libertad y de esta manera poder llevar sus ideas de negocio a cabo y cumplir con el objetivo principal de los centros penitenciarios en Colombia que es la resocialización de las personas privadas de la libertad.

## Conclusiones

Cuando se analiza el emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social, se consigue que exista poca bibliografía referente a esta relación, la cual tiene poco desarrollo y es vagamente analizada a lo largo de su historia, porque su importancia es sobre todo del enfoque económico. Por ello, es necesario realizar una triangulación que involucre el emprendimiento, la estrategia y el desarrollo humano; donde este último es fruto de la correlación entre el emprendimiento y la estrategia; donde bajo esta perspectiva se admite al desarrollo humano desde los postulados de Amartya Sen (2000).

En la corriente de pensamiento del emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano se encuentra a Amartya Sen, la cual concibe el desarrollo como aquella disponibilidad que tienen los individuos en disfrutar de sus libertades. Sen (2000), establece que: "el desarrollo puede forjarse como un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos" (p.19). Se considera que a veces la falta de libertades fundamentales está relacionada directamente con la pobreza económica" (p. 20). Esta afirmación tiene validez desde distintos puntos de vista, una sociedad la cual no pueda brindar aquellas garantías económicas de subsistencia a sus individuos no está brindando la posibilidad a los individuos de considerar diferentes opciones que liberen su economía o bienestar, y esto a su vez, trae consigo las libertades sociales, políticas y culturales. El beneficio de la riqueza se encuentra en las cosas que podemos lograr; es decir, en las libertades fundamentales que nos ayuda a conseguir algo.

Finalmente, como el objetivo fundamental de este proyecto fue analizar la iniciativa emprendedora de las personas privadas de la libertad del Centro Penitenciario de Mediana Seguridad del Municipio de Aguachica Cesar, con el fin de evidenciar si estas personas cuentan con el apoyo y conocimiento necesario para llevar a cabo ideas de negocio que les permitan reintegrarse a la sociedad, desarrollarse como seres humanos y gozar de las libertades reales que todo individuo por derecho; y a su vez brindar oportunidad de empleo a los habitantes del municipio.

Se concluye, en primer lugar, las personas privadas de la libertad no cuentan con el apoyo necesario como lo son materiales y dinero para

llevar a cabo todos sus proyectos de emprendimiento. Por otra parte, se infiere que estas personas no cuentan con el conocimiento necesario de lo que significa emprender, ya que algunas de ellos no tienen un nivel de educación básico que les permita percibir la importancia de sus ideas, también se puede concluir que uno de los motivos más fuertes que genera desconfianza en ellos al momento de pensar en crear empresa, es el rechazo de la sociedad por su condición de recluso.

Igualmente, se puede concluir que en Colombia son pocas las instituciones que brindan oportunidad a estas personas, por lo que se les hace un poco difícil llevar a cabo sus ideas de negocio. De este trabajo final, se puede concluir que es necesario que los centros penitenciarios cuenten con más apoyo económico, social, espiritual y emocional, ya que son una institución olvidada por el Estado y esto genera que las ayudas para las personas privadas de la libertad sean escasas, siendo difícil para ellos el proceso de resocialización, estando en condiciones tan precarias se les hace casi imposible contar con el apoyo que necesitan para cumplir sus ideas de negocio.

## Referencias

- Alda, R.; Villardón, L. y Elexpuru, I. (2012). *Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación*. En: *Electronic Journal of Research in Educational Psychology* 10 (3); p. 1059-1080.
- Casson, M. (1995). *Entrepreneurship and Business Culture (Studies in the Economics of Trust)* (v. 1). Aldershot (U.K.): Edward Elgar.
- Comisión Europea (2006). *Entrepreneurship education in Europe: fostering entrepreneurial mindsets through education and learning*. En: Final proceedings of the Conference on Entrepreneurship Education. Oslo: Ministry of Education and Research and Ministry of Trade and Industry.
- Comisión Europea (2008). *Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies. Final Report of Expert Group* Enterprise and Industry Directorate-General. Promotion of SMEs competitiveness Entrepreneurship. March.
- García, L. et al. (2009). *Diseño de un plan estratégico docente para la formación de estudiantes universitarios hacia la creación y dirección de empresas familiares en Barcelona, España* en V. Fernández (ed.) *Nuevas*

- investigaciones sobre la gestión de la empresa familiar en España. *OmniaScience*; p. 127-144.
- Gartner, W. B. (1985). *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*. En: *Academy of Management Review*, 10 (4); p. 696-706.
- Holgreth, C. Y From, J. (2005). *Taylorism of the mind: Entrepreneurship education from a perspective of educational research*. En: *European Educational Research Journal*, 4 (4); p. 382-390.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, Opportunity, and Profit*. Chicago: University of Chicago.
- Ley 65. (19 de agosto de 1993). *Código Penitenciario y Carcelario*. Bogotá, Colombia.
- McClelland, David, C. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Editorial Narcea S,A Ediciones. Madrid. 688 págs.
- OCDE (2008). *Entrepreneurship and Higher education*. Local Economic and Employment Development Programme (LEED). Paris.
- Parker, S. C. (2005). *Explaining regional variations in entrepreneurship as multiple occupational equilibria*. En: *Journal of Regional Science*, 45; p. 829-850.
- Ríos M. Julián & Cabrera, C. Pedro, J. (s/f). *La cárcel: Descripción de una realidad*. Disponible en <https://es.scribd.com/document/7322730/La-carcel-descripcion-de-una-realidad>.
- Schumpeter, J.A. (1966). *Ibid.* p.132. *The theory of Economic Development*, Cambridge, ma: Harvard University Press.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad (Primera)*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Van Praag, M. C. (1999). *Some classic views on entrepreneurship*. En: *Economist* 147 (3); p. 311-335
- Van Praag, M. C. (2007): *What is the value of entrepreneurship? A review of recent research*. En: *Small Business Economics* 29 (4); p. 351-382.
- Wennekers, S. et al. (2005). *Nascent entrepreneurship and the level of economic development*. En: *Small Business Economics*, 24; p. 293-309





# Competencias docentes para el desarrollo sano e integral de los estudiantes del Nivel Medio Superior – Tequixquiac – México

***Ma. Consuelo Jiménez Jiménez***

Doctora en Ciencias de la Educación. Catedrática de Posgrado en la Universidad España de Durango. Subdirectora Académica de Bachillerato en el Estado de México. Premio internacional de Psicología y Educación 2020 en la Categoría Obra Pedagógica, por *el International Educational Literacy Institute*, Bérghamo, Italia. ORCID 0000-0001-5627-7840, ma.consuelojimenez2@gmail.com

***Nadxieli Karina Caamaño Cruz.***

Grupo Universitario Tzompanco Tepeyac. Doctorante en Educación. Maestra en Educación. Docente del Nivel Medio Superior en México, en los campos disciplinares de Comunicación y Nuevas Tecnologías. ORCID 0000-0002-8140-2794

***Guillermo Juárez León***

Centro de Estudios Tecnológicos, Industriales y de Servicios No. 65. Investigador Asociado en el Nivel Medio Superior en México, en la modalidad de Bachillerato Tecnológico. Docente de Bachillerato en el campo disciplinar de Matemáticas. ORCID 0000-0003-1475-6709

***Mayra Celia Jiménez Jiménez***

Universidad Contemporánea de las Américas. Doctorante en Ciencias de la Educación. Maestra en Educación Superior. Docente de Nivel Primaria en el Sector Público. ORCID 0000-0002-0627-2803

***Maricela Sánchez Luna***

Grupo Universitario Tzompanco Tepeyac. Doctorante en Educación. Maestra en Investigación de la Educación. Docente de Nivel Medio Superior en el

campo disciplinar de Comunicación, área de énfasis Inglés. Código ORCID.  
0000-0001-6012-2630

## Resumen

En México, la normatividad en materia de Educación Media Superior establece diversas competencias, las cuales tienen un impacto en el desarrollo de competencias en los estudiantes y en el logro de los perfiles de egreso que se pretenden para el bachillerato en sus distintas modalidades. En las instituciones educativas se prioriza la capacitación permanente de los docentes a fin de incentivar el desarrollo y fortalecimiento de las diversas competencias, no obstante, todavía existen áreas de oportunidad que lleven a la mejora del desempeño docente y de forma paralela a la mejora del aprendizaje de los estudiantes, y de la calidad de la educación. Una de las competencias de mayor importancia dada la problemática de deterioro ambiental en el mundo se vincula con el tratamiento del cuidado del medio ambiente. En el presente documento se dan a conocer los resultados de la investigación desarrollada en una escuela preparatoria de México, en la que a través del método cualitativo se diagnosticó la competencia docente "contribuye a la generación de un ambiente que facilite el sano desarrollo sano e integral de los estudiantes", cuyos resultados permitieron el diseño de una propuesta de capacitación para el fortalecimiento de dicha competencia.

**Palabras clave:** competencias docentes, preparatoria, medio ambiente

## *Teaching competences for the healthy and integral development of the students of the Upper Middle Level – Tequixquiac – Mexico*

### Abstract

In Mexico, the law on Highschool Education establishes various competencies, which have an impact on the development of competencies in students and on the achievement of the graduation profiles. In educational institutions, the permanent training of teachers is prioritized in order to encourage the development and strengthening of the various competencies, however, there are still areas of opportunity that lead to the improvement of

teaching performance and in parallel to the improvement of learning of students, and of the quality of education. One of the most important competences talks about the problem of environmental deterioration in the world, so it is linked to the treatment of caring for the environment. This article presents the results of the research carried out in a highschool in Mexico, in which the teaching competence was diagnosed through the qualitative method "contributes to the generation of an environment that facilitates healthy and comprehensive development of the students", the results allowed to design a training proposal to strengthen this competence.

**Keywords:** teaching skills, high school, environment

## Introducción

La educación se considera como el camino hacia la igualdad, la justicia, el desarrollo, la paz y la sana convivencia, es decir, como un medio impostergable para el progreso. De acuerdo con el Informe Delors (UNESCO, 1996), en miras de un progreso que engloba aspectos sociales y económicos, la humanidad se muestra más consciente de las amenazas que atentan contra el medio ambiente; sin embargo, todavía no se proporcionan los medios para revertir los daños causados como resultado de las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas ocurridas en las últimas décadas.

En la década de los 90's en el Informe Delors, los denominados cuatro pilares de la educación son considerados como el punto de partida para preparar a las personas de tal manera que sean capaces de adaptarse a los cambios continuos que sufre el mundo. Según este Informe, los cuatro pilares son: "aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir, y aprender a ser", por lo tanto, la educación del individuo debe sustentarse bajo estos esquemas de aprendizaje. En este escenario la idea de una "educación a lo largo de la vida" plantea que es necesaria la actualización de las habilidades en los docentes.

El desarrollo y actualización de las habilidades docentes, hoy agrupadas en lo que ha sido denominado como "competencias docentes" requiere nuevas formas de certificación y de evaluación. En el caso mexicano a partir de la creación de la Ley General del Servicio Profesional Docente (LGSPD) se establecen los mecanismos para garantizar el acceso y pro-

moción de los docentes al servicio público; posteriormente, son tomados en cuenta en la Ley General del Sistema para la Carrera de las Maestras y los Maestros, en la cual se dan a conocer las bases que reconocen la contribución a la transformación social de los docentes quienes son considerados agentes fundamentales del proceso educativo.

En el Acuerdo 447 de la Secretaría de Educación Pública (2008a), se establecen las competencias para quienes impartan Educación Media Superior en México en la modalidad escolarizada y enfatiza que, para garantizar la calidad de la educación, los profesores deben poseer un conjunto de competencias pedagógicas y de contenido de sus asignaturas, requeridas para un desarrollo pedagógico adecuado; pero que a la par, deben contribuir a la formación integral de los jóvenes. En estas competencias se incluye la competencia docente “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”, la cual manifiesta como parte de sus atributos el fomentar estilos de vida saludables, y contribuir a que la escuela reúna condiciones físicas e higiénicas satisfactorias. El Acuerdo 447 se encuentra vinculado con el Acuerdo 444 de la Secretaría de Educación Pública (2008 b), en el que se establecen las competencias genéricas del Marco Curricular Común del Sistema Nacional del Bachillerato (SNB) para los alumnos que cursan la Educación Media Superior (EMS). Actualmente en la formación de los estudiantes se privilegia el desarrollo de habilidades propias de los ciudadanos del siglo XXI, entre ellas el uso de las tecnologías como medio para la consolidación del aprendizaje, y de manera prácticamente reciente también se dota de importancia al conocimiento del medio ambiente y su cuidado.

A partir del año 2005, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) declara al período comprendido entre los años 2005 y 2014 como el Decenio de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible, sintetizando en este último la voluntad para mejorar la calidad de vida de todos, incluida la de las futuras generaciones, a través del crecimiento económico, el desarrollo social y la protección al medio ambiente (UNESCO, 2006). En las temáticas abordadas en el Decenio se incluyó la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS), la cual permite que cada ser humano adquiera los conocimientos, las actitudes y valores, es decir las competencias, consideradas como necesarias para forjar un futuro sostenible. Concluido este periodo, en el año 2015 se establece la Agenda 2030 en la que se asientan los 17 Objetivos del Desarrollo

Sostenible que pretenden mejorar las condiciones de vida en el planeta logrando un equilibrio social y ambiental sin amenazar el futuro de las próximas generaciones.

Los objetivos de la Agenda 2030 son considerados en los aprendizajes del Modelo Educativo para la Educación Obligatoria (MEPEO), particularmente en los ámbitos que forman parte del perfil de egreso de la EMS, sobresaliendo en este sentido el ámbito “Cuidado del Medio Ambiente”. En el perfil de egreso de la EMS se pretende el desarrollo de la competencia genérica “contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables”, que incluye atributos como: asumir una actitud favorecedora para la solución de problemas ambientales en los ámbitos local, nacional e internacional; el reconocimiento de las implicaciones biológicas, económicas, políticas y sociales del daño ambiental en un contexto global interdependiente, y la contribución del alumno hacia el desarrollo sustentable.

El presente documento recupera el desarrollo del estudio “Competencias docentes para el desarrollo sano e integral de los estudiantes del nivel medio superior” orientado al diagnóstico y fortalecimiento de las competencias docentes que favorezcan el logro de las competencias del Marco Curricular Común de los estudiantes del nivel medio superior. El documento recoge diversos apartados en los que se incluyen antecedentes, el planteamiento del problema, los objetivos, marco teórico, la metodología empleada, el diagnóstico y resultados obtenidos, y finalmente la propuesta para la mejora de la competencia docente “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”.

Derivado de las condiciones por las que atraviesa el país en cuanto a la pandemia de COVID-19, se presenta la propuesta generada a expertos en Educación Media Superior para su valoración según el método de criterio de expertos. Finalmente se presenta un listado de conclusiones y los materiales que sirven como referencias.

### **Antecedentes, planteamiento del problema y marco teórico**

El estudio de las competencias docentes en el nivel medio superior se vincula con la incorporación de elementos que buscan la modificación de currículos centrados en metodologías conductistas a metodologías

constructivistas, que entre otros objetivos pretenden la formación integral de los estudiantes. En un análisis de su evolución centrado en las últimas décadas del Siglo XX y principios del Siglo XXI se expone la siguiente información: el concepto de competencia comenzó a ser utilizado en la década de los setenta como resultado de las investigaciones realizadas por David McClelland, (Matsache, 2009) cuyo objeto era identificar las variables que le permitieran explicar el desempeño en el trabajo. En 1970 el lingüista Noam Chomsky (Cázares y Cuevas, 2012), hablaba de competencias comunicativas, entendidas como una actividad inherente a la especie humana; posteriormente en 1972 Dell Hymes (Pilleux, 2001), agrega que la competencia se considera como base del conocimiento, pero se amplía al abordar la habilidad para usarlo en un contexto. Derivado de lo anterior, se entiende que la competencia es una actividad humana que parte del conocimiento, y que se direcciona hacia la aplicación de éste en un contexto específico.

De acuerdo con Argudín (2005:36), en 1980 la competencia es adoptada en el plano educativo y se asume como: “una convergencia de los comportamientos sociales, afectivos y las habilidades cognoscitivas, psicológicas, sensoriales y motoras, que permiten llevar a cabo un papel, un desempeño, una actividad o tarea”. Desde este panorama, las competencias pueden ser asociadas a una profesión en específico, y en este sentido se vinculan a la labor del docente. Moncada (2013), menciona que la traslación de concepto competencia del ámbito empresarial al ámbito educativo deriva de las evaluaciones realizadas por la *International Association for Educational Achievement (IEA)* y de las evaluaciones *Program for International Student Assessment (PISA)*, de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). A partir de esta década Madeline Hunter (Danielson, 2012) en Estados Unidos sostiene que la docencia es una profesión y que se basa en un cuerpo de conocimientos sistematizados, al que denomina competencias, por lo que desde este momento comienza a hablarse de competencias docentes.

Cázares y Cuevas (2012), manifiestan que en 1998, la UNESCO señaló que para alcanzar las metas educativas: la educación debía trazar un plan para cambiar una situación existente; dicho plan incluía dos fases: la intención particular del individuo de actuar (relación con la ética y con un proyecto de vida acorde al Siglo XXI), y estipular previamente los resultados que se quieren obtener, por lo que en la Conferencia Mundial

sobre Educación de la UNESCO celebrada en ese mismo año, se manifestó que era necesario propiciar el aprendizaje permanente en las personas, así como la construcción de las competencias adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico, de esta manera se profundiza el tratamiento de las competencias docentes, pues corresponde a la labor del docente promover un carácter integral en las competencias de los estudiantes de forma permanente.

En la primera década del siglo XXI, en el Proyecto Tuning (2003), las competencias se entienden como la combinación de atributos respecto al conocimiento y sus aplicaciones, aptitudes, destrezas y responsabilidades, que describen el nivel o grado de suficiencia con que una persona es capaz de desempeñarla.

En esta década de acuerdo con Díaz (2006), la literatura sobre las competencias docentes tiene un incremento notable, pues se tiene la perspectiva de realizar mejores procesos de formación académica en la Educación Básica, la Educación Media Educación Superior, y la Educación Superior. Por lo anterior, la UNESCO manifestó que era necesario propiciar el aprendizaje permanente en las personas, así como la construcción de las competencias adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico. Estas aseveraciones fueron consideradas en México en los procesos de Reforma Educativa a partir del año 2008 y hasta la fecha, por lo cual en el actual Modelo Educativo para la Educación Obligatoria se consideran como fundamentales las competencias del docente para el logro de los aprendizajes esperados de los estudiantes, y de forma paralela en las leyes aplicables a la formación y trayectoria docente se recupera la trascendencia del desarrollo de las habilidades docentes en la oferta de un servicio educativo de calidad para los y las mexicanas.

Algunos de los estudios destacan que en el contexto institucional se debe gestionar el desarrollo de procesos de formación continua que apoyen a la trayectoria profesional del profesorado de forma tal que haya un impacto en el tratamiento de las competencias docentes. Arenas y Meléndrez (2012), a través de un estudio correlacional entre las variables socio académicas como el género, los años de servicio, los estudios de Licenciatura y en su caso Maestría de egreso; observan que éstos no influyen en el nivel de competencia de los profesores, por lo

tanto, se deben asumir proyectos de formación continua basada en las necesidades alusivas al tratamiento de las competencias de la comunidad docente. En su actuación como profesional el docente debe considerar que su reflexión se traduce en acción, misma que debe apegarse a criterios que son establecidos por el cuerpo de profesionistas al que pertenece; en este sentido, debe tomar en cuenta las concepciones pedagógicas y metodológicas inherentes a su labor profesional, además, de manera continua debe releer sus acciones y modificarlas cuando resulte conveniente.

A partir del año 2008 y hasta el año 2015, en México el Diplomado de Programa de Formación Docente de la Educación Media Superior, favoreció la formación de los docentes del Nivel Medio Superior en el ámbito de las competencias didácticas y pedagógicas; sin embargo, aún no se logra la formación del total de docentes que se desempeñan en este nivel educativo. Tras la puesta en marcha de la LGSPD se enmarcan los perfiles, parámetros e indicadores de los docentes y personal técnico docente de EMS en el año 2015, el propósito es que sirvan de referente para la práctica profesional que propicie mejores logros de aprendizaje de los alumnos. Finalmente en el año 2019 la Coordinación Nacional del Servicio Profesional Docente señala los perfiles, parámetros e indicadores para el ingreso al servicio educativo de docentes en el nivel medio superior, señala que la evaluación pretende evaluar el conjunto de competencias que integran conocimientos, habilidades y actitudes que el docente debe tener para generar ambientes de aprendizaje que permitan el despliegue de las competencias genéricas de los estudiantes y con ello promover el perfil de egreso.

Dentro de las competencias docentes figura la competencia "contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes". Tras la Reforma Educativa emanada del gobierno de Enrique Peña Nieto (2012-2018) se impulsó la formación de competencias docentes a partir de la Estrategia Nacional de Formación Continua de Docentes de EMS. La búsqueda por mejorar el desempeño de los docentes a partir del fortalecimiento de competencias es un tema que recae en el aprendizaje de los alumnos, en el desarrollo de sus competencias, y con ello en la formación integral de personas capaces de dar respuesta a las demandas del siglo XXI, entre ellas el cuidado del medio ambiente.

En la búsqueda por satisfacer la demanda de EMS en México, en el año 2013 este nivel educativo se convierte en obligatorio y con ello inicia un periodo de crecimiento en diversos ámbitos de la educación media superior. Es así como en las instituciones educativas que imparten este tipo de educación fortalecen las experiencias educativas que se suscitan en su interior, tal es el caso del Centro de Bachillerato Tecnológico No. 2 Tequixquiac, institución ubicada en la localidad de Tlapanaloya, municipio de Tequixquiac en el Estado de México, territorio ubicado en la región centro de México. La escuela fue creada en el año 2004, ofreciendo la carrera técnica de diseño gráfico. En esta escuela se tiene como parte de su filosofía institucional una misión comprometida con la formación integral de sus estudiantes. A partir de lo anterior se busca dar cumplimiento a través de proyectos y programas institucionales y oficiales, encaminados al cuidado del agua y medio ambiente, el desarrollo sustentable, y el cuidado y mantenimiento de áreas verdes.

A pesar de las acciones surgidas en el plano nacional y local, aún se observan áreas de oportunidad en el CBT No. 2, Tequixquiac, en cuanto a la realización de las actividades encaminadas al cuidado del medio ambiente desde la práctica pedagógica, lo cual constituye el planteamiento del problema del estudio realizado. Al destacar el papel del docente como guía en el desarrollo de competencias en los estudiantes y formador de personas integrales, en el Acuerdo 447 se establecen las siguientes competencias docentes:

- Organiza su formación continua a lo largo de su trayectoria profesional.
- Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizajes significativos.
- Planifica los procesos de enseñanza y aprendizaje, atendiendo al enfoque por competencias y los ubica en contextos disciplinares, curriculares y sociales amplios.
- Lleva a la práctica procesos de aprendizaje y de enseñanza de manera efectiva, creativa e innovadora a su contexto institucional.
- Evalúa los procesos de enseñanza y aprendizaje con un enfoque formativo.
- Construye ambientes de aprendizaje autónomo y colaborativo.
- Contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes.

- Participa en los proyectos de mejora continua de su escuela y apoya la gestión institucional.

Estas competencias poseen un conjunto de atributos específicos para su desarrollo. En la competencia 7 se consideran como atributos los siguientes:

- Practica y promueve el respeto a la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales entre sus colegas y entre los estudiantes.
- Favorece el diálogo como mecanismo para la resolución de conflictos personales e interpersonales entre los estudiantes y, en su caso, los canaliza para que reciban una atención adecuada.
- Estimula la participación de los estudiantes en la definición de normas de trabajo y convivencia, y las hace cumplir.
- Promueve el interés y la participación de los estudiantes con una conciencia cívica, ética y ecológica en la vida de su escuela, comunidad, región, México y el mundo.
- Alienta que los estudiantes expresen opiniones personales, en un marco de respeto, y las toma en cuenta.
- Contribuye a que la escuela reúna y preserve condiciones físicas e higiénicas satisfactorias.
- Fomenta estilos de vida saludables y opciones para el desarrollo humano, como el deporte, el arte y diversas actividades complementarias entre los estudiantes.
- Facilita la integración armónica de los estudiantes al entorno escolar y favorece el desarrollo de un sentido de pertenencia

Como se aprecia, estos atributos aluden a una conciencia cívica, ética y ecológica, pero no se particulariza el cuidado del medio ambiente, por lo que es necesario proporcionar un énfasis que brinde atención a esta temática. Las competencias docentes constituyen uno de los elementos a los cuales se apega el logro del perfil de egreso de los estudiantes del nivel medio superior, en el cual se consideran 11 competencias genéricas, dentro de ellas, la competencia 11 expresa: "Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables".

Por lo antes referido, el tratamiento de las competencias docentes se convierte en tarea de esta investigación, en la que se enfatiza el uso de métodos y teorías que permitan la generación de propuestas que propicien entre otras cosas, la formación de docentes capaces de interactuar

de forma eficiente en un entorno específico cuyas características primordiales son el cambio constante y el deterioro ambiental.

En la construcción de la investigación se presentó como objetivo central: diagnosticar la competencia docente “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”, en la comunidad académica del CBT 2 Tequixquiac, permitiendo la generación de una propuesta para su fortalecimiento. El supuesto de la investigación se centra que a través de la capacitación en materia de educación ambiental y desde la incorporación del atributo “impulsa prácticas proambientales para el desarrollo sostenible”, es posible fortalecer la citada competencia. Finalmente, sobre las distintas perspectivas teóricas en torno al término competencia Frola (2008), define a la competencia como la capacidad del organismo para dar una respuesta integrada (cognitiva-afectiva y motriz) que resuelva una problemática con un criterio de calidad o exigencia y que debe manifestarse a través de indicadores (evaluables), por lo tanto, la competencia puede ser evaluada y dicha evaluación debe integrar los diferentes elementos que están inmersos en ella. Considerando esta perspectiva y el enfoque de competencias vigente en el Sistema Educativo Mexicano, resulta necesario diagnosticar las competencias docentes en la comunidad académica del CBT 2 Tequixquiac, haciendo particular hincapié en la competencia docente “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes.

## Metodología

Respecto al aparato metodológico empleado, se abordan los métodos teóricos, los cuales se orientan a la comprensión de los hechos; posteriormente se hace referencia a los métodos empíricos, los cuales tienen influencia directa sobre la muestra seleccionada ya que se vinculan con los instrumentos creados para la colecta de información respecto al fenómeno indagado. Se asume un diseño de investigación cualitativo con enfoque etnográfico que permita el conocimiento de la realidad de primera fuente y en el que se realice trabajo de campo de manera ordinaria. También acude al método de triangulación principalmente de resultados, como parte de los instrumentos empleados, y se retoman los aportes de Calixto (2009), sobre el diagnóstico escolar empleando la observación y la entrevista.

## Población y muestra

La población seleccionada para realizar este estudio es la comunidad docente del CBT No. 2 Tequixquiac, integrada por 16 docentes. La muestra de este estudio la integran 6 docentes seleccionados por el criterio de inclusión, en el que se establece que serán docentes ya evaluados por el Servicio Profesional Docente. La selección es a conveniencia de la investigación, en la que se consideran tanto los objetivos pretendidos como los medios, facilidades y dificultades previstas.

## Resultados

Se mencionan los instrumentos aplicados:

- **Guion de observación participante para el estudio de las actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente:** desarrolladas por los docentes del CBT No. 2 Tequixquiac en el cierre de actividades del primer semestre del ciclo escolar 2019-2020.
- **Guion de observación cualitativa (observador como participante):** respecto a la puesta en práctica de la competencia “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”.
- **Guion de entrevista semiestructurada en relación con la temática del cuidado del medio ambiente:** dirigida a docentes del CBT. No 2 Tequixquiac.

## Análisis de resultados

Para la adecuada recogida de información se necesitan definir indicadores, en este estudio se establecieron como indicadores los siguientes:

- Conocimiento de la competencia “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”.
- Inclusión de actividades orientadas al cuidado del medio ambiente en la planeación didáctica.
- Impacto de la competencia docente “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes” en la formación de los alumnos.

- Abordaje de las problemáticas ambientales en clase.
- Capacitación en el tratamiento de la competencia docente “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”.

Luego de la aplicación de los instrumentos se procedió al análisis de la información obtenida en cada uno de ellos, posteriormente se procedió a su triangulación, obteniendo que el 52 % de los docentes expresó que en su experiencia como docente aún no ha adquirido los conocimientos que le permitan promover la competencia citada, pero manifiestan una disposición e interés por recibir capacitación en torno a ésta, situación que da la pauta para la elaboración de la propuesta pretendida en esta investigación. Respecto a los conocimientos de los docentes en torno a la competencia docente referida, el 55% de los docentes manifestó que ésta es una de las competencias docentes para el Nivel Medio Superior, mientras que el 22% indicó que esta competencia tiene una correspondencia con las competencias a desarrollar en el alumno en el margen del perfil de egreso de los estudiantes del Nivel Medio Superior,

A partir de las respuestas de los docentes se reconoce que los maestros asumen la promoción y participación en el cuidado del medio ambiente, pero también se observa una necesidad de capacitarle en torno a estas temáticas para su abordaje en su práctica cotidiana y con ello impactar en la formación integral de los estudiantes. Si se retoman los atributos de la competencia “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”, así como los resultados obtenidos en el diagnóstico, se vislumbra la necesidad de agregar un nuevo atributo para la competencia “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”, mismo que se define como “impulsa prácticas proambientales para el desarrollo sostenible”, porque desde este atributo se da lugar a la realización de las actividades alusivas a la labor del docente que fueron investigadas en el diagnóstico.

La propuesta que emana de lo anterior consiste en un Sistema de capacitación para el fortalecimiento en el tratamiento de la competencia docente “contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”. La capacitación docente es considerada como un espacio de trabajo académico que permite a los profesores

recuperar sus saberes y prácticas, ponerse en contacto con los de otros y conocer nuevos aspectos de la práctica docente con lo cual los maestros están en posibilidades de desarrollar más eficazmente su labor.

El sistema propuesto se denomina “Sistema de capacitación para el fortalecimiento en el tratamiento de la competencia docente” contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes”, y está dirigido a la comunidad docente del CBT No. 2, Tequixquiac. Se integra por tres fases: Primera fase: Estrategia para la sensibilización docente sobre la problemática. Segunda fase: Curso para el diseño de la planeación didáctica del docente como educador ambiental. Fase tres: evaluación y retroalimentación del Sistema.

En todo estudio de naturaleza científica es impostergable realizar la fase de validación, Dyadenis (2010), advierte respecto a la validación, que ésta se considera importante porque todo proceso de investigación guarda una estrecha relación con el mundo real de aplicación; al no existir una validación se tiene el riesgo de que exista un desfase de la realidad práctica dificultando la aplicación de los resultados obtenidos en la investigación. En consecuencia, en la búsqueda por dotar de valor a la propuesta del Sistema de capacitación es conveniente proceder a la etapa de validación en esta investigación, y que de acuerdo con Zayas, citado por Dyadenis (2010), en la investigación pedagógica puede realizarse de dos formas; una mediante la aplicación de la misma en la práctica pedagógica o enseñanza experimental, y la otra en la que se puede emplear el criterio de especialistas o expertos, en ella se efectúa una valoración crítica a partir de sus respuestas a cuestionarios sobre la temática tratada. Considerado el contexto por COVID-19 se procedió a la validación por método de expertos, en la que se rescataron algunas precisiones para hacer más viable la propuesta considerando la conveniencia de que tanto la sensibilización, el curso y la evaluación sean en línea.

## Conclusiones

Con las leyes referidas como parte del sistema normativo de la educación en México se avizora la urgencia de orientar el quehacer del docente hacia mejores prácticas en el espacio educativo, que hoy trasciende el salón de clases habitual, para trasladarse a los hogares en la modalidad en línea, esto por mencionar solo un ejemplo.

Los referentes de la investigación permiten dar cuenta de la importancia de fortalecer la competencia docente "contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes", y la posible asunción del atributo: "Impulsa prácticas proambientales para el desarrollo sostenible", como vía para la realización de actividades cotidianas desde la práctica docente en favor del medio ambiente.

Mediante el diagnóstico de la investigación fue posible conocer el tratamiento de la competencia docente "contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral del estudiante" en el personal docente del CBT. No. 2, Tequixquiatic, el cual evidenció la necesidad de generar alternativas teórico-metodológicas para su transformación mediante un mejor tratamiento desde la formación y capacitación docente.

El Modelo Educativo para la Educación Obligatoria favorece el tratamiento de las competencias docentes en el Nivel Medio Superior en México, y se da realce a la relación acción educativa- sociedad- cuidado del medio ambiente.

La capacitación resulta factor determinante para la mejora continua de las organizaciones, y en este sentido es necesario valorar la propuesta del sistema de capacitación por parte de un colectivo de expertos en EMS.

## Referencias

- Arenas, J. y Meléndrez, J. (2012). Competencias docentes y variables socio académicas en los profesores de educación media superior. Estudio de caso: CECYTES, Plantel Esperanza. Febrero 21, 2019. Recuperado en: [http://rediesonorense.files.wordpress.com/2012/09/redies-11\\_melendrez-y-miranda1.pdf](http://rediesonorense.files.wordpress.com/2012/09/redies-11_melendrez-y-miranda1.pdf)
- Argudin, Y. (2005). Educación basada en competencias: Nociones y antecedentes. Trillas
- Cázares, A., y Cuevas, J. (2012). Planeación y evaluación basadas en competencias. Fundamentos y prácticas para el desarrollo de competencias docentes, desde el preescolar hasta el posgrado. Trillas. México
- CBT. No. 2 Tequixquiatic (2019). "Historia". Septiembre 8, 2019. Recuperado en: <http://www.cbttlapanaloya.edu.mx/>

- Danielson, C. (2012). Competencias docentes: desarrollo, apoyo y evaluación Serie Documentos N° 5. Enero 7, 2019. Recuperado en: <http://www.praxis.edusanluis.com.ar/2012/08/historia-de-los-sistemas-de.html>
- Díaz, B. Ángel (2006). El enfoque de competencias en la educación. ¿Una alternativa, o un disfraz de cambio? En perfiles educativos. Universidad Nacional Autónoma de México. ISSN: 0185-2698. Marzo 03, 2019. Recuperado en: <http://virtual.chapingo.mx/prope/lecturas/competencias.pdf>
- Dyadenis (2010). Estrategia didáctica para desarrollar la interdisciplinariedad en la carrera de psicología. Junio 25, 2020. Recuperado en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/1009/index.htm>
- Frola, Y. (2008). Competencias docentes para la evaluación. Diseño de reactivos para evaluar el aprendizaje. Trillas. México. ISBN 978-968-24-8496-4
- Mastache, A. (2009). Formar personas competentes: desarrollo de competencias tecnológicas y psicosociales. Educación y Trabajo. Buenos Aires
- Pilleux, M. (2001) Competencia comunicativa y análisis del discurso. Proyecto de Investigación FONDECYT 1010839 (2001-2003). Marzo 04, 2019. Recuperado en: <http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0071-17132001003600010&script=sciarttext>
- Proyecto Tuning (2003). Competencias. Febrero 19, 2019. Recuperado en: [www.tuningal.org](http://www.tuningal.org)
- SEP (2008a). Acuerdo 447. Recuperado en: <http://www.sems.gob.mx/work/models/sems/Resource/10905/1/images/Acuerdo447competencias-docentes EMS.pdf>
- SEP (2008b). Acuerdo 444. Recuperado en: [http://www.sems.gob.mx/work/models/sems/Resource/10905/1/images/Acuerdo\\_444marco\\_curricular\\_comun\\_SNB.pdf](http://www.sems.gob.mx/work/models/sems/Resource/10905/1/images/Acuerdo_444marco_curricular_comun_SNB.pdf)
- UNESCO (1996). Informe Delors. La educación encierra un tesoro. Marzo 02, 2019.  
Recuperado en: [http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF)
- UNESCO (2006). Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible 2005-2014. Febrero 27, 2014. Recuperado en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001416/141629s.pdf>

# Factores culturales asociados al consumo de alcohol en contextos sociofamiliares e instituciones educativas

*Clara Judith Brito Carrillo*

Trabajadora Social. Especialista en Gerencia Social. Magíster en Desarrollo y Gestión de Empresas Sociales. Docente de Planta de la Universidad de la Guajira. Investigadora Asociado y Líder Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0001-8788-7326>, [clarabrito@uniguajira.edu.co](mailto:clarabrito@uniguajira.edu.co)

*Angélica María Suarez Brito*

Psicóloga. Especialista en Psicología Clínica Autoeficacia Personal. Docente Catedrática de la Universidad de la Guajira. Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0002-6577-7393>. Correo: [angelicasuarez@uniguajira.edu.co](mailto:angelicasuarez@uniguajira.edu.co)

*Carmenza Leonor Mendoza Cataño*

Psicóloga. Phd. Educación Superior. Doctora en Ciencias Gerenciales. Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Especialista en Aprendizaje Autónomo. Docente Universidad de la Guajira. Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0002-9861-0258>. Correo: [cmendoza@uniguajira.edu.co](mailto:cmendoza@uniguajira.edu.co)

*Ana Rita Villa Navas*

Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Psicóloga Social. Especialista en Conciliación, Resolución de Conflictos. Docente Ocasional de la Universidad de la Guajira. Investigador Junior. Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0003-2761-2448>. Correo: [anarita@uniguajira.edu.co](mailto:anarita@uniguajira.edu.co)

*Elvis Eliana pinto Aragón*

Trabajadora social. Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Trabajadora Social. Docente de Planta de la Universidad de la Guajira Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0002-5554-1563>. Correo: [epinto@uniguajira.edu.co](mailto:epinto@uniguajira.edu.co)

## Resumen

Factores culturales asociados al consumo de alcohol en contextos sociofamiliares e instituciones educativas, se convierte en un desafío frente a los resultados de la investigación Incidencia culturales del consumo de alcohol en jóvenes de 12 a 18 años de edad en la Institución Educativa Paulo VI en el municipio de Barrancas La Guajira, en este orden de ideas, se suscitan una multiplicidad de interrogantes con relación a las situaciones conflictivas implícitas al consumo de alcohol a temprana edad, así mismo como inciden la cultura en un problema social cuyas afectaciones son evidentes en los contextos sociofamiliares, ambientes educativos y por ende en las comunidades, con obstante, se precisa sobre la relevancia y pertenencia del mismo, porque visibiliza que el consumo al alcohol en jóvenes y adolescentes posee unos efectos culturales, lo cuales se inician a temprana edad al interior de las familias, como factor que predispone a esas conductas propias de la región, donde no se toman las medidas correctivas necesarias en cuanto a sus ingestas. Según, la Organización Mundial de la Salud (OMS) y, la Organización Panamericana de la Salud (OPS), 2010, expresan "Recomiende a los padres limitar las conductas propias que puedan estar contribuyendo al uso de sustancias de sus hijos, incluyendo la compra o suministro de alcohol o la provisión de dinero que se gasta en el uso de sustancias, teniendo en cuenta la posible influencia que su propio consumo de alcohol y sustancias puede tener en sus hijos"

**Palabras claves:** alcohol, consumo, cultura, familia y social

## *Cultural factors associated with alcohol consumption in socio-family contexts and educational institutions*

### Abstract

Cultural factors associated with alcohol consumption in socio-family contexts and educational institutions, becomes a challenge in the face of the research results Cultural incidence of alcohol consumption in young people between 12 and 18 years of age in the PAULO VI educational institution in the municipality of Barrancas La Guajira, in this order of ideas, a multi-

plicity of questions are raised in relation to the conflictive situations implicit in the consumption of alcohol at an early age, as well as how culture affects a social problem whose effects are evident in socio-family contexts , educational environments and therefore in the communities, however, it is specified about the relevance and belonging of the same, because it makes visible that the consumption of alcohol in young people and adolescents has cultural effects, which begin at an early age within the families, as a predisposing factor to those behaviors typical of the region, where there is no take the necessary corrective measures regarding their intakes

According to the World Health Organization (WHO) and the Pan American Health Organization (PAHO), 2010, they state "Recommend that parents limit their own behaviors that may be contributing to their children's substance use, including buying or provision of alcohol or provision of money spent on substance use, taking into account the possible influence that their own alcohol and substance use may have on their children "

**Keywords:** alcohol, consumption, culture, family and social

## Introducción

Según, Margaret Chan, directora general de la Organización Mundial de la Salud, 2012. Los sistemas de salud en todas partes del mundo deben enfrentar desafíos para poder brindar atención y proteger los derechos humanos de las personas con trastornos mentales, neurológicos y por uso de sustancias. Los recursos disponibles son insuficientes, no están distribuidos de manera equitativa y se usan de modo ineficiente. En consecuencia, una gran mayoría de las personas con estos trastornos no recibes ninguna forma de atención:

Desde el punto de vista económico tiene mucho sentido tomar medidas. Los trastornos mentales, neurológico y por uso de sustancia interfieren considerablemente con la capacidad de aprendizaje de los niños y con la capacidad de los adultos para funcionar en la familia, el trabajo y la sociedad en general. Tomar medidas es también una estrategia a favor de los pobres. Estos trastornos son factores de riesgo para, o como consecuencia, de muchos otros problemas de salud y, con demasiada frecuencia, están asociados a la pobreza, la marginalización y las desventajas sociales.

En este orden de ideas, la Organización Mundial de la Salud (OMS); en el año 2008, a través de la Guía (mhGAP, por su sigla en inglés), procede al lanzamiento del programa:

Acción Mundial para Superar las Brechas en Salud Mental destinado a hacer frente a la falta de atención para personas que sufren trastornos mentales, neurológicos y por uso de sustancias, especialmente en los países de ingreso bajos y medios. Catorce por ciento de la carga mundial de morbilidad se atribuye a estos trastornos y cerca de tres cuartas partes de está cargando corresponde a los países de ingresos bajos y medios. Los recursos disponibles son insuficientes – la gran mayoría de los países asigna menos del 2% del presupuesto de salud a salud mental, lo que conduce a una brecha en el tratamiento que en muchos países con ingresos bajos y medios es superior al 75%.

No obstante, la Organización Mundial de la Salud (OMS) define al alcoholismo como el término de síndrome de dependencia alcohólica que corresponde a “un estado psíquico y habitualmente también físico resultado del consumo de alcohol, caracterizado por una conducta y otras respuestas que siempre incluyen compulsión para ingerir alcohol de manera continuada o periódica, con objeto de experimentar efectos psíquicos o para evitar las molestias producidas por su ausencia”. (Narcóticos Anónimos, 51). Así mismo, De la Garza, 2001, al referirse a las características propias de la adolescencia considera que es un período de inestabilidad, de búsqueda y de cambios, una etapa del desarrollo, en la que prima una actitud cuestionadora que se opone a las normas. El joven en este momento de su vida está convencido de tener la razón en todo y que la realidad es tal y como él mismo la percibe. Los únicos que podrán influir sobre él, serán personas que le despierten admiración y los mismos se convertirán en modelos a seguir. Usualmente no eligen sólo una persona, sino que van tomando rasgos que les agradan de diferentes personas y van construyendo su propia personalidad.

Frente a esta situación conflictiva, a nivel nacional, departamental, municipal y local, se advierte sobre “Un modelo de intervención breve para la ejecución de procedimientos de prevención, de mitigación del daño, y de minimización de los riesgos, que se centra en la realización de acciones susceptibles de implementar en contextos naturales de la vida cotidiana y de atención primaria en salud” (Babor, Th.F. & Higgins-Biddle, J.C. 2001, p. 8). No obstante, Escobar Tomas Raúl, 2000, explica que durante las últimas dos décadas han tratado de determinar cómo comien-

za y cómo progresa el abuso de alcohol en adolescentes. Hay muchos factores que pueden aumentar el riesgo de una persona para el abuso de alcohol. Los factores de riesgo pueden aumentar las posibilidades de que una persona abuse de las drogas mientras que los factores de protección pueden disminuir este riesgo, con relación a lo descrito, se agrega que es una problemática para la salud pública, es decir una enfermedad, la cual posee múltiples factores de tipo biológico, psicológico y social se han implicado en la etiología de alcoholismo.

Dentro de este contexto, a nivel nacional, el alcohol es la droga más consumida a nivel local, provincial y nacional, porque hay varios grupos étnicos, dentro de los cuales en sus costumbres y tradiciones esta práctica está presente como parte de las celebraciones y ritos religiosos; Además, de su promoción va de la mano con el deporte, los partidos e incluso las circunstancias trágicas. (Jerez Mosquera, 2015). Así, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2010) afirma que el nivel y el patrón de consumo de alcohol, así como también acerca de cualquier conducta asociada con el uso de alcohol que puede poner en riesgo la salud de la persona y la salud de terceros (es decir, dónde, cuándo y con quién está generalmente cuando consume alcohol, qué factores desencadenan el consumo de alcohol, qué actividades realiza cuando está embriagado, implicaciones financieras, capacidad de cuidar niños y violencia hacia otros). Por su parte, El uso perjudicial de alcohol es un patrón de consumo que deteriora la salud. El daño puede ser físico (por ejemplo, enfermedad hepática) o mental (por ejemplo, episodios de trastorno depresivo). A menudo está asociado con consecuencias sociales (por ejemplo, problemas familiares o problemas en el trabajo) (p. 69).

No ajeno a ello, atraviesa por una de las problemáticas más agudas en cuanto al consumo de alcohol, convirtiéndose en una amenaza latente para el desarrollo biológico, psicológico y social de la comunidad estudiantil, destacándose los jóvenes y adolescentes quienes son los más afectados. Por su parte, el alcoholismo, a edades tempranas, posee sus afectaciones tales como: causante de conflictos que convergen en disfunciones familiares, violencia, ausentismo escolar, suicidios, accidentes de tránsito, entre otros, es por ello que se destaca que a través de la historia las bebidas alcohólicas se encuentran ligada a la propia historia del ser humano. El consumo de alcohol, siempre ha formado parte de nuestra cultura y sociedad durante siglos, Seguramente ningún comportamiento humano ha ocasionado tantas controversias, mitos, prejuicios,

malentendidos e incomprensiones como el consumo de alcohol. Lo cual ha sido aceptado socialmente, aun sabiendo sus causas y consecuencias funesta para la vida humana, sin embargo, se asume como "algo normal".

Así mismo, Brito Carrillo, Navas Villa & Redondo Salas (2019) expresan que la:

Situación que amerita atención si se tiene en cuenta que, de manera general en el departamento de La Guajira, se ha incrementado notablemente el uso indiscriminado de sustancias psicoactivas, razones tan poderosas que conllevan a analizar los múltiples factores de riesgo, entre ellos la ingesta de alcohol y drogas, Ejemplo de ello, es la inadecuada utilización de tiempo libre, el cual no es productivo, generando una serie de frustraciones en el desarrollo del individuo (29)

Por su parte, el Plan Nacional sobre Drogas (2000), destaca que el "consumo de alcohol y otras drogas en la adolescencia, en la última encuesta del dirigida a estudiantes de secundaria entre 14 y 18 años pone de relieve las tendencias actuales del consumo en adolescente de alcohol y otras drogas, destacando: a) las sustancias más consumidas son el alcohol y el tabaco, con tasas de adolescentes que las han probado del 76% y 34% respectivamente, b) el consumo de alcohol y el de tabaco presentan la mayor continuidad o fidelización, c) el consumo de alcohol se concentra los fines de semana, d) el patrón de consumo de alcohol es experimental u ocasional, vinculado principalmente a contextos lúdicos, e) las chicas consumen alcohol, tabaco y tranquilizantes, con más frecuencia pero en menor cantidad, mientras que los chicos consumen drogas ilegales en mayor proporción, f) el éxtasis es la sustancia psicoestimulante con mayor porcentaje de consumidores habituales (2,5%).

En este sentido, se denota el aumento progresivo de esta problemática social, la cual amerita del fortalecimiento de los factores microsociales, por las siguientes anotaciones "Estilos educativos inadecuados. La ambigüedad en las normas familiares, el exceso de protección, la falta de reconocimiento y una organización familiar rígida influyen negativamente en el adolescente, y pueden desembocar en una personalidad con escasa aserción o en un enfrentamiento con el mundo adulto" (Arbex et al., 2000). Se puede confirmar, que esta problemática posee unas dimensiones sociofamiliares, culturales, económicas y políticas, las cuales de una u otra forma inciden en que los jóvenes y adolescentes

decidan a temprana edad que el consumo de alcohol es una alternativa de solución frente a las situaciones conflictivas que enfrentan en la relación directa familias, instituciones educativas y por ende la comunidad.

**Ilustración 1.** Aspectos incidencias culturales del consumo de alcohol



Fuente: *elaboración propia (2021)*

Por consiguiente, el alcohol ha jugado un importante papel en la historia de la humanidad, en la mayoría de las sociedades, beber es esencialmente un acto social y está muy arraigado en un contexto de valores, actitudes y tradiciones, las actitudes hacia el alcohol tienen una gran importancia, pues influyen poderosamente en el consumo de bebidas alcohólicas. El cruce de culturas indica que las actitudes de la gente hacia el alcohol varían de forma sustancial (Heath, 1995). Cabe resaltar, que el consumo de alcohol, es evidente porque se ha transmitido entre generaciones esto obedece a los factores culturales, patrones flexibles y permisivos sociofamiliar, quienes muchas veces no controlan las situaciones conflictivas debido a que estas prácticas sociales las cuales provocan alteraciones en los entornos familiares, indiscutiblemente, en los primeros años de vida es donde los niños guardan los recuerdos de experiencias vividas, actitudes y comportamiento propios del consumo de alcohol y otros factores asociados tales como maltratos y violencia intrafamiliar, cuyas afectaciones son irreversibles en el crecimiento y desarrollo biopsicosocial.

## Fundamentación teórica

Al respecto, se puntualizan que, a nivel nacional, se han dictado medidas para la prevención del consumo de alcohol en menores y adolescentes, en otras palabras, se puede visibilizar:

La implementación de la política de alcohol en Colombia, está articulada a la Estrategia Mundial de reducción del uso nocivo de alcohol, aprobada por la Asamblea Mundial de la Salud en el año 2010, donde se reconoce que el uso nocivo de alcohol tiene graves repercusiones a la salud pública y es considerado uno de los principales factores de riesgo a nivel mundial. La estrategia nacional se articula a la estrategia mundial en las siguientes diez esferas: 1. liderazgo, concientización y compromiso. 2. respuesta de los servicios de salud. 3. acción comunitaria. 4. políticas y medidas contra la conducción bajo los efectos del alcohol. 5. disponibilidad de alcohol. 6. mercadeo de bebidas alcohólicas. 7. políticas de precios. 8. mitigación de las consecuencias negativas del consumo de alcohol y la intoxicación etílica. 9. reducción del impacto en la salud pública del alcohol ilícito y el alcohol de producción informal. 10. seguimiento y vigilancia (Ministerio de Salud, 2015).

Según Rodríguez (2002), muchos han sido los esfuerzos para lograr cada vez una escuela más humana, dialogante y comprometida con la cultura, el conocimiento y las relaciones sociales. Al igual que el resto del mundo, Colombia ha sufrido en las últimas décadas notables cambios en los campos social, cultural, tecnológico y político, (Restrepo y Zapata, 2002) y el sistema educativo no ha sido ajeno a dichos cambios, en este caminar se han presentado dificultades y tensiones fuertes, por falta de objetivos claros y bien formulados a la hora de dar respuesta a los diversos fenómenos emergentes. Por su parte, Solorzano (2016), señala que “estas situaciones han generado una crisis familiar en la sociedad, ya que no hay un número de familias disfuncionales, donde los padres abandonan el control y la formación de los niños resultando en la ausencia de valores, una sociedad en declive y los niños con problemas graves en su desarrollo integral; La influencia del alcohol en la sociedad tiene un gran peso como factor problemático en la conformación y el funcionamiento de la familia, del individuo y, por lo tanto, de la sociedad”; Así mismo, “Estos problemas provocados por el consumo abusivo de alcohol, están adulterando los principios básicos de la estructura y el funcionamiento de la familia, convirtiendo la convivencia interpersonal en relaciones basadas en la violencia, el miedo, la falta de respeto y la falta de afecto” (Albán Obando, 2016)

## Aspectos culturales

Desarrollo cultural y económico de un país es un predictor de mayor consumo en su población (OMS, 2014). Se ha registrado que en el mundo son los países desarrollados y con mayor disponibilidad de recursos los que más aportan a las cifras de mortalidad asociada al consumo abusivo de alcohol; pero se considera que son las personas con acceso limitado a recursos económicos las que son más vulnerables a presentar consecuencias negativas relacionadas con su forma de beber, probablemente porque no cuentan con el dinero para evitar los efectos adversos del consumo, tienen menor soporte social, beben con menor frecuencia pero con mayor intensidad por ocasión (Courtney y Polich, 2009; OPS, 2014) e ingieren bebidas con mayores concentraciones alcohólicas; todo bajo la influencia del grupo social inmediato (Jan y Siedler, 2015). Asimismo, los motivos de consumo son diversos: compartir, divertirse, relajarse, incrementar la agresividad y la hombría (Londoño et al., 2009); la mayoría de estos están centrados en alcanzar el reconocimiento y la aceptación del grupo social (Londoño y Valencia, 2008), y han sido clasificados como motivos culturales y sociales, de incremento de habilidad, de relajación y de afrontamiento. Todos ellos están asociados a mayor consumo de unidades por ocasión.

## Influencia de amigos

Influencia del grupo de amigos y de los pares ha sido vista como un factor de riesgo importante para el consumo, y esto no es exclusivo de los adolescentes, pues las personas mayores también buscan identificarse con su grupo escolar y laboral de homólogos, por cuanto con ellos comparten la mayor parte del tiempo (Alfonso, Huedo-Medina y Espada, 2009; Previte, Fry, Drennan y Hasan, 2015). Por ello, son susceptibles a ceder ante la presión directa e indirecta en torno al consumo de alcohol ejercida por los pares (Andrade, Yepes y Sabogal, 2013; Londoño y Valencia, 2008, 2010); o sencillamente, las creencias acerca de la importancia de beber en distintos momentos y ambientes relacionados con intercambio social y diversión hacen que no quieran resistir la invitación a beber que le hace su grupo de referencia (Londoño, Valencia, Sánchez y León, 2007). En este sentido, Miranda (2012), afirma que acciones educativas antialcohólicas que se aplican las cuales tienen un carácter sistémico y pueden ser utilizadas durante el proceso pedagógico con el objetivo de contribuir al desarrollo de una cultura en este sentido en los/ las adolescentes y jóvenes del IPE.

Factores de protección a aquellos atributos o características individuales, relacionales y sociales que reducen la probabilidad del uso y/o abuso de alcohol u otra droga. En tanto, los factores de riesgo, son todas aquellas particularidades o características de naturaleza biológica, psicológica o social que posibilitan que un individuo incurra en alguna conducta riesgosa (Pedraza, Molerio & Álvarez, 2012). Así mismo, en el año 2016 el Ministerio de Salud y Protección Social lideró la formulación participativa e intersectorial de las intervenciones para la prevención del consumo nocivo de alcohol a desarrollar durante los años 2017 – 2021, donde se articulan las metas del Plan Decenal de Salud Pública, con los componentes de fortalecimiento institucional, prevención, tratamiento y reducción de daños y riesgos, propuestos éstos últimos desde el Plan Nacional de promoción de la salud, prevención y atención al consumo de sustancias psicoactivas 2014 – 2021.

Desde el enfoque de la protección social, el riesgo social puede entenderse como una situación de vulnerabilidad a la que todos estamos expuestos ya sea de manera individual o colectiva. Existen diversas fuentes del riesgo y afectan tanto a individuos y comunidades de una manera impredecible. Sin embargo, no todos estamos expuestos en un mismo nivel al riesgo, múltiples factores determinan el nivel de exposición; por ejemplo, los contextos y condiciones en que se encuentre tanto el individuo como la comunidad en general determinan el nivel de exposición. El enfoque de Manejo Social del Riesgo (MSR), es una manera de abordar esta situación, entendido como una estrategia o un medio para reducir la vulnerabilidad.

### **Prevención de consumo de alcohol en jóvenes**

Se asocia las palabras “diversión”, “disfrutar”, “celebración”, “alegría”, “pasarla bien” o “amigos” con las bebidas alcohólicas, entonces las estrategias de publicidad de la industria del alcohol han dado resultado. Es más, es posible que algunas fiestas culturales o los deportes más populares, los torneos, equipos o los deportistas que los practican ya estén relacionados con el sello de alguna bebida alcohólica y sea muy difícil pensar en éstos sin recordar la marca o el eslogan de sus comerciales. (Ministerio de Salud, 2015, p.27)

## **Reducción de riesgos**

El concepto plantea minimizar las condiciones de riesgo asociadas al consumo de drogas, estableciendo un contacto directo y permanente con los consumidores en las mismas comunidades locales en donde se da el fenómeno. Reducir riesgos significa trabajar en la cotidianidad y crear espacios de bajo umbral donde las exigencias para ingresar sean mínimas. (Modelo de Inclusión – 2007, Ministerio de Protección Social y la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2010. P 23).

## **Riesgos por el consumo de alcohol**

Los riesgos por consumo nocivo de alcohol no son iguales para todas las personas, éstos son definidos por factores personales como la edad, el sexo, las relaciones familiares, las condiciones socioeconómicas, entre otros; también son definidos por factores sociales como la cultura y las normas las cuales influyen en el consumo de alcohol para celebrar fiestas u ocasiones especiales, el contexto del consumo ya sea en espacios públicos o lugares residenciales; y la disponibilidad de las bebidas alcohólicas, la calidad de las mismas y la política de precios. (Prevención del consumo nocivo de alcohol. p. 16)

## **Metodología**

### **Enfoque de la investigación**

Esta investigación es de modelo cualicuantitativo, porque proporciona una gran comprensión de las razones y motivaciones subyacentes de las personas. El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis y estadísticos para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. La investigación está al servicio del hombre en toda su magnitud. La elección del problema, métodos de investigación, el uso de conocimientos científico y la generación de tecnología, se someten radicalmente al servicio específico de las personas afectadas por el proceso (Tamayo y Tamayo 2010).

### **Tipo de investigación**

Esta investigación será de tipo descriptivo, debido a que busca identificar la percepción que tienen las personas sobre el objeto del estudio Validez y confiabilidad del instrumento

Hernández, Fernández y Baptista definen la validez como “la eficiencia con que un instrumento mide lo que se pretende medir”, el autor también expresa que la validez, consiste en entregar un instrumento de recolección de datos a personas conocedoras del tema en estudio para que evalúen la condición de las preguntas o ítems del mismo. En atención a esto, la validez del contenido del instrumento que se utilizó en esta investigación se obtuvo a Según lo planteado por Hernández, Fernández y Baptista (2014)

## **Método y procedimiento de la investigación**

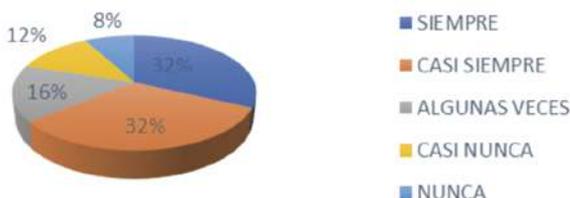
El objeto del estudio sobre los Incidencia culturales del consumo de alcohol en jóvenes de 12 a 18 años en la institución educativa Paulo VI en el municipio de Barrancas La Guajira, partiendo de las diferentes concepciones que tiene los actores involucrados en la problemática mencionada y específicamente las organizaciones sociales y el desarrollo de las comunidades indígenas

## **Población y muestra**

Arias (2012), define la población de estudio, como el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. Permite conocer desde la población finita, los sujetos a investigar, la se encuentra definida como una agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran, al mismo tiempo, existe un registro documental de dichas unidades. Dentro de este contexto, dada la relevancia, del flagelo social del consumo de alcohol, la población seleccionada se encuentra determinada, por una muestra de veinte cinco (25), estudiantes de la Institución educativa Paulo VI localizado en el Municipio de Barrancas departamento de La Guajira.

## Resultados de la investigación

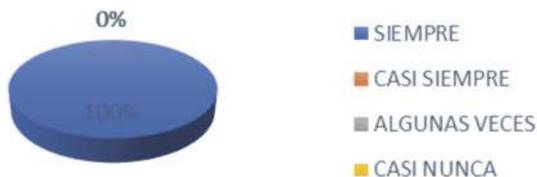
**Gráfica 1** ¿la institución educativa “Paulo VI municipio de Barrancas La Guajira, los factores culturales influyen para que los estudiantes consuman alcohol?



Fuente: elaboración propia (2021)

En la gráfica se observa, que existe consumo de alcohol, lo cual posee componentes culturales denotándose que los estudiantes expresan la existencia de factores de riesgo, es por ello que se requiere acciones articuladas para prevenir las secuelas del consumo de alcohol. En sectores vulnerables de la sociedad barranquera

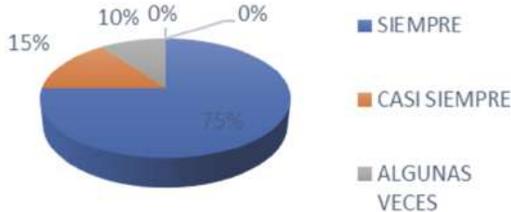
**Gráfica 2.** Considera Usted que los padres de familias deben involucrarse en las escuelas para padres para adquirir conocimientos en la prevención del consumo de alcohol



Fuente: elaboración propia (2021)

Como es de esperarse, las afirmaciones de los estudiantes, las cuales son asertivas en un 100%, cuando son sus mismos hijos, quienes consideran que los padres de familias deben involucrarse en las escuelas para padres para adquirir conocimientos en la prevención del consumo de alcohol, es por ello, que se hace una llamado a los padres de familias de manera general para que conjuntamente con la Institución Educativa articulen acciones preventivas frente al consumo de alcohol y otras situaciones conexas

**Gráfica 3** Problemáticas sociales y familiares existentes en el Municipio de Barrancas que se evidencian en la Institución Educativa Paulo VI son productos de los casos del consumo de alcohol existentes en los jóvenes y adolescentes



Fuente: *elaboración propia (2021)*

Se evidencian que la problemáticas sociales y familiares existentes en el municipio de Barrancas La Guajira, son productos del consumo de alcohol en los sectores vulnerables de jóvenes y adolescentes, es por ello, que es necesario replantear acciones integradoras porque el 75% de los estudiantes expresan que el surgimiento multiplicidad de problemáticas sociales al interior del hogar es producto del consumo de alcohol.

**Gráfica 4** Considera usted que los padres de familias pueden prevenir el consumo de alcohol a través del dialogo para orientar a sus hijos frente al consumo de alcohol



Fuente: *elaboración propia (2021)*

En la gráfica es evidente, la necesidad de implementar acciones articuladas con los entes públicos porque en un 100% los estudiantes consideran que los padres de familias pueden prevenir el consumo de alcohol a través del dialogo para orientar a sus hijos frente al consumo de alcohol, es decir se deben implementar una relación adecuada entre familia-institución educativa y la comunidad para minimizar las incidencias culturales que trae consigo mismo el consumo de alcohol.

## Análisis de los resultados

Desde diferentes perspectivas, se puntualiza que los factores culturales asociados al consumo de Alcohol en contextos sociofamiliares e institucionales, requieren de las estrategias preventivas han evolucionado hacia abordajes cada vez más globales, basados en la información, la educación y la capacitación integradas hacia el propósito de que el ser humano mejore sus hábitos de vida y construya valores protectores frente al significado violento de las drogas. Desde enfoques sistemáticos fundados en conocimientos empíricos acerca de los factores de riesgo para el consumo, se han ido desarrollando planes y programas para reducir la demanda, retardar la iniciación y disminuir las secuelas del abuso de drogas” (Forselledo, 2002: 41; Brito, Villa & Redondo, 2019):

La vida escolar presenta situaciones conflictivas en cuanto a la problemática de la prostitución infantil, trastornos de comportamiento y con ello el uso y abuso de alcohol, donde intervienen otras personas nativas de la región con fines de explotación a poblaciones tales como adolescentes y jóvenes quienes son sometidas al ejercicio de venta de sus cuerpos con fines lucrativos. Este estudio pretende abordar las situaciones generadoras negativas y lesivas para el crecimiento y desarrollo de las potencialidades de los jóvenes y Adolescentes (p.54).

En términos generales, se plantea las estrategias nacional pactos por la vida, debido a la existencia de conflictos y crisis en las comunidades escolares debido a sus afectaciones de la ingesta de alcohol, por tanto, se recomienda fortalecer las relaciones de involucramiento parental si se tiene en cuenta que al interior de las familias, se reconocen que la ausencia de diálogo y comunicación asertiva entre los padres se convierten en una barrera prefiriendo otras actividades por ejemplo los partidos de fútbol con los amigos, sin embargo, este compartir por lo general concluye en consumir alcohol constituyendo en una alternativa para fortalecer amigos y sentir se bien, debido a los efectos que produce el mismo. En síntesis, esta situación no escatima la edad, sexo y condición social, percibiéndose el significado social que los adolescentes atribuyen al mismo, como en sus pautas de consumo, en las conductas de riesgos que asumen y en las estrategias que ponen en práctica para minimizar dichos riesgos.

## Conclusiones

En la Institución educativa Paulo VI del municipio de Barrancas La Guajira, existen una multiplicidad factores de riesgo, entre ellos, unos arraigados patrones culturales a nivel familiar, social y comunitarios, lo cual incide para que se presente esta situación de riesgo que inestabiliza el comportamiento de la comunidad estudiantil, por otra parte es evidente, que escasamente se realicen acciones preventivas tales como acciones socioeducativa, es por ello, que los estudiantes establecen juicios de valores despectivamente con relación a los resultados de las charlas en su relación con el alcohol.

Pactos por la vida, la cual pretende disminuir el consumo de alcohol a temprana edad, indiscutiblemente, la administración de turno a través de la Secretaria de Educación Municipal, no fortalece acciones preventiva y un desconocimiento de la Política Nacional, en vista de lo anterior, no existe equipos de profesionales, que modifiquen los comportamientos existentes en la comunidad estudiantil, y por otra parte los programas de intervención en el consumo de alcohol, no se inician tempranamente, desde punto de vista de los resultados, se requiere de acciones y estrategias más efectivas que resulten activas para los y las participantes y así de esta manera reducir el consumo problemático de alcohol.

Es evidente, la necesidad expresada por los estudiantes la aplicabilidad de establecer estrategias para la reducción de las diferentes manifestaciones del consumo abusivo de alcohol, las cuales son muy variadas y algunas implican riesgos debido a la alta ingesta de alcohol, el cual se ha extendido en la población de jóvenes y adolescentes. es por ello, que surge la necesidad de consolidar estrategias para la reducción de los riesgos los cuales alteran el comportamiento de los adolescentes. Por tanto, se propone fortalecer a través de alianzas estratégicas la política de servicios amigables el cual debe ser coordinado a través de los siguientes actores secretaria de Educación y salud municipal, Institución educativa Paulo VI, las escuelas para padres y la comunidad Barranquera.

## Referencias

- Antonio Gómez Sanabria 2017. Consumo de alcohol y drogas en estudiantes universitarios: estudio cuantitativo y cualitativo sobre prevalencia, actitudes y motivaciones para el consumo en la Universidad de Cádiz. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Arias, Fidias (2012). El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica. 6ª Edición. ISBN 80-07-8529-9. Editorial Episteme, C.A. Caracas Venezuela
- Bernal, César A., (2010) Metodología de la investigación. Tercera edición. Pearson Educación. ISBN: 978-958-699-128-5. Área: Metodología. Colombia
- Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación. Quinta edición derechos reservados © 2010, 2006, 2003, 1998, 1991 respecto a la quinta edición por: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V. ISBN: 978-607-15-0291-9. México
- Brito, Villa & Redondo. (2019). Nuevos enfoques en políticas públicas para prevenir conductas adictivas en contextos socio familiares. Primera Edición. Editorial Gente Nueva. Bogotá. D-C.
- Congreso de Colombia. Ley 1385 de 2010. Bogotá. Colombia
- De Visser, RO. & McDonnell, EJ. (2012). "That is OK. He's a guy": A mixed-methods study of gender double-standards for alcohol use. *Psychology and Health*, 27(5), 618-639.
- De Visser, RO., Smith, J., Abraham, Ch. & Wheeler, Z. (2011). Gender, alcohol, and interventions. Recuperado de [http://alcoholresearchuk.org/downloads/finalReports/FinalReport\\_0092.pdf](http://alcoholresearchuk.org/downloads/finalReports/FinalReport_0092.pdf)
- G. M. Rodríguez Ospina, J. A. Posada Villa and S. Cárdenas, "Violencia, psique y capital social: un aporte desde el estudio nacional de salud mental, Colombia 2003.," in Una puerta hacia la paz. Paz y salud mental en Colombia., vol. 1, Academia Nacional De Medicina, 2005, pp. 83 - 96.
- Guía de intervención MHGAP. (2010). Para los trastornos mentales, neurológicos y por uso de sustancias en el nivel de atención de la salud no especializada. Organización Mundial de la salud y Programa de acción mundial Superar las brechas en salud mental. Edición original en inglés: "mhGAP intervention guide for mental, neurological and Substance use disorders in non-specialized health settings" World Health Organization. ISBN 978 92 4 154806 9 / ISBN 978 92 4 354806 7 (Clasificación NLM: WM 140).
- La espada, T. y Elzo, J. (2007a). Consumo de alcohol de los adolescentes: Hablando de cifras y datos. En E. Megías (Ed.), Adolescentes ante el alcohol. Barcelona: Fundació La Caixa.

- Lindstrom, M. (2006). Psychosocial work conditions, social participation and social capital: A causal pathway investigated in a longitudinal study. *Social Science and Medicine*, 62, 280-291.
- Londoño Pérez Constanza 2017. Pactos por la vida: una experiencia de prevención basada en la evidencia: aproximación crítica. Universidad Católica de Colombia. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouniguajiras/detail.action?docID=4946334>.
- Ministerio de la Protección Social, Política nacional para la reducción del consumo de sustancias psicoactivas y su impacto: resumen ejecutivo., 2007. 24.
- Ministerio de Sanidad y Consumo; Secretaría General de Sanidad, "Informe sobre alcohol. Comisión Clínica de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.," Ministerio de Sanidad y Consumo; Secretaría General de Sanidad. Madrid, 2007.
- Ministerio de Salud y Protección Social y Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito –UNODC–. Esta publicación es resultado del Convenio de Cooperación No. 656 de 2015 entre el Ministerio de Salud y Protección Social y la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito –UNODC–.
- Estrategia Nacional de Respuesta Integral al Consumo de Alcohol (2013) aportes técnicos de la Organización Panamericana de la Salud en el marco del convenio 519 de 2015 suscrito entre el Ministerio de Salud y Protección Social y la Organización Panamericana de la Salud OPS/OMS.
- Miranda, Martín, Miguel Angel 2012. Estrategias educativas dirigidas a desarrollar en los adolescentes y jóvenes una cultura de la salud antialcohólica desde la vía extracurricular. B - Universidad de Camagüey

# **Determinantes de la variabilidad de los precios de los productos agrícolas: caso Municipio de El Carmen de Viboral – Antioquia – Colombia**

*Carolina Rincón Zapata*

Magíster en Economía. Especialista en Finanzas con énfasis en Banca de Inversión. Economista. Docente Asociada de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica de Oriente - Rionegro – Antioquia - Colombia. Miembro del grupo de Investigación FACEA.  
E-mail: crincon@uco.edu.co

*Yulieth Cristina Alvarez Garcia*

Estudiante del Programa de Administración de empresas de la Universidad Católica de Oriente, Rionegro (Antioquia, Colombia); Técnica laboral en Gestión Administrativa de la Fundación Educativa San Nicolás - Colombia).  
E-mail: yulieth.alvarez7495@uco.net.co

## **Resumen**

El sector agrícola campesino es sin duda uno de los sectores productivos más importantes puesto que provee a las familias de bienes básicos que satisfacen sus necesidades. No obstante, la constante variabilidad de sus precios, lo configura también como uno de los sectores mas inestables y en algunas ocasiones poco rentable para los productores. Los determinantes de dichas variaciones han venido siendo analizadas durante varios años, logrando identificar unos patrones sobre los cuáles el productor no tiene control. Específicamente, en los mercados agrícolas de pequeños productores informales, tener control sobre dichos determinantes se hace mucho más difícil, por tanto, las afectaciones son mucho mas sig-

nificativas. Teniendo en cuenta lo anterior, el presente artículo, trata el componente teórico de la variabilidad de los precios en el sector agrícola, e intenta cotejar dichos determinantes con la realidad local de los campesinos de el Municipio de El Carmen de Viboral-Antioquia, identificando así los principales factores que provocan la variación de los precios. Entre las principales causas identificadas, se encuentran: escasez de producción por determinadas temporadas climáticas y productivas, exceso de producción generada a partir de la menor demanda de los productos debido a falencias en la comercialización, cambios climáticos que dañan las cosechas, mayores precios por la intermediación en la comercialización, y mayores costos de producción debido a los altos precios de los insumos.

**Palabras claves:** precios, sector agrícola, productos agrícolas, campesinos.

***Determinants of the variability  
of the prices of agricultural products:  
Case of the Municipality of El Carmen  
de Viboral – Antioquia – Colombia***

**Abstract**

The peasant agricultural sector is undoubtedly one of the most important productive sectors since it provides families with basic goods that satisfy their needs. However, the constant variability of its prices, also configures it as one of the most unstable sectors and sometimes not very profitable for producers. The determinants of these variations have been analyzed for several years, managing to identify patterns over which the producer has no control. Specifically, in the agricultural markets of small informal producers, having control over these determinants becomes much more difficult, therefore, the effects are much more significant. Taking into account the above, this article deals with the theoretical component of price variability in the agricultural sector, and attempts to compare these determinants with the local reality of the peasants of the Municipality of El Carmen de Viboral-Antioquia, thus identifying the main factors that cause the variation of prices. The article emerges from the research macro-project called: Other Economies that seeks to analyze the behavior of the various markets.

**Keywords:** prices, agricultural sector, agricultural products, peasants.

## Proyecto de la investigación

El artículo se desprende del macroproyecto de la investigación denominado: Otras economías que busca analizar el comportamiento de los diversos mercados.

## Determinantes de la variabilidad de precios

La interrelación que existe entre compradores y vendedores de bienes y servicios configura lo que se conoce como mercado. En un mercado, confluyen las disposiciones que tienen los consumidores (familias) de adquirir bienes y/o servicios, con el fin de satisfacer sus necesidades, y las disposiciones de los oferentes (empresas) de vender bienes y/o servicios que puedan suplir dichas necesidades. Según Méndez & Silvestre (1989), en un mercado competitivo, los precios de los bienes y servicios están determinados precisamente por el libre juego de la oferta y la demanda. No obstante, esta interacción entre oferta y demanda está influenciada por diversos factores externos que determinan no solo variaciones en la cantidad de bienes que se transan en los mercados, si no también, en los precios a los que estos se transan.

El precio, es el valor monetario que el consumidor de un producto o servicio está dispuesto a pagar por él (Pérez & Pérez, 2006), y varía dependiendo del producto o servicio que se está ofreciendo, el sector al que pertenece y a factores que puedan determinar su oferta y su demanda. Por lo anterior, y en reconocimiento de que el sector agrícola es uno de los mercados de mayor variabilidad en los precios, a continuación, se desarrolla de manera más amplia este concepto. La variación o volatilidad de los precios, es un concepto técnico que hace referencia al cambio en las tasas de variación de estos en períodos continuos o recurrentes. La volatilidad se percibe cuando los precios de ciertos productos aumentan o disminuyen con frecuencia (Latina, 2011). El precio, según Cadena (2011), ha sido analizado en la economía desde el punto de vista macro y micro, principalmente desde la escuela clásica y neoclásica, la cual atribuye a variables como producción, costos, deuda, gastos, inflación, desempleo, entre otras; la variación de éste. Por su parte, la FAO (2011), atribuye la variación de los precios, no solo a los factores antes mencionados, si no que resalta la dependencia que este fenómeno tiene al comportamiento de la oferta y la demanda.

## Determinantes de los precios de productos agrícolas

Por su parte, dentro de la actividad agrícola, que consiste en la extracción de recursos naturales de origen vegetal por medio del cultivo; no solo es de suma importancia en cuanto provee muchos de los alimentos que consumen los seres humanos, sino que también es caracterizada por la alta variación de sus precios (FAO, 2011). En este sentido, la economía agrícola busca analizar las principales razones de la variación de estos precios. Según el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (1971), estas variaciones han sido estudiadas desde hace décadas, en respuesta precisamente a que este es un mercado en constante cambio, y que una de las características más identificadas es su variación a lo largo del tiempo. Según el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (1971), se identifican algunos tipos de variaciones a saber:

- Variación secular o por tendencia: se refleja a partir de un cambio constante presentado en los precios bajo una misma dirección. Este cambio se evidencia por largos periodos de tiempo o años, en respuesta a la ocurrencia de cambios de las mismas características en las cosechas (periodos de siembra continuos o presentados durante varios años en las zonas).
- Variación cíclica o por ciclos: se refiere a incrementos o disminuciones, presentadas en los precios de determinado producto en cierto periodo de tiempo. Estas variaciones, se presentan de manera cíclica a lo largo del tiempo, y en las mismas temporadas. La variación por ciclos, se evidencia en periodos determinados de siembra, que tienden a repetirse.
- Variación estacional: se refiere a las variaciones presentadas en los precios a lo largo de un año, debido al carácter estacional de la oferta de productos; obedeciendo entonces a los incrementos o disminuciones de las actividades productivas en determinadas temporadas.

Por su parte, el boletín realizado por la Latina (2011), afirma que la volatilidad de los precios en mercados agrícolas está determinada por aspectos relativos como velocidad, magnitud y cambios en la dirección de las tasas de estos, provocando que por algunas de estas variables los precios de estos productos presenten variabilidad en los mercados de venta. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO -, afirma que, en lo que a la variación de los precios del sector agrícola se refiere, los factores que generan dichas fluctuaciones corresponden a factores de corto y largo plazo. Los factores de corto

plazo, corresponden por ejemplo a la cantidad de productos ofrecidos en la plaza de mercados en un día, en relación a la cantidad del producto vendido en días anteriores. Lo anterior obedece a que el comportamiento de los consumidores se vuelve un poco más predecible, ya que se conocen sus decisiones de compra pasadas. Otro ejemplo que obedece al factor de corto plazo es el cambio de la demanda que ocurre cuando se prevé que cierto producto está a punto de salir a la venta por buenas cantidades y las centrales o acopios se preparan para su llegada lo que ocasiona que el producto baje de precio. Por otra parte, también ocurre variación de precio a corto plazo cuando entran productos sustitutos al mercado, es decir, cuando hay un solo producto para satisfacer una necesidad este alcanza un punto alto en su precio y al entrar otros productos por los que los demandantes puedan sustituirlo generará una disminución de adquisición del mismo, por lo que su precio tendrá tendencia decreciente (FAO, 2011).

De otro lado, los factores de largo plazo que generan variaciones en los precios dentro del mercado agrícola obedecen a determinantes de oferta que, dependiendo de los tiempos de cosecha, podría aumentar o disminuir. De esta forma, en el año en el que se ve mucha producción de una misma cosecha, el precio del producto tiende a estar por debajo de lo habitual, y al siguiente año, debido a esa misma disminución del precio que conlleva a menores rendimientos del productor, el campesino optará por sembrar otro tipo de producto, y a partir de esta decisión que reduce la oferta del producto en el mercado, el precio podrá volver a establecerse en niveles superiores. Cabe mencionar que, según estudios realizados por La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2011), el agricultor suele tener más éxito cuando hace lo contrario de las tendencias del mercado a la hora de la siembra, es decir, al campesino conocer las tendencias de su alrededor, se recomienda que siembre un producto diferente, de esta manera a la hora de la cosecha obtendrá un buen precio de venta del producto.

Según la FAO (2011), otro fenómeno, que a largo plazo modifica los precios en el mercado agrícola, obedece a cuestiones climáticas como por ejemplo lluvias a destiempo, que causan daños en los cultivos, disminuyendo así la producción y oferta de productos. Este último determinante, está siendo muy común ya que el calentamiento global que se experimenta es el principal causante del cambio climático que causa en los cultivos agrícolas daños irreparables, a partir de eventos extremos como

inundaciones, sequías, olas de calor, fuertes lluvias, heladas, entre otros (IDEAM & FONADE, 2013). De acuerdo al IDEAM & FONADE (2013), son evidentes y muy fuertes las afectaciones del cambio climático sobre el sector agrícola colombiano, principalmente por los fenómenos del niño y la niña, que causan inundaciones, deslizamientos en zonas de cultivos, proliferación de plagas y enfermedades en la siembra, cambios notorios en los ciclos vegetativos, pérdidas en la producción, y mayor estacionalidad de la producción. Adicionalmente, producto de estos impactos negativos, se da una mayor importación de productos agrícolas y una menor seguridad alimentaria para la población del país.

Otro de los determinantes de la variación de los precios de los productos agrícolas, obedece a una estrategia aplicada por los productores, quienes, ante una disminución de los precios de los productos en el mercado, almacenan (reservan) su producción, específicamente de los bienes de mayor durabilidad, que son los que posibilitan este tipo de prácticas. No obstante, cuando se habla de productos perecederos, los productores, no tienen otra opción que integrarse al mercado con un precio bajo; que en todo caso es mejor que perder su cosecha (FAO, 2011).

Existe otro punto importante que se debe tocar, siendo este un causante notable de la variación de precios en los productos agrícolas, y es el tema de intermediación del campesino con otros agentes externos que se llevan gran parte de ganancias en este proceso (Reyes, et.al., 2020). Se ha encontrado que la mayoría de la población campesina hace uso de la intermediación externa en algún punto de la producción o comercialización de los productos, volviéndose una causa relevante para las insuficientes mejoras en su calidad de vida. Los pequeños agricultores tienen poca asociación de productores o gremios y trabajan de forma individual en la producción y comercialización de sus productos provocando pérdida en el poder de negociación en un mercado lleno de agentes externos, donde el campesino se ve en la obligación de ser el tomador del menor del precio de venta, impactando negativamente su nivel de ingresos, desincentivando la permanencia del mismo en el campo y generando migrando hacia otras actividades con mayor rentabilidad y bienestar para su familia (Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, 2013).

Por otra parte, como ya se hizo mención, el sector agrícola se enfoca en la producción primaria o producción de la tierra para la generación de productos de origen vegetal para el consumo de personas o animales (MNC,

2017). Según Díaz del Castillo, J. F. C. (2013), unos de los productores altamente representativos en este sector, son los denominados "pequeños productores", ya que desarrollan esta actividad en menos de 3 hectáreas de tierra. Otra de las características de estos productores, es que la labor es desarrollada por integrantes de la misma familia y además hacen uso de la producción para el autoconsumo. No obstante, el destino de la producción, son los acopios de productos agrícolas y plazas de mercado locales (FAO, 2013). Por su parte, los grandes productores, son identificados como empresas dedicadas a la producción agrícola para su comercialización en grandes cantidades. Estos productores, hacen parte de lo que en el mercado se conoce como la agroindustria, que es dedicada a la producción de productos primarios con un valor agregado, a gran escala (MNC, 2017).

## Municipio de El Carmen de Viboral

El Carmen de Viboral es un municipio ubicado en el suroriente antioqueño en el extremo norte de la Cordillera Central, que hace parte de la subregión del Valle de San Nicolás, y a su vez, forma parte de los municipios del altiplano del Oriente Antioqueño, por lo que las condiciones climáticas del municipio corresponden a la alta montaña andina tropical (Mincultura, 2014). Según el último censo realizado por el DANE en 2018, El Carmen de Viboral cuenta con una población total de 59.416 habitantes, de los cuales 34.187 están ubicados en la zona urbana o cabecera del municipio y los otros 25.229 habitantes se encuentran en sus áreas rurales (DANE, 2018). El Carmen se encuentra a una altura de 2.150 metros sobre el nivel del mar; su superficie total es de 448km<sup>2</sup>, de los cuales 445km<sup>2</sup> pertenecen al área rural y 3km<sup>2</sup> al área urbana (Cornare, 2019), y limita con ocho municipios (Rionegro, Marinilla, Sonsón, Santuario, Cocorná, La Ceja, La Unión y Abejorral). El municipio se destaca por ser rico en recurso hídrico; condición que lo beneficia para las actividades agrícolas que se desarrollan en el municipio con producción de gran variedad de productos. Es así como en el centro del municipio, donde se posee un clima templado o frío, se producen generalmente flores, frijol, maíz, papa, tomate de árbol, fresa y algunas hortalizas; mientras que, en zonas lejanas, de clima cálido y caliente, se cosecha café, yuca, plátano, cacao, guayaba, naranja, caña de azúcar, entre otros.

Según información de la Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente del municipio de El Carmen de Viboral (2021), en el municipio, también se desarrollan otras actividades del sector agropecuario como ganadería le-

chera doble propósito y de levante, piscicultura y granjas de avicultura a grande y pequeña escala. La agroindustria desarrollada en el municipio se ha venido reconociendo, por el creciente número de cultivos de producción limpia, promoviendo el no uso de fertilizantes y agroquímicos para la recuperación de suelos (Mincultura, 2014). En el Plan de Desarrollo (2016-2019) de El Carmen de Viboral se denota que las características de suelo, recurso hídrico y climas son garantes de la sostenibilidad agrícola de las familias campesinas, siendo el medio para alcanzar mejores condiciones económicas, sociales y ambientales; la sostenibilidad de estas actividades campesinas va acompañada por las buenas prácticas de producción y además de diferentes políticas estratégicas desarrolladas por el gobierno que promueven e incentivan el sector.

## Resultados

Para el desarrollo de la presente investigación, se parte de datos suministrados por la Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente del municipio de El Carmen de Viboral, donde por medio de las Evaluaciones Agropecuarias Municipales (EVA), se realiza una recopilación mensual de los precios de los principales productos campesinos cosechados en el municipio, y se identifican algunos patrones de variabilidad de los precios, que son representativos. Posteriormente, se cotejan dichas variaciones por medio de una entrevista semiestructurada realizada a un total de 25 productores campesinos del municipio, donde se tratan de identificar los determinantes que ocasionaron dichas variaciones de los precios y que corresponden a factores específicos que se trataran de analizar y que han sido definidos en el marco teórico. Es importante inicialmente hacer una distinción entre los productos que hacen parte de los cultivos transitorios, y los que hacen parte de los cultivos permanentes. Esto en correspondencia no solo a que así los clasifican en la administración municipal, sino que también determinan diferencias en el comportamiento de la variación de los precios. Según Balcázar (2003), los cultivos transitorios son aquellos en los que su ciclo vegetativo no es mayor a seis meses, y para volver a obtener una cosecha del mismo es necesario volverlo a sembrar. Por su parte los cultivos permanentes toman un tiempo largo en llegar a su etapa productiva, y se caracterizan porque no deben volverse a sembrar para cosechar nuevamente. Los productos que hacen parte de los cultivos transitorios y permanentes reportados por las Evaluaciones Agropecuarias, y analizados en la presente investigación, son:

**Tabla N°1.** Cultivos transitorios y permanentes

| Cultivos Transitorios | Cultivo permanente |
|-----------------------|--------------------|
| Arveja                | Cacao Café         |
| Frijol Voluble        | Caña Panelera      |
| Hortalizas Varias     | Fresa              |
| Papa                  | Granadilla         |
| Papa Criolla          | Guayaba Manzana    |
| Repollo               | Gulupa             |
| Tomate Invernadero    | Limón Mandarinino  |
| Zanahoria             | Limón Tahiti       |
| Maíz Tradicional      | Banano             |
|                       | Tomate De Árbol    |

*Fuente: elaboración propia a partir de información suministradas por la Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente del municipio*

Analizadas entonces las principales variaciones presentadas durante los veinticuatro meses correspondientes a los años 2019 y 2020, se logró evidenciar para el caso específico de los cultivos transitorios, variaciones de precios representativos para los siguientes productos:

**Frijol voluble:** se identifica un patrón de disminución de precios para el mes de febrero en ambos años (en promedio 10%), y a su vez se identifica un patrón de aumento para los meses de marzo, abril y mayo, también en ambos periodos (en promedio 15%).

**Arveja:** en estos 2 años se logra identificar la existencia de variación en los precios de venta de la arveja, en los 3 primeros meses de año 2019 la arveja, paso de estar en enero a \$2.592 kg, a presentar una disminución en su precio de 7,4% en febrero, en marzo aumento el 12,5%. Para el 2020 tuvo un comportamiento diferente en febrero y marzo ya que aumentó su valor en porcentajes de 75% y 62% respectivamente, un comportamiento totalmente diferente a la misma época del año anterior. Por lo que no se logra establecer un patrón de comportamiento diciente.

**Papa criolla:** este producto presentó en los dos periodos variaciones importantes con respecto al precio de venta por parte del productor, en los primeros meses de ambos años tuvo aumento en su precio, por ejemplo, en el 2020 fue de 31% respecto al mes anterior (diciembre 2019), para marzo fue del 69,2% y para abril subió 45%. Evidenciando un patrón de tendencia creciente para estos meses.

**Repollo:** este producto no muestra patrones similares en épocas específicas para los años analizados, no obstante, las variaciones porcentuales en los precios de venta son altamente significativos. En marzo de 2019 vario un 65,1%; en junio aumento 38,8% respecto a mayo y en julio aumento 132,9%. Para el año 2020 se percibió un aumento constante en los meses de septiembre con 85,7%, octubre 15,4% y noviembre 66,7%. No obstante, lo anterior, productos como el maíz tradicional y las hortalizas presentaron menores variaciones en los precios. En términos generales los cultivos transitorios producidos en el municipio muestran algunas variaciones significativas en los precios, que conllevan consecuencias positivas o negativas para el productor, según sea el caso del aumento o disminución de los precios respectivamente.

En cuanto a los cultivos permanentes, se evidenció lo siguiente:

**Aguacate:** en este producto se observan variaciones representativas, para los meses de marzo, donde para el año 2019 incrementó en 8,2% y para el 2020, 40,2%; y mayo donde en ambos años disminuye en porcentajes superiores al 14%. Para los meses de agosto y septiembre hay un nuevo incremento de precios; y posteriormente en noviembre y diciembre repite una disminución elevada en los precios del producto. Cabe aclarar que estas variaciones repetitivas indican la presencia de patrones de comportamiento en el cultivo en temporadas anuales.

**Caña panelera:** se observan variaciones importantes en los precios de venta, especialmente en los últimos meses del año. En septiembre y octubre en ambos años se presentó un alza superior al 6,5% y en diciembre se presenta disminución del 5% aproximadamente.

**Granadilla:** se identifica un comportamiento similar en algunos meses de los dos años, por ejemplo, en marzo y abril caen los precios del producto; posteriormente ocurre una recuperación importante en los 3 meses siguientes mayo, junio y julio, donde se identifica que en junio es donde ocurre el mayor incremento del precio de venta.

**Guayaba manzana:** este producto presenta un comportamiento particular en los periodos 2019 y 2020, en marzo ocurre un incremento y en el mes siguiente el precio cae, este patrón se presenta hasta junio; en julio y agosto incrementan y en septiembre vuelven disminuir. Los precios aumentan y disminuyen en porcentajes similares para los ambos años.

**Limón tahiti:** se observa un patrón comportamental repetitivo en ambos años, para el mes de febrero muestra una disminución importante de precio superior al 20%, pero en marzo eleva nuevamente su precio aproximadamente un 80%. Para los meses de mayo, junio y julio se generó nuevamente una caída y en los 2 meses siguientes (agosto y septiembre) ocurre una recuperación importante en el precio de venta del producto.

Para los cultivos permanentes la variación promedio de precio de todos los productos cosechados en el mes de mayo de 2019 fue del 7,6% en disminución, al igual que en los meses de abril y mayo de 2020 con una disminución mayor al 5,5%; sin embargo, en varios meses de los dos periodos los precios de los productos permanentes tuvieron aumentos superiores al 7%. Sin ser ajeno al fenómeno de la variabilidad de precios ninguno de los dos tipos de cultivos presentes en el municipio; se observa que en general los cultivos permanentes presentan menores variaciones que los cultivos transitorios. Por otra parte, con el fin de cotejar el anterior análisis con la realidad y la percepción de los productores campesinos, se hace una combinación de instrumentos que amplían los resultados. En principio, se desarrolla una encuesta semiestructurada aplicada directamente a los productores agrícolas del municipio, y adicionalmente, se hace uso del método de observación a medida de la aplicación de esta. Es importante resaltar, como ya se anunciaba en párrafos anteriores, que dichos instrumentos, fueron aplicados a un total de 25 productores campesinos.

Inicialmente, se obtuvo una caracterización general de los productores campesinos, donde se evidenció que la mayor parte de los encuestados tienen ubicados los cultivos en la zona rural del municipio (88%), esto también obedece a que gran parte de El Carmen de Viboral es zona rural y durante años la agricultura fue la principal actividad económica desarrollada en dicha zona. En cuanto a la informalidad, entendida como la no cotización al sistema de seguridad social y la falta de registro ante cámara de comercio, se identifica que el 68% son productores informales, lo que hace que el campesino y sus familias tengan pocas garantías en su labor diaria, no tengan acceso a los beneficios de la formalidad y se vea disminuida la calidad de vida de estos. Así mismo, otra de las consecuencias del alto porcentaje de informalidad en el sector, es que los agricultores deban trabajar hasta edades muy avanzadas, en función de poder suplir sus necesidades, ya que no son acogidos por ninguna Ley pensional. Adicionalmente, se evidenció que el 56% de los encuestados son pequeños productores que no poseen empleados para

sus procesos productivos, ya que son ellos mismos quienes trabajan los cultivos. El 44% restante que manifiesta tener empleados, afirma que estos son esporádicos ya que solo son contratados por temporadas de manera informal y no suman más de 5 generalmente. A continuación, se presentan otros resultados referentes a los productos más cultivados por los campesinos, y el lugar en donde son distribuídos.

**Gráfico 1.** Productos y su lugar de comercialización



Fuente: *elaboración propia (2021)*

De lo anterior, se puede visualizar que el 72% de los productores cultivan papa criolla, el 60% cultiva papa capira y nevada, al igual que maíz tradicional y frijol. El 44% de ellos cultiva arveja, seguido del 36% que cultiva zanahoria y el 20% de los productores que cultivan aguacate. Se observa que solo el 16% de los campesinos producen repollo y hortalizas varias. Se encuentra que la mayor parte de los productores del municipio (96%) venden sus productos en el centro de acopio local, seguido del 40% que también venden a consumidor final local; por otra parte, el 32% de ellos distribuyen algunos productos en comercializadoras dirigidas a otras partes de la región o el país y solo el 24% de los campesinos venden en fruterías o verdulerías del municipio. A continuación, se presentan los principales resultados de la investigación que refieren las causas de la variabilidad de los precios dadas por los productores campesinos:

Gráfico 2. Causa de la variación de los precios



Fuente: elaboración propia (2021)

En la anterior grafica podemos observar que, según el 96% de los productores del municipio, la principal causa de variación de los precios de venta de sus productos obedece a razones de oferta y demanda (exceso o escasez de productos); seguido del 80% de productores que atribuyen la variabilidad de los precios a la cantidad de intermediarios existentes en el proceso de distribución. Es importante mencionar que el número de intermediarios se crece a medida que, en el centro de acopio local, aparecen compradores de los productos, que posteriormente los revenden a otras personas para venta al consumidor final. Por su parte, el 72% de los campesinos considera que el cambio climático (temporadas de lluvias y temporadas secas que vuelven más propensas las cosechas a plagas y enfermedades) es otra de las causas de la variación de los precios de los productos; el 68% acusan que las causas provienen del aumento en los costos de las materias primas (fertilizantes y abono) utilizadas durante la siembra.

En menor porcentaje se evidencia que el 32% de los campesinos del municipio atribuyen como otra causa de variación en los precios de venta, la poca asociación que existe entre ellos como productores (cooperativas o asociaciones de productores) donde se establezcan precios de venta justos para los productos sin ir en perjuicio de los consumidores;

por otra parte, se observa que el 20% ve como causa de la variación de precios los altos volúmenes de importación de productos sustitutos, que llegan al mercado con precio bastante competitivo; y el 8% refiere causas que tienen que ver con las temporadas de cosecha, que a su vez están estrechamente relacionadas a los cambios climáticos. Por último, se obtuvo que un 4% de los productores campesinos consideran que existen otros factores determinantes de la variabilidad de los precios, como son: variación del precio del dólar, lavado de activos (producción a grandes escalas con el fin de legalizar recursos ilícitos), alto costo de fletes (medio de transporte para trasladar los productos), y presencia de robos ocurridos en años anteriores en el centro de acopio municipal.

Por otra parte, con el fin de identificar otros factores que tuviesen afectaciones para el desempeño de los productores agrícolas campesinos en el municipio, se incluyó en la encuesta una pregunta relacionada, de donde logró identificar que una de las mayores dificultades es el alto costo de montaje de los cultivos, el difícil acceso a créditos financieros, los bajos precios de venta, bajo apoyo del centro de acopio para la comercialización de los productos, conformación de un esquema de oligopolio dentro del centro de acopio que restringe a los demás productores la entrada a competir en el mercado. Por último, los campesinos manifiestan como uno de los factores que afectan su desempeño y crecimiento, la falta de existencia de políticas o regulaciones para el sector que logren beneficiar a todos los productores. Mediante la técnica de la observación, se logró evidenciar que en los últimos 10 años en el municipio se han cerrado un alto número de unidades agrícolas, debido a los altos costos de producción y bajos precios de venta de los productos. Según los productores que aún permanecen en el sector, la constante variación de venta de los precios los deja en situaciones de baja rentabilidad de su actividad productiva, lo que hace que sea más rentable por ejemplo vender los productos a otros municipios cercanos como Santuario y Marinilla a pesar de asumir un mayor flete, dado que en estos otros municipios existen comerciantes que ofrecen mejores precios que los que se encuentran en el centro de acopio local.

Cabe resaltar que El Carmen de Viboral a pesar de tener tanta deserción de productores agrícolas sigue siendo una despensa de alimentos importante en el Oriente; y ocurre con frecuencia que cuando los campesinos venden sus productos en otros municipios, los dueños de las fruterías y verdulerías del pueblo van y compran esos mismos produc-

tos para venderlos nuevamente en el mismo municipio, generando más costos para el vendedor y un precio más alto al consumidor final.

## Conclusiones

En una economía de mercado, la variación de precios de los productos depende de múltiples causas atribuibles a la demanda y múltiples causas atribuibles a la oferta. No obstante, identificar estas causas o los factores determinantes de las causas, no es una tarea fácil en todos los mercados. Específicamente, en el mercado agrícola campesino, que tiende a ser un mercado informal del cual no se poseen registros ni datos, como es el caso del mercado agrícola campesino del Municipio del Carmen de Viboral, no es tan fácil identificar o suponer los factores que a diario afectan al productor campesino y que se traducen en variaciones de los precios de los mercados.

Con el desarrollo de la presente investigación, se logró identificar que son diversas las causas que inciden en la variación de precios de venta de los productos agrícolas en el municipio de El Carmen de Viboral, que además supone inestabilidad y estancamiento para el sector agrícola del municipio, del cual depende económicamente hablando gran parte de la población campesina de este. En consecuencia, la población de municipio dependiente de este tipo de actividad ve limitadas sus oportunidades de aumento de su calidad de vida y bienestar económico.

Entre las principales causas identificadas, se encuentran: escasez de producción por determinadas temporadas climáticas y productivas, exceso de producción generada a partir de la menor demanda de los productos debido a falencias en la comercialización, cambios climáticos que dañan las cosechas, mayores precios por la intermediación en la comercialización, y mayores costos de producción debido a los altos precios de los insumos.

De lo anterior, no solo a nivel nacional, sino también a nivel local, se requiere de estrategias que permitan mitigar el impacto de la variación de precios de venta a los productos agrícolas, y coadyuven a los agricultores a enfrentar las fuerzas del mercado sin ocasionar mayores pérdidas en su actividad. Adicionalmente, es necesario promover estrategias como la capacitación al campesino en buenas prácticas de producción

que les permita mejorar la calidad de sus cosechas y conservar por más tiempo el estado óptimo de la tierra; la cooperación y asociatividad entre los campesinos. Lo anterior se hacen necesario con el fin de crear un mejor ambiente productivo para la estabilidad y crecimiento del sector.

## Referencias

- Alcaldía municipal. (2016-2019). Acuerdo Municipal 006 de 2016, Plan de Desarrollo 2016 – 2019 “El Carmen de Viboral, territorio de vida y paz”. Recuperado de: <https://concejoelcarmen.gov.co/phocadownload/acuerdos-2016/Plan%20de%20Desarrollo%202016-2019.pdf>
- Balcázar, Á. (2003). Transformaciones en la agricultura colombiana entre 1990 y 2002. *Revista de economía institucional*, 5(9), 128-145. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2331381>
- Cornare. (2019). Referentes ambientales para la construcción de los planes de desarrollo en los municipios de la jurisdicción de Cornare. Recuperado de: [https://www.cornare.gov.co/SIAR/REFERENTES\\_AMBIENTALES/2019-2023/Documento\\_El\\_Carmen\\_de\\_Viboral.pdf](https://www.cornare.gov.co/SIAR/REFERENTES_AMBIENTALES/2019-2023/Documento_El_Carmen_de_Viboral.pdf)
- DANE. 2018. Censo Nacional de Población y Vivienda, población censal ajustada y porcentajes de omisión municipal por área.
- Díaz del Castillo, J. F. C. (2013). La intermediación como un impedimento al desarrollo del pequeño productor de Medellín. *Ciencia & Tecnología Agropecuaria*, 14(1), 27-32. Recuperado de: <http://revista.corpoica.org.co/index.php/revista/article/view/264>
- FAO. (2011). Interpretación y uso de la información de mercados. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/x8826s/x8826s06.htm#bm06>
- FAO. (2013). Agricultores pequeños y familiares. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/ar588s/ar588s.pdf>
- Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales & Fondo Financiero de proyectos de Desarrollo. (2013). Efectos del cambio climático en la producción y rendimiento de los cultivos por sectores: Evaluación del riesgo agroclimático por sectores. Recuperado de: <http://www.ideam.gov.co/documents/21021/21138/Efectos+del+Cambio+Climatico+en+la+agricultura.pdf/3b209fae-f078-4823-afa0-1679224a5e85>
- Latina, A. (2011). Volatilidad de precios en los mercados agrícolas. *Boletín CEPAL/FAO/IIICA*. Recuperado de: <http://repiica.iica.int/docs/b2090E/b2090E.pdf>

- Lozano, J. B. C. (2011). La teoría económica y financiera del precio: dos enfoques. *Criterio libre*, 9(15), 59-80. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3815857>
- Marco Nacional de Cualificaciones. (2017). Sector agropecuario, subsector pecuario: ganadería bovina (leche y carne), subsector agrícola: café, cacao y plátano. Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-362822\\_recurso.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-362822_recurso.pdf)
- Méndez, M., & Silvestre, J. (1989). *Fundamentos de economía*. McGraw Hill.
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2014). Los cuadernos del barro, El Carmen de Viboral el jardín llevado a la loza. Recuperado de: <http://patrimonio.mincultura.gov.co/Documents/Los%20Cuadernos%20del%20Barro.%20El%20Carmen%20de%20Viboral.pdf>
- Murcia, H. H. (1971). *Fundamentos de economía agrícola*. IICA Biblioteca Venezuela. Recuperado de: [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=UowgAQAIAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Fundamentos+de+economia+agricola&ots=mSZCqAoQD6&sig=8fL9t3SIheUZ-3TIUU\\_lIM1bIPwk&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Fundamentos%20de%20economia%20agricola&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=UowgAQAIAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Fundamentos+de+economia+agricola&ots=mSZCqAoQD6&sig=8fL9t3SIheUZ-3TIUU_lIM1bIPwk&redir_esc=y#v=onepage&q=Fundamentos%20de%20economia%20agricola&f=false)
- Pérez, D., & Pérez, I. (2006). El precio. Tipos y estrategias de fijación. *EOI Marketing*. Recuperado de: <https://static.eoi.es/savia/documents/componente45108.pdf>
- Reyes Jiménez, Javier Yesid; Prada Marín, Dúwamg Alexis; Román Ordóñez, Javier Alexander; Acevedo Amorocho, Alejandro; Álvarez Navarro, Michael Andrés. (2020). Aplicación de la geometría fractal en el sector porcícola: un estudio sobre el análisis de la volatilidad y la persistencia en el precio del cerdo en pie en Colombia. En Meriño, V., Martínez, E., & Martínez, C. (Ed.). "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria". Vol. 20, Año 2020, Pág. 51. Santa Bárbara – Zulia - Venezuela: Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental del Sur del Lago de Maracaibo Jesús María Semprúm. Recuperado de: <https://www.cedinter.com/wp-content/uploads/2020/08/Ebook-Gestion-del-conocimiento-vol-20.pdf>





# Las marcas como estrategias para dar a conocer los comercios de san Vicente – Manabí – Ecuador

*Lilia Moncerrate Villacis Zambrano*

Doctora en Ciencias Administrativas. Investigadora acreditada por el SENESCYT. Docente Titular de Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí-Extensión Bahía de Caraquez-Ecuador.

ORCID: <https://org/0000-0002-2888-6363>, [lilia.villacis@uleam.edu.ec](mailto:lilia.villacis@uleam.edu.ec)

*Gregoria Jesús Ureta Reina*

Estudiante de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,  
[e1311411019@live.uleam.edu.ec](mailto:e1311411019@live.uleam.edu.ec)

## Resumen

La investigación fue establecer las marcas como estrategias de los comercios de San Vicente y conocer la satisfacción de los clientes, diagnosticando los recursos, como ventas indispensables para promover los comercios. Para esta investigación se utilizó métodos y técnicas correspondientes a un enfoque cuantitativo y descriptivo para lograr el respectivo análisis de los objetivos planteados. El método descriptivo presentado evaluó las características principales de los datos, apoyado en una indagación bibliográfica previa y en la información obtenida mediante una encuesta realizada a un grupo de 48 personas, la cual se interpreta en tablas estadísticas para mostrar la importancia de una marca en los productos o servicios que ofrecen los comercios. Dentro de la investigación, se estableció como aspecto relevante la concepción de una marca como elemento imprescindible y sobre todo diferenciador, dentro del marco personal o comercial. Una marca es necesaria, para crear en el consumidor una idea clara y concreta, que confirme credibilidad en el producto o servicio y que lo motive a adquirirlo sin dudar. La solidez y la efectividad

de una marca se intensifican día a día, siempre y cuando logre llegar al consumidor, comprendiendo sus necesidades y deseos.

**Palabras clave:** marca, comercios, estrategias, recursos, identidad

## ***Brands as strategies to publicize businesses in San Vicente – Manabí – Ecuador***

### **Abstract**

The investigation was to establish the brands as strategies for the shops of San Vicente to know the satisfaction of the clients, diagnosing the resources, as essential sales to promote the trade. For this research, methods and techniques corresponding to a quantitative and descriptive approach were used to achieve the respective analysis of the proposed objectives. The descriptive method presented evaluated the main characteristics of the data, supported by a prior bibliographic inquiry and the information obtained through a survey carried out on a group of 48 people, which is interpreted in statistical tables to show the importance of a brand in the products or services offered by businesses. Within the research, the conception of a brand as an essential and above all differentiating element, within the personal or commercial framework, was established as a relevant aspect. A brand is necessary to create a clear and concrete idea in the consumer, which confirms credibility in the product or service and motivates them to purchase it without hesitation. The strength and effectiveness of a brand intensify day by day, as long as it manages to reach the consumer, understanding their needs and desires.

**Keywords:** brand, businesses, strategies, resources, identity

### **Introducción**

La Marca Personal hace que los seres humanos se vuelvan competitivos, es por esta razón que es importante marcar la diferencia, como marca personal se refleja en todo aquello que se publica en redes sociales o sitios web donde cada persona es reconocida en cada una de estas redes, tanto en texto, vídeo o audio como publicidad. Así, la Mar-

ca Personal de un profesional permite abrir caminos, cerrar acuerdos y acercar a la persona a sus grupos de interés, obteniendo muchas ventajas. La identidad abarca mucho más que al campo humano, llega al mundo de los negocios y las empresas, ya que cada organización forma su propia personalidad. La identidad de una empresa es la auto-representación y consiste en la información de las señales que ofrece la organización sobre sí por medio del comportamiento, la comunicación y el simbolismo, que son sus formas de expresión.

Este tema ha sido seleccionado porque en la carrera de Mercadotecnia, uno de los contenidos a estudiar son las estrategias para aumentar ventas y posicionar una marca, de allí la importancia para reconocer y ver qué acciones se deben tomar en acción a un posicionamiento exitoso dentro de una empresa, negocio o servicio. Para Philip Kotler y Anstrong: (2007) "nombre, término, signo, símbolo o diseño o combinación de ellos, cuyo objeto es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores con objeto de diferenciarlo de sus competidores" (Cepeda-Palacio, 2014). Se refiere a las marcas desde el concepto brindado por la American Marketing Association, que las define como la marca personal, además ayuda al departamento de recursos humanos a elaborar junto al colaborador, un plan de carrera más acertado que define de manera precisa las direcciones profesionales y objetivas que desea alcanzar según sus habilidades, valores, aptitudes y experiencia que posea. Es una proyección de cómo desea ser vista la persona por los demás miembros de la compañía, clientes y proveedores. El retorno de inversión de estas acciones se ve reflejado en el incremento de retención del personal (Rebeca Barzuna 28 junio 2018).

Según Grant MacCracken, sostiene que cada marca tiene una parte tope y un fondo. El fondo tendrá los significados de la marca para todo el mundo, en todas partes. El tope tendrá los múltiples significados que son fabricados para los propósitos específicos de los grupos específicos. No existe nada en la noción de marca que demande una negativa de la multiplicidad (McCracken, 1998, p. 102; Cepeda-Palacio, 2014). Cada individuo tiene su propia percepción sobre una marca. Las marcas son creadas según las necesidades del consumidor o grupos de consumidores, según diversos propósitos. Cada consumidor tiene su propio criterio al momento de elegir o de mostrar preferencia por una marca específica. Desde el punto de vista de Chernatony y Dall'Olmo Riley: una característica común es que el nombre de las marcas y el logo son considerados meros identificadores legales y visuales, y representan el juego de experiencias y asociaciones

que los consumidores han adquirido a través del tiempo como resultado de las actividades de la organización (De Chernatony y Dall'Olmo Riley, 1998, p. 427; Cepeda-Palacio, 2014).

El logotipo o nombre es quizá lo más importante porque, al final, es por lo que la empresa va a ser reconocida y diferenciada. Este debe ser breve, sencillo, fácil de pronunciar y que sea muy llamativo y así construir una verdadera identidad y relación emocional con los consumidores. "Hoy en día la gente paga para que las cosas tengan significado. En la cultura contemporánea buscamos y encontramos respuestas, no solo a través de los canales tradicionales, como las religiones (y las nuevas religiones) sino y también en otros espacios como pueden ser los grupos de rock, las hermandades de mujeres, las empresas y las marcas" (Atkin, 2008, p. 119; Cepeda-Palacio, 2014)

Para conseguir un buen posicionamiento y una imagen positiva es fundamental que todos los mensajes emitidos a través de la empresa y sus productos estén controlados, sean coherentes entre sí, y comuniquen una idea de empresa previamente formulada en función de sus objetivos estratégicos. "La marca se volvió la palanca de la estrategia y la organizadora de los esfuerzos de la compañía en el mercado. Una marca exitosa cambia la curva de demanda hacia la izquierda, con lo cual permite que la compañía venda más por el mismo precio o que cobre más por la misma cantidad" (Kotler, 2012, p. 89; Cepeda-Palacio, 2014). La marca es un elemento realmente importante, sin ella un negocio no podría ser reconocido rápidamente, su clientela no se incrementará y los objetivos deseados del negocio no se lograrían satisfactoriamente.

Los recursos y capacidades no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones (movilidad imperfecta). La heterogeneidad y la movilidad imperfecta explican las diferencias de rentabilidad entre las empresas, incluso entre las pertenecientes a la misma industria" Peteraf (1993) y (Miguel Blázquez, 2011). Cada empresa es un mundo distinto. Los recursos son un bien tangible, los cuales pueden estar o no al alcance de cada una, diferenciando así su rentabilidad. Para Navas y Guerras "Los recursos son el conjunto de factores o activos de los que dispone una empresa para llevar a cabo su estrategia" Navas y Guerras (2002) y (Miguel Blázquez, 2011). Los recursos son activos con los que cuenta una empresa, sea humana tecnológica u organizativos, y a partir de ellos pueden proceder a cumplir eficientemente sus estrategias.

Los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. La administración requiere varias especializaciones y cada recurso una especialización” (Chiavenato, 1999; Miguel Blázquez, 2011). Se llaman recursos, a aquellos bienes o servicios que son utilizados para la ejecución de labores con la finalidad de terminar tareas asignadas. “Los recursos en sentido estricto serán definidos como los stocks de factores disponibles que son poseídos o controlados por la empresa” (Amit y Schoemaker, 1993; Miguel Blázquez, 2011). Esto significa que los recursos son elementos o factores disponibles que sirven para controlar acciones dentro de una empresa.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo definen la marca como “un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores (Thompson, s.f.). La marca es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo y sin olvidar que actualmente el ser humano vive en una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto.

## **Materiales y métodos**

En la presente investigación se utilizó el método descriptivo, según Orellana (2001) “La estadística descriptiva ofrece modos de presentar y evaluar las características principales de los datos a través de tablas, gráficos y medidas resúmenes”. De ahí se infiere que se requiere conocer la importancia de establecer una marca, por medio de la descripción de ciertos datos que proporciona la población seleccionada. Así mismo para Díaz V. (2009) “El estudio descriptivo busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis”.

La investigación se realizó a través de habitantes de la provincia de Manabí, siendo esta la población y seleccionando una muestra de 48 personas. Para este enfoque se utilizaron métodos cuantitativos adecuando instrumentos que permitieran evaluar el objetivo planteado. El Método estadístico descriptivo tuvo un papel importante como objetivo

la descripción del evento de estudio, se realizó en personas que habitan en la provincia de Manabí para identificar aspectos relacionados a la importancia de la marca de un producto o servicio. Para llevar a cabo este método se utilizó: La lectura científica: fue fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio referencial, recopilando aportaciones de diversos autores para evaluar el término "marca". Además, se aplicó una encuesta de 48 personas

## Resultados

**Tabla 1.** ¿Las cualidades que describe el nombre de una marca son importantes?

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 40         | 83,3       | 83,3              | 83,3                 |
|         | No      | 2          | 4,2        | 4,2               | 87,5                 |
|         | A veces | 6          | 12,5       | 12,5              | 100,0                |
|         | Total   | 48         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

De las 48 personas encuestadas 40 de las personas que equivale al 83.3% manifestaron que las cualidades que describen el nombre de una marca si son importantes, 2 personas que equivale al 4.2% dijeron que las cualidades que describen el nombre de una marca no son importantes y 6 de las personas que equivale al 12.5% manifestaron que a veces las cualidades que describen el nombre de una marca son importantes. Dieron a conocer que la gran mayoría de las personas dijeron que las cualidades que describen el nombre de una marca si son importantes pero una minoría manifestaron que las cualidades que describen el nombre de una marca no son importantes. Esto significa que es importante tener en cuenta las cualidades a la hora de posicionar el nombre de una marca, esta debe ser de fácil lectura y pronunciación, fácil de recordar, que resulte agradable al oído, que la marca se asocie al producto o servicio entre otros.

**Tabla 2.** ¿Es importante para un comercio tener una marca?

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 45         | 93,8       | 93,8              | 93,8                 |
|         | A veces | 3          | 6,3        | 6,3               | 100,0                |
|         | Total   | 48         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

De las 48 personas encuestadas, 45 de las personas que equivale al 93.8% manifestaron que, si es importante para un comercio tener una marca, 3 de las personas que equivale al 6.3% dijeron que a veces es importante para las microempresas tener una marca. Las personas encuestadas en su mayoría, manifestaron que, si es importante para los comercios tener una marca, pero una minoría dijeron que no es importante que las microempresas tengan una marca. Esto significa que para los comercios tener una marca es de suma importancia ya que esta ayudará a generar confianza y fidelidad en los consumidores, a crear nuevas oportunidades de negocio, transmitirá sensaciones agradables a los clientes y una marca bien posicionada será un gran activo para el negocio.

**Tabla 3.** ¿En un anuncio, te gusta que pongan la marca de lo que venden?

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 41         | 85,4       | 85,4              | 85,4                 |
|         | A veces | 7          | 14,6       | 14,6              | 100,0                |
|         | Total   | 48         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

De las 48 personas encuestadas, 41 de las personas que equivale al 85,4% manifestaron que en un anuncio si les gusta que pongan la marca de lo que venden, 7 de las personas que equivale al 14,6% dijeron que a veces les gusta que en un anuncio este colocada la marca de lo que venden. La mayoría de las personas encuestadas manifestaron que si es importante que en un anuncio se incluya la marca de lo que venden las microempresas, pero para una minoría dijeron que no es importante

que en un anuncio este incluido la marca de lo que venden. Esto significa que para la mayor cantidad de estas personas, es esencial que en un anuncio este visible la marca de lo que se vende, de esta manera el negocio y el reconocimiento van creciendo dentro del mercado y así favorece a la microempresa.

**Tabla 4.** ¿La marca es una estrategia indispensable dentro de los comercios para aumentar sus ventas?

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si    | 44         | 91,7       | 91,7              | 91,7                 |
|         | No    | 4          | 8,3        | 8,3               | 100,0                |
|         | Total | 48         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

De las 48 personas encuestadas 44 de las personas que equivale al 91,7% manifestaron que la marca si es una estrategia indispensable dentro de las microempresas para aumentar sus ventas 4 personas que equivale el 8,3% dijeron que la marca no es un recurso indispensable dentro de las microempresas para aumentar sus ventas. La gran mayoría las personas manifestaron, que la marca si es una estrategia indispensable dentro de los comercios para aumentar sus ventas, pero una minoría dijeron que la marca no es una estrategia indispensable dentro de las microempresas para aumentar sus ventas. Esto significa que la marca es el intangible más importante de un comercio. La marca es lo que queda en la mente de los consumidores cuando ya se han consumido los productos. La importancia de la marca está en dejar una huella indeleble en la cabeza de los clientes, una huella que sea inconfundible, una huella memorable, que permita volver a consumir una y otra vez los productos que vende gracias a la diferenciación que consigue con respecto a sus competidores.

## Discusión

Los resultados del diagnóstico fueron preponderante, porque servirán como plataforma para una de las actividades del proyecto macro que se desarrolla en la universidad, titulado "Aplicación del marketing ex-

perencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales " el mismo que ha desarrollado diferentes actividades como son: Marketing de contenidos como Estrategia de enfoque promocional en los establecimientos comerciales en la Parroquia De Leónidas Plaza editado en el 2020, y la comunicación estratégica institucional para el posicionamiento de la imagen a través de las relaciones públicas en la revista/sinapsis

También se pudo analizar dentro de varios trabajos realizados por expertos e investigadoras como la investigación referente a las Estrategias de marketing digital para posicionar la marca "Soy Soya" de la microempresa de galletas de soya de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo; menciona que el proceso de posicionamiento de marca, la comunicación digital juega un papel importante mediante el manejo coherente de información, consiguiendo interacción y retroalimentación en el sentido de llegar con éxito a los diferentes públicos objetivos, por tal razón se debe tener en cuenta el entorno de la microempresa y de esta manera tener conocimiento de las condiciones y retos que debe enfrentarse al mercado. (Aguay, García, Armijos & Bonilla, 2020, págs. 11-17).

En esta era digital y con el uso de la tecnología como un recurso eminente para los microempresarios y emprendedores sepan que es necesario e importante a que las microempresas cuenten con una marca con el fin de captar mayor atención hacia el cliente con el fin de obtener utilidades. El estudio que se realizó en el trabajo "Importancia de la correcta utilización de la marca en las microempresas de la ciudadela alborada tercera etapa - Guayaquil 2014." relata que se considera que el diseño, de una guía informativa impresa, es una excelente herramienta en el momento de comunicar e informar porque genera un impacto en la mente de las personas y contribuye a que los microempresarios tomen conciencia del problema que existe al no tener o crear indebidamente su marca (Mendoza, 2014, pág. 121)

Es por tal razón que al implementar una marca en los comercios, empresas generará confianza y seguridad por lo cual el consumidor podrá optar por los productos y servicios de su preferencia; ya que la marca jugará un papel muy importante en el crecimiento de una microempresa.

## Conclusiones

Se ha evidenciado que las personas que se han encuestado, manifiestan que la marca es una clave muy esencial para el incremento de ventas en una microempresa. Una buena gestión en la creación de la marca creará un amplio y fructífero camino en el entorno de la microempresa para lograr que sus ventas no decaigan, sino que vayan elevando sus cifras con el transcurso del tiempo.

Con la información obtenida en las encuestas, las personas expresan que una buena marca conlleva a la fidelidad de los clientes. Todos los aspectos que engloba una marca, están destinados a conseguir atraer e impactar a sus clientes, generar confianza y cumplir con sus expectativas.

Las personas encuestadas manifiestan que las cualidades que describen el nombre de una marca son imprescindibles. La honestidad y transparencia de las marcas, son aspectos fundamentales que en muchos casos influyen directamente en las decisiones de compra de los consumidores.

Es necesario que las microempresas, inviertan tiempo y capital para lograr que su marca logre posicionarse en el mercado, potenciarla y de esta manera conseguir progresivamente que su marca sea conocida, respetada y valorada por el público al que se dirige.

Es importante que una microempresa desarrolle la elaboración de estrategias para mantener la fidelidad de clientes antiguos y lograrla captar en clientes nuevos. Ofrecer nuevos productos, nuevas ofertas, siempre algo distinto que marque la diferencia con la competencia y permita que el cliente siempre vuelva.

Debido a que la autenticidad y honestidad de una marca, son aspectos muy valorados por los consumidores, las microempresas deben ejecutar acciones que permitan mantener sus estándares de calidad, de servicio que integra todo el concepto de su marca, para mantener su prestigio y que la marca siga avanzando a gran escala.

## Referencias

- Bibliography Aguay, M. F., García, V. T., Armijos, C. P., & Bonilla, J. A. (03 de 2020). Estrategias de marketing digital para posicionar la marca "Soy Soya" de la microempresa de galletas de soyade la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo. *Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4, 11-17.
- Cepeda-Palacio, S. D. (2014). Alcances actuales del concepto de marca. Un estudio comparativo, en la historia. *ENTRAMANDO*, 10(2), 16. Recuperado el 18 de Julio de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/2654/265433711009.pdf>
- Mendoza, K. A. (2014). *Importancia de la correcta utilización de la marca en las microempresas*. proyecto de investigación, Universidad de Guayaquil, facultad de comunicación social diseño gráfico, Guayaquil.
- Miguel Blázquez, A. M. (30 de Diciembre de 2011). Recursos Organizacionales. *Técnica Administrativa*, 11(01). Recuperado el 18 de Julio de 2020, de <http://www.cyta.com.ar/ta1101/v11n1a3.htm>
- Lemoine Q.F. Á. Villacis .Z. Lilia . Carvajal. Z. G.V. Almeida L E.V .(2020) La comunicación estratégica institucional para el posicionamiento de la imagen a través de las relaciones públicas. HYPERLINK "https://revistas.itsup.edu.ec/index.php/sinapsis/article/view/247" <https://revistas.itsup.edu.ec/index.php/sinapsis/article/view/247>
- Thompson, I. (s.f.). Promonegocios.net. Recuperado el 18 de Julio de 2020. <s://www.promonegocios.net/mercadotecnia/marca-definicion.html>.  
<http://www.cyta.com.ar/ta1101/v11n1a3.htm>
- Villacis .Z. Lilia.M., Muñoz Ch Jorge, Mejía. R, L., García R.,R. ,(2020) Marketing de contenidos como estrategia de enfoque promocional en los establecimientos comerciales en la parroquia de Leónidas Plaza <https://revistas.itsup.edu.ec/index.php/sinapsis/issue/view/23>





# **Sostenibilidad y resiliencia en infraestructura de abastecimiento y saneamiento: definiciones y diagnóstico en el sector rural colombiano**

*María Alejandra Caicedo Londoño*

Ingeniera Civil. Magíster en Ingeniería Hidráulica y Medio Ambiente. Profesora Asistente del Programa de Ingeniería Civil de la Universidad de la Salle - Bogotá - Colombia.

Correo electrónico: macaicedo@unisalle.edu.co

*Carlos Felipe Urazán Bonells*

Ingeniero Civil. Especialista en Administración de la Construcción. Doctor en Gestión Territorial e Infraestructuras del Transporte. Profesor Titular del Programa de Ingeniería Civil de la Universidad de la Salle - Bogotá - Colombia.

Correo: caurazan@unisalle.edu.co

*Luis Efrén Ayala Rojas*

Ingeniero Civil. Especialista en Docencia Universitaria. Magíster en Ingeniería y gestión Ambiental. Profesor Asistente del Programa de Ingeniería Civil de la Universidad de la Salle - Bogotá - Colombia. Grupo Ciroc.

Correo: layalar@unisalle.edu.co

*Juan Pablo Londoño Linares*

Ingeniero Civil. Magíster en Medio Ambiente y Desarrollo. Doctor en Sostenibilidad por la Universidad Politécnica de Cataluña - España. Director del Programa de Ingeniería Civil de la Universidad de la Salle - Bogotá -

Colombia. Grupo Ciroc. Correo: julondono@lasalle.edu.co

## Resumen

En los últimos años, los conceptos de sostenibilidad y resiliencia se han convertido en tópicos populares en el ámbito académico. A pesar de contar con un cuerpo conceptual estructurado, aún no está suficientemente claro cómo se abordan los conceptos en una metodología unificada para el diseño, evaluación y gestión de sistemas de infraestructura civil. En este capítulo de libro, con el objetivo de hacer un análisis sistemático en el contexto colombiano, se presenta de manera teórica un acercamiento a los conceptos de sostenibilidad y resiliencia, desde la ingeniería civil, y se plantea como primer paso un diagnóstico para la valoración de la sostenibilidad y resiliencia de la infraestructura en Colombia para el caso de abastecimiento y saneamiento en zonas rurales del país. Entre los resultados podemos mencionar que en el mercado se ofrecen diferentes tecnologías alternativas o no institucionalizadas para el almacenamiento y potabilización del agua, no existe un mecanismo a nivel nacional que certifique, acredite o valide las tecnologías, y que, a su vez, orienten la utilización de las mismas para que las comunidades, quiénes son las que se encargan de buscar alternativas individuales para autoabastecerse, puedan implementarlas para mejorar la calidad del agua que utilizan para consumo

**Palabras clave:** sostenibilidad, resiliencia, infraestructura, abastecimiento, saneamiento

## *Sustainability and resilience in drinking water and sanitation infrastructure. Definitions and diagnosis in the Colombian rural sector*

### Abstract

In recent years, the concepts of sustainability and resilience have become popular topics in academia. Despite having a structured conceptual body, it is not yet clear enough how the concepts are addressed in a unified methodology for the design, assessment and management of civil infrastructure systems. In this book chapter, with the objective of making a systematic analysis in the Colombian context, an approach to the concepts of sustain-

nability and resilience, from civil engineering, is presented in a theoretical way, and a diagnosis assessment is proposed as the first step of the assessment of sustainability and resilience of the infrastructure in Colombia in the case of water and sanitation systems in rural areas of the country.

**Keywords:** sustainability, resilience, infrastructure, drinking water, sanitation systems.

## Introducción

Los términos resiliencia y sostenibilidad están ubicados entre las tendencias de investigación e interés práctico en el campo de la infraestructura civil. Las dos palabras son frecuentes en las descripciones de programas de diferentes facultades de ingeniería en universidades de prestigio, en los tópicos de diferentes eventos científicos, y en los temas de proyectos de investigación financiados por diferentes fundaciones alrededor del mundo, siendo un requerimiento frecuente en las administraciones locales para nuevas construcciones. Sin embargo, aún no existe un consenso sobre cómo deben combinarse los conceptos en una metodología unificada para el diseño, evaluación y gestión de sistemas de infraestructura civil. (Bocchini et al., 2014).

El hecho de haber sido acuñados independientemente hace que existan discrepancias entre los objetivos que se persiguen con los dos conceptos. Resiliencia es una métrica que cuantifica la capacidad de un sistema de afrontar una perturbación inusual y recuperarse eficientemente del daño inducido. En el caso de la infraestructura civil, la resiliencia se asocia con las posibilidades de mantener unos niveles de servicio incluso después de la ocurrencia de un evento extremo como un sismo, y recuperar su funcionalidad lo más rápido posible. Sostenibilidad es un concepto que trata de analizar las necesidades actuales teniendo en cuenta los impactos generados a generaciones futuras; está caracterizada por una visión holística y la consideración simultánea de tres dimensiones: ecológica, económica y social. En los últimos 25 años ha ocupado lugares preminentes en estrategias políticas, metas nacionales, objetivos de ciudades, comunidades y empresas. No obstante, la idea de sostenibilidad solo puede materializarse si se aplica a diferentes niveles, desde las políticas nacionales, hasta la práctica in situ.

Los orígenes de los contenidos que frecuentemente se discuten con el término sostenibilidad datan del siglo XX y están estrechamente vinculados al desarrollo del ambientalismo (Pepper: 2005). En las décadas de 1970s y 1980s, los problemas causados por la contaminación y el consumo de recursos iban en aumento. El reporte más significativo para alertar sobre esta situación fue el elaborado por Meadows (1972), que analiza el crecimiento de la población y sus consecuencias en el consumo de recursos durante los siguientes 100 años. Los resultados sugirieron un problema en la economía mundial de continuar la relación economía ambiente de ese entonces.

El informe Brundtland "Nuestro Futuro Común" puede ser considerado como un hito. Este documento cubre la relación entre desarrollo y políticas ambientales y define el modelo de desarrollo sostenible como el que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Brundtland: 1987). Este informe fue la base para primera conferencia de las Naciones Unidas en Ambiente y Desarrollo, conocida como la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro, en 1992. El resultado más importante del evento fue la Agenda 21, un programa con especificaciones para enfrentar la pobreza, crear políticas energéticas, facilitar cooperación financiera y tecnológica hacia los países en desarrollo (UNCED; 1993). Adicionalmente, los resultados fueron también incluidos en la cumbre de 2002 de Johannesburgo (UN: 2002). La primera vez que se tradujeron en compromisos políticos específicos estos objetivos, fue en el marco de acción de la Convención de Cambio Climático en Kyoto 1997 (UN, 1998), haciendo obligatoria la meta de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.

En el marco de estas convenciones y reportes, se desarrolló una amplia discusión sobre los términos sostenibilidad y desarrollo sostenible, dando como resultado el consenso sobre tres pilares o dimensiones involucradas; económica, social y ambiental, internacionalmente aceptadas como marco de referencia.

### **Sostenibilidad en ingeniería civil**

En la industria de la construcción, el desarrollo de métodos y sistemas de evaluación de la sostenibilidad inició en los 1990s, a la par de la discusión política ya mencionada. Para el caso de edificios, el British Building Research Establishment Environmental Assessment Method (BREEAM),

propuesto en 1990, fue el primer sistema de evaluación de la susceptibilidad (Lee: 2012). En 1998 el Sistema de American Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) entró al mercado (Berardi: 2012). Estos dos sistemas de evaluación se caracterizan por un fuerte enfoque en aspectos ambientales. Algunos sistemas más recientes han intentado dejar de lado aspectos solamente ambientales para intentar ser holísticos. Varios autores han comparado enfoques, por ejemplo, con el sistema alemán DGNB (German Council of Sustainable Buildings), presentado en 2009 (Draeger 2010). Hasta ahora, los sistemas BREEAM y LEED son los modelos de evaluación internacional más importantes, y a pesar de ser un poco más reciente, el sistema DGNB ha tomado relevancia. Adicionalmente, en varios países se han propuesto sistemas con énfasis en edificaciones (Barbosa et al. 2011; Lupíšek et al. 2011; Szitar and Grecea 2011).

A pesar de los esfuerzos, los métodos de cuantificación han sido basados en combinaciones de factores con pesos asignados, que algunas veces resultan ser subjetivos y depender de la influencia de grupos de interés como políticos, industria de la construcción, fabricantes de materiales, entre otros. La importancia relativa de los factores depende de la cultura, economía y tradición de cada entorno. Los esfuerzos por establecer una estandarización internacional comenzaron en 2002 con el establecimiento del International Sustainability Working Committee ISO/TC 59/SC17 "Sustainability in Buildings and Civil Engineering Works" y el comité europeo CEN/TC 350 "Sustainability of Construction Works", con los cuales se busca establecer estándares de productos, componentes y niveles de construcciones. Solo uno de los grupos de trabajo del comité ISO/TC 59/SC 17 está encargado de desarrollar indicadores para el campo específico de las infraestructuras.

## Enfoques de sostenibilidad para infraestructuras

Comparativamente con el caso de las edificaciones, existen pocos métodos para evaluación de la sostenibilidad en infraestructuras. Se han realizado algunos esfuerzos aislados por tipos de infraestructura o componentes. Por ejemplo, para vías Muench et al (2011), para puentes Zinke y Ummenhofer (2011) y para infraestructura de saneamiento Beck (1996). Otros enfoques de tipo general se han utilizado para varios tipos de infraestructura; de ellos, solamente la herramienta inglesa CEEQUAL (Civil Engineering Environmental Quality Assessment and Award Scheme) se ha incorporado al mercado (CEEQUAL: 2010). En julio de 2011 se

planteó un nuevo esquema norteamericano, basado en CEEQUAL, denominado Envision (Institute for Sustainable Infrastructure ISI: 2011). Una de las críticas generalizadas a estos sistemas es la métrica empleada, basada en encuestas con preguntas para categorizar proyectos.

## **Concepto de resiliencia**

A pesar de que el concepto se considera en desarrollo, sus primeras definiciones datan de hace 40 años. Los orígenes de ésta siguen dos rutas separadas.

### **Definiciones conceptuales de resiliencia**

En la literatura se encuentran varias definiciones propuestas y discutidas. Según Zhou et al (2010), la primera definición de resiliencia se hace en el año 1973. Holling (1973) estudió la temática en sistemas ecológicos y su definición se enfocó solo en ese aspecto. La resiliencia, en este contexto, se puede medir como la magnitud de perturbación que un sistema puede tolerar y seguir manteniéndose. El primer acercamiento a la definición de resiliencia más popular fue realizado por Timmerman (1981). En resumen, resiliencia es la capacidad de comunidades humanas para resistir shocks externos o perturbaciones a su infraestructura y recuperarse. Este enfoque introduce dos importantes aspectos: en primer lugar, cuando se trata con ingeniería civil, la resiliencia es una propiedad de las comunidades más que de las estructuras; en segundo lugar, no solo se refiere a resistir cierta perturbación, sino también tener los recursos y medios para una rápida, eficiente y efectiva recuperación.

A partir de estas dos definiciones, se han propuesto algunos otros enfoques. Bruneau et al (2003) ofrecen una descripción de resiliencia que considera al menos 11 diferentes aspectos. Para el caso de comunidades urbanas e infraestructura, la resiliencia tiene cuatro dimensiones: técnica, la cual incluye todos los aspectos relacionado con la construcción y los procesos tecnológicos involucrados; organizacional, que involucra el plan de gestión, mantenimiento y respuesta a emergencias; social, que tiene relación con el impacto en la sociedad y su mitigación; y económica, que guarda relación con los costos directos e indirectos asociados con la reducción de funcionalidad de la infraestructura y su rehabilitación.

Resiliencia y sostenibilidad son dos cualidades que la infraestructura debe tener simultáneamente. La evaluación de sostenibilidad en infraestructura analiza todos los impactos regulares y predecibles de la infraestructura en la comunidad (personas, ambiente y economía) durante su vida de servicio. La evaluación comúnmente se lleva a cabo en el período de planificación del proyecto y se desarrolla con sistemas de evaluación predefinidos, con indicadores que miden el comportamiento durante el diseño, construcción y operación en las dimensiones ecológica, económica y social. Del otro lado, la resiliencia apunta a analizar el impacto de la infraestructura debido a eventos extremos y la capacidad de la comunidad entera para reaccionar de manera efectiva ante las circunstancias. Esta evaluación se basa en métodos normalmente empleados por la ingeniería estructural. Ambos conceptos consideran el ciclo de vida de la infraestructura y su impacto en la sociedad, pero con diferentes extensiones. Mientras que la sostenibilidad se refiere a impactos distribuidos a lo largo del ciclo de vida, que con alta probabilidad ocurren, la resiliencia se refiere al impacto en la infraestructura sujeta a amenazas con baja probabilidad de ocurrencia y alto potencial de consecuencias.

La sostenibilidad y resiliencia de infraestructuras críticas como las de suministro de agua es un criterio necesario para asegurar la sostenibilidad de los asentamientos rurales. Un asentamiento humano está definido como la combinación de una comunidad, estilos de vida, actitudes y el ambiente construido. Adicionalmente, la infraestructura incide drásticamente en el ambiente y provee el soporte básico para actividades colectivas de un grupo humano. Pese a las diferentes propuestas conceptuales presentes en la literatura, poco se ha discutido sobre el importante papel de los sistemas de infraestructuras en términos de alcanzar objetivos de desarrollo para asentamientos humanos.

Como un primer paso para analizar la resiliencia y sostenibilidad de la infraestructura en Colombia, se realizó por parte del Programa de Ingeniería Civil de la Universidad de La Salle, un diagnóstico de la infraestructura de abastecimiento y saneamiento en entornos rurales, lo cual será un punto de partida para el planteamiento de métricas y sistemas de evaluación adecuados al contexto. A continuación, se presentan los resultados más relevantes de la investigación.

## **Diagnóstico de infraestructura de abastecimiento y saneamiento en entornos rurales colombianos**

En 2015, el 91 % de la población en el mundo tenía acceso a una fuente mejorada de suministro de agua, superando la meta del 88 % establecida en los objetivos de desarrollo del milenio (ODM's). Sin embargo, más de 660 millones de personas aún carecen de acceso a agua limpia, la mayoría de ellas en zonas rurales (Mundial, 2016). Adicionalmente, retomando información suministrada por la misma fuente, y a manera de contexto, pese a que el número de personas en el mundo sin acceso a una fuente mejorada de abastecimiento de agua se redujo a la mitad en los últimos 25 años, los países más pobres se esfuerzan por proporcionar agua potable y saneamiento adecuado a todos sus ciudadanos de una manera sostenible. Sin embargo, este aspecto se debe analizar desde diferentes contextos sobre todo para el sector rural.

El primer contexto que vale la pena analizar, y que es común para todos los países en vía de desarrollo, es el del fenómeno de la urbanización descentralizada de centros poblados. Según el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, se prevé que el 68 % de la población vivirá en zonas urbanas de cara a 2050 (ONU, 2018). Hecho que pone en manifiesto que las zonas rurales están reduciendo su demanda de servicios públicos a la par de que se presente un menor número de consumidores, y por tanto, se reduciría la inversión necesaria para cubrir de servicios básicos a la población.

Para el caso colombiano, el panorama de las inversiones empezó a tomar un rumbo mucho más positivo para el sector rural pues según (DNP, 2014) entre los años 2010 y 2013, esta inversión pasó de representar el 3,7% del total de la inversión en el sector (agrupando todas las fuentes) al 8,5% sin embargo, siguen siendo insuficientes frente a las necesidades de cobertura de agua y saneamiento en el sector rural como lo muestra la Figura 1, cuya brecha entre las coberturas de agua y saneamiento para el sector urbano y rural siguen estando en desbalance (MINVIVIENDA, 2021).

**Figura 1.** Comparativa del análisis consolidado sobre cobertura de acueducto y acueducto en zona urbano / rural

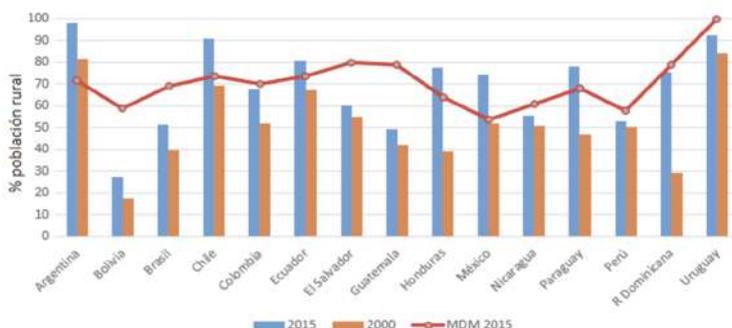


Fuente: MINVIENDA (2021)

La justificación de que el aumento de las inversiones para la cobertura de servicios básicos en las zonas rurales sigue resultando ser insuficiente, se puede corroborar con la Figura 2 y Figura 3, presentada por (Caicedo & Urazan, 2016), donde es inminente que Colombia, aunque incrementó entre el año 2000 y el 2015, el porcentaje de población rural con cobertura de agua y saneamiento, no le alcanzó para cumplir con el objetivo que se había planteado a corte del año 2015: garantizar la sostenibilidad del medio ambiente (ODM 7), a través de la meta: reducir a la mitad la proporción de personas sin acceso sostenible de agua potable y a servicios básicos de saneamiento. El ejercicio de comparar el porcentaje de población rural con cobertura de agua y saneamiento en varios países de Latinoamérica (todos categorizados como países en desarrollo, pero con crecimientos económicos diferentes), permitió establecer que proveer agua y saneamiento ya no es solo un desafío en materia de prestación de servicios, sino que esto se vincula estrechamente con el cambio climático, la gestión de los recursos hídricos, y la escasez, así como también la calidad del agua (Mundial, 2016).

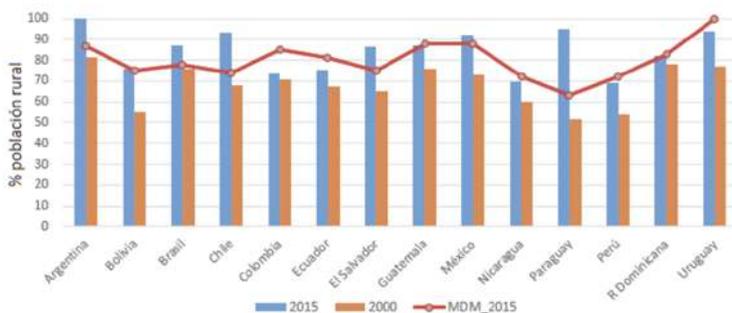
Se crea entonces, a partir del análisis de los resultados obtenidos de la medición de cumplimiento de la Metas 7 del Milenio, el Objetivo de Desarrollo Sostenible 6 (ODS 6), que le apunta entre muchos otros, a facilitar que el acceso al agua potable y el saneamiento básico, aumenta notable la economía de un país en desarrollo. Sin embargo, y como se presentará más adelante, el reto para que Colombia pueda cumplir con las metas establecidas al corte de los ODS, (garantizar coberturas específicamente para el año 2030, sigue estando en las zonas rurales, donde son las propias comunidades son las que se encargan de operar

**Figura 2.** Relación entre la población rural con acceso a agua potable en Latinoamérica (2000 y 2015) y la meta del milenio establecida para el año 2015.



Fuente: Caicedo & Urazan (2016)

**Figura 3.** Relación entre la población rural con acceso a saneamiento mejorado en Latinoamérica (2000 y 2015) y la meta del milenio establecida para el año 2015



Fuente: Caicedo & Urazan (2016)

los sistemas de acueducto y alcantarillados, enfrentando dificultades para mantener la infraestructura en operación. Esto se evidencia en la Figura 4, en la que se presenta el seguimiento que se le viene realizando al cumplimiento del ODS 6 en relación al acceso a agua potable. Para el caso del suelo rural, según los reportes del Departamento Nacional de Planeación, en promedio el 98% de los habitantes cuenta con acceso al agua potable para el año 2020, por lo que es de esperarse una alta factibilidad de cumplir con la meta al año 2030, en el que se espera que el 100% de la población que habita en territorio urbano cuenta con con-

xión directa a una toma de agua potable. Caso muy distinto se presenta en suelo rural, cuyo promedio de habitantes que cuentan con acceso a agua potable es tan solo del 76,2% para el año 2020, y aunque se destaque un avance en la tendencia al compararse con el año 2018, cuyo porcentaje reportado era del 71,5%, resulta evidente que aún queda mucho por trabajar, si lo esperado para el año 2030, es que el 100% de los habitantes rurales tengan asegurado el acceso a este servicio.

Para el caso de conexión de población a métodos de saneamiento adecuados, llama la atención en primera instancia que, las cifras reportadas no hacen distinción entre suelo urbano/rural, pero sí entre departamentos, evidenciándose en la comparativa de la Figura 5, una mayor preocupación para todos aquellos departamentos que se encuentran por debajo de la media nacional, que para el año 2019, se registraba en un 88,7%. Según los resultados mostrados en la Figura 5, en departamentos como Nariño que reportó para el año 2019, un 79,8% de habitantes conectados a un sistema de saneamiento, no necesariamente a una red de alcantarillado, y más adelante se enfatizará la diferencia; el reto para llegar a cumplir con una cobertura total del 100%, es mucho más notorio, y ni que decir en los departamentos de la Guajira y Chocó, cuyos porcentajes de cobertura a un sistema de saneamiento son del 58% y 31,9% respectivamente. Esto implica que se requieren de políticas que propendan por mejorar la calidad de estos servicios, pero que surjan de un análisis focalizado de las condiciones por las que estos departamentos reportan cifras tan bajas en las coberturas de estos servicios. Por tanto, se invita a que el ejercicio de seguimiento al cumplimiento del ODS 6 en Colombia, no se realice a partir de los valores promedios, puesto que las brechas en suelo urbano/rural, y además entre departamentos, es bastante significativa.

Según el último informe suministrado por (DNP, 2021), presenta que parte de las dificultades que presentan las comunidades para mantener la infraestructura para garantizar agua y saneamiento, además de que la mayoría de los operadores rurales no se encuentran regulados, y muchos de ellos ni siquiera están legalmente constituidos, no pueden acceder a los fondos de subsidio otorgados por el Gobierno, se le suma el bajo nivel de recaudo, y el cobro de cuotas o aportes que no aseguran la recuperación de costos mínimos de operación y administración. Por otro lado, (DNP, 2021) corrobora lo que se ha venido adelantando con estas investigaciones a través de visitas a comunidades con mayores complejidades de coberturas, y es el hecho de que construir infraestructura robusta y sistemas

Figura 4. Comparativa del seguimiento al cumplimiento del ODS 6, acceso a agua potable en suelo urbano/rural.



Fuente: adaptada de DNP (2021)



complejos en zonas apartadas se generan altos costos de operación, que rebasan la capacidad de pago de los usuarios y la capacidad técnicas de la organización comunitaria para hacer mantenimiento de la infraestructura y los equipos. Por otra parte, solo 1 de cada 10 municipios cuentan con alguna iniciativa de asistencia técnica territorial para los proveedores de servicios. Por tanto, la baja inversión ha llevado a la necesidad de clasificar la operatividad y financiamiento de la infraestructura dispuesta para cubrir las necesidades del sector del agua potable y el saneamiento básico, resultando que el 75% de la infraestructura reconocida, se encuentra estado de regular a malo tal como se evidencia en la Figura 6.

**Figura 6.** Clasificación de la operatividad y financiamiento de los sistemas versus el casco urbano

| A   | B  | C  | D  |
|---|--|--|--|
| Buena   | Regular  | Mala   | Caída  |
| Infraestructura en funcionamiento con todos los componentes en buena condición física | Infraestructura en funcionamiento con necesidad de mejorar el mantenimiento. El problema puede ser resuelto por la comunidad | Infraestructura en funcionamiento o no con necesidad de inversión para reposición de componentes, que requiere apoyo externo | Infraestructura que no está funcionando y requiere de rehabilitación completa, y necesidad de inversiones que sobrepasan la capacidad financiera de la comunidad |
| 176   | 1134   | 1199   | 402  |
| OPERANDO 45%  |  | Optimizar 75%  | Reconstruir 25%  |
| SIN OPERAR 55%  |  |  |  |

Fuente: SIASAR - MVCT, 2018

Fuente: adaptada de DNP (2021)

## Resultados

### Infraestructura abastecimiento

El sector económico que ayuda a ejemplificar lo analizado previamente en este escrito, sería el sector turismo, puesto que un lugar, aunque cuente con muchos atractivos turísticos, pero al mismo tiempo no cuente, y/o presente un servicio inadecuado, o no sostenible de abastecimiento de agua y saneamiento básico, se verá claramente afectado su crecimiento económico. La región pacífica colombiana, comprendida entre los departamentos de Chocó y Valle del cauca, es considerada como uno de los destinos bandera del turismo en la región por sus atractivos paisajes que contrastan con la deficiente cobertura de servicios de

agua potable y saneamiento básico. Hecho que desafortunadamente favorece a que se desarrollen allí actividades turísticas consideradas de bajo costo, y que no representan ganancias económicas significativas que favorezcan el desarrollo de sus comunidades. Es pues un caso de estudio que vale la pena analizar al incluir dentro de sus instrumentos de planeación, la agenda de los ODS. Además, según (Colombia, 2018) esta región está dentro de las que están ante una oportunidad histórica, en la que con la posible terminación del conflicto armado puede avanzar decididamente hacia el cierre de las brechas de desarrollo. Esta zona de estudio es considerada en su mayoría como rural dispersa que, en temas de cobertura de acueducto y alcantarillado, reporta los rangos más bajos del país; pero paradójicamente clasificada como una de las zonas con los registros más altos de precipitación (agua lluvia) en el mundo. Si se analiza desde la comprensión de las múltiples funciones que podrían mejorar la calidad de vida de esta población, que actualmente carece del objetivo global de la agenda de los (ODS 6): Lograr el acceso universal al agua potable, saneamiento e higiene, vale la pena tener una visión global de las acciones que abarquen los siguientes elementos:

**No defecación al aire libre:** para eliminar la defecación al aire libre

**Acceso básico:** para lograr el acceso universal a servicios básicos de agua potable, saneamiento e higiene para los hogares, escuelas y centros de salud

**Servicios gestionados de manera segura:** reducir a la mitad la proporción de la población sin acceso en casa a servicios adecuadamente gestionados de agua potable y saneamiento

## Eliminación progresiva de las desigualdades en el acceso

Los autores del presente trabajo de investigación, en compañía de estudiantes de la Universidad de La Salle, visitaron varios corregimientos de la región pacífica del Valle del Cauca, y evidenciaron que en algún momento se había contado con la construcción de infraestructura requerida para lo que sería un acueducto veredal; este sistema jamás entró en uso por problemas técnicos y financieros:

"En 2011 habrá agua potable para corregimientos de La Barra, Juanchaco y Ladrilleros en Buenaventura". El proyecto se comenzó, han pasado 12 años, pero quedó inconcluso, y ya supera la inversión de 11 mil millones... (Tiempo, 2010).

Por tanto, en la actualidad los habitantes continúan abasteciéndose únicamente del agua lluvia que es recolectada a través de las cubiertas de las viviendas, posteriormente conducida a través de canaletas, para finalmente ser almacenada en los tanques que la comunidad utiliza para distribuir el agua entre los diferentes usos (cocina, aseo, etc.). Si bien, en temas de calidad, el agua lluvia es catalogada como “limpia”, el gran inconveniente que se evidenció con las visitas de campo, está en el estado en el que se encuentra la infraestructura utilizada para la captación, transporte y almacenamiento de la misma. Como parte de la metodología aplicada para la investigación, los estudiantes recolectaron registros fotográficos y muestra de agua directamente de los puntos de interés, para posteriormente correlacionarlos y proceder con el diagnóstico. Se evidencia el alto grado de deterioro en el que se encuentra la gran mayoría de la infraestructura, esto debido a las condiciones climatológicas de los tres corregimientos, haciendo presencia en los materiales: moho, musgo, material vegetal diverso, óxido, entre otras características preocupantes que alteran la calidad del agua. Hecho reflejado en los parámetros de calidad medidos en las muestras recolectadas directamente in situ.

Una vez recopilada información técnica, los estudiantes tuvieron la oportunidad de interactuar con la comunidad, permitiéndoles acercarse a una de las realidades que más les impactó, y fue el hecho de escuchar de primera mano que en la mayoría de los caso, el único mecanismo de tratamiento que se le realiza al agua almacenada en los tanques, para mejorar su calidad, es “hervirla”. Sin embargo, esta técnica de tratamiento solo se le realiza al agua destinada para consumo directo, y no todos los habitantes la aplican, pues muchos de ellos se mostraron inconformes con el sabor que toma el agua, otros manifestaron preferir ingerir el agua en su estado natural, pues al someterla a altas temperaturas, podría perder sus minerales, entre otros mitos.

“Al hervir el agua se pierden las propiedades de ésta...”

“Hervir el agua mancha las ollas...”

“El agua hervida sabe diferente y no me gusta...”

Habitantes de la región...

Finalmente, como parte de la metodología de la investigación se tenía evidenciar técnicas que fueran apropiadas para que la comunidad pudiera acceder de manera autónoma a agua con alguna mejora de ca-

idad. Dentro de las técnicas recopiladas, se encontraron sistemas de filtración utilizando materiales propios de la región que, por su naturaleza porosa, son catalogados como lechos filtrantes. En la mayoría de los casos, se encontraron sistemas en los que las tapas de los tanques de plástico se invertían, y se instalaban con perforaciones que permitían al mismo tiempo, captar una mayor cantidad de agua, y retener el material articulado de mayor tamaño (hojas, palos, etc.). También fue muy recurrente el uso de telas en materiales como el algodón, instaladas directamente en los grifos y/o al final de los ductos que transportan el agua. Infraestructura en saneamiento

## Contexto nacional

Las redes de alcantarillado cumplen un papel fundamental en el desarrollo de un país, ya que hacen parte de la infraestructura necesaria para mejorar las condiciones y la calidad de vida de la población y de esta manera contribuyen con el progreso sostenible y con el crecimiento económico y social a través de la inversión y la eficiente ejecución y utilización de los proyectos. Durante la década de los noventa, la mayoría de los países con economías de mercado redefinieron el papel del Estado en la prestación de los servicios públicos a la población. En esencia, los antiguos monopolios estatales fueron reemplazados por estructuras de mercado con participación de capitales privados en un ambiente de competencia. Los gobiernos reorientaron su participación en los mercados, transfiriendo en parte al sector privado la prestación de los servicios y asumiendo más activamente el papel de reguladores y vigilantes de los prestadores. La definición de este nuevo enfoque se debió tanto a la necesidad de atraer nuevos capitales para la ampliación y modernización de la infraestructura existente, como a la existencia generalizada de una nueva concepción del Estado que abogaba por la reducción de su tamaño y por una mayor importancia del papel del mercado en la asignación de los recursos. La información municipal por departamento, Muestra que solo en los departamentos de Guajira, Sucre, Norte de Santander, Risaralda y Cauca más del 75% de los municipios que hacen un diagnóstico sobre este tema han elaborado su plan maestro de alcantarillado, en cuatro departamentos: Cesar, Caldas, Quindío y Casanare, entre el 50% y el 75% de los municipios que informan sobre este tema en su plan de desarrollo tienen su plan maestro. Así mismo, en 11 departamentos entre el 25% y el 50% de los municipios que informan reseñan que ya han elaborado un plan maestro, mientras que en 11 departamentos menos de la cuarta parte de los mu-

nicipios tiene dicho plan. Es necesario resaltar que en 21 departamentos más del 75% de los municipios no incluye en su plan de desarrollo, información sobre el plan maestro de alcantarillado. El elevado porcentaje de municipios que no incluyen este tema dentro de sus planes de desarrollo no permite establecer un diagnóstico sobre el total de municipios que aún no han elaborado o implementado su Plan Maestro. La meta para 2015 es alcanzar una cobertura en el servicio de alcantarillado del 70.9% lo que significa que en los próximos años es necesario atender en el área rural a 1.9 millones de habitantes adicionales. Esta expansión en la cobertura debe hacerse a través de un aumento de la cobertura de la red pública y también a través de soluciones individuales especialmente en las zonas dispersas.

### **Cobertura del servicio de alcantarillado**

La expansión del servicio de evacuación de aguas residuales debe ir a la par con los avances en el acceso al servicio de acueducto. Sin embargo, el rezago entre la cobertura de acueducto y la de alcantarillado aumentó 1.5% entre 1993 y 2003. Al hacer el análisis de 1.008 planes de desarrollo se encontró que no todos los municipios incluyen información sobre la cobertura de alcantarillado. Además, en algunos planes es posible encontrar el dato de cobertura urbana, pero no el de cobertura rural o viceversa. Mientras que para el área urbana 517 municipios (51%) reportan la cobertura de este servicio, para el área rural solo se encuentra el dato en 210 planes (20%). De los municipios que hacen un diagnóstico sobre el tema, 363 informan que su población urbana tiene coberturas de alcantarillado superiores al 75%, mientras que en el área rural solo en 15 municipios más de tres cuartas partes de la población tiene acceso al servicio de alcantarillado. Los municipios con cobertura menor a la exigida pueden estar realizando desagües inadecuados de sus aguas residuales domésticas a fuentes receptoras hídricas, o directamente al suelo. Esto contamina las fuentes hídricas y puede causar erosión, deslizamientos e inestabilidad de los taludes. Por tanto, el impacto sobre la salud, especialmente de los niños, niñas y adolescentes, quienes son mucho más vulnerables a estas situaciones, puede ser muy negativo.

### **Estado de las redes de alcantarillado**

El buen funcionamiento del sistema de alcantarillado depende en gran parte del estado de las redes. Un sistema con redes en mal estado puede taponarse o presentar fugas en algunos puntos de la red. Esto afecta en forma grave las condiciones de salud de la población vecina, y sobre

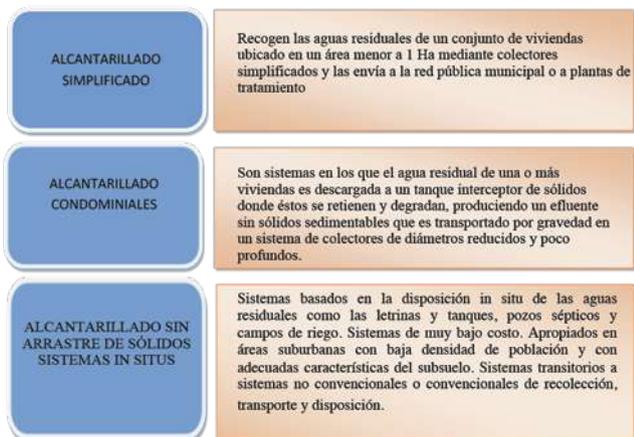
todo de los niños que pueden contraer enfermedades infecciosas, hongos u otro tipo de enfermedades asociadas con el contacto permanente con este tipo de aguas residuales. Además, es necesario que los municipios tengan un diagnóstico actualizado sobre el estado de las redes de alcantarillado con el fin de que puedan establecer prioridades a la hora de hacer la programación estratégica y la asignación de recursos.

Al hacer el análisis de 1.008 planes de desarrollo se encontró que solo 164 de los municipios tienen un diagnóstico sobre el estado de las redes de alcantarillado. Por lo tanto, no es posible evaluar el estado de las redes de alcantarillado en el país, a partir de la información encontrada en los planes. Solo 21 de los 164 planes que incluyen el tema en sus planes reportan las redes de conducción de alcantarillado en buen estado, mientras que 48 municipios tienen las redes en regular estado, 53 en mal estado y en 42 municipios las redes de alcantarillado están construidas con materiales obsoletos.

## **Cobertura de alcantarillado en zonas rurales**

Solo el 30% de las zonas rurales tiene alcantarillado. Estudios de la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios (Andesco), muestra cifras de cobertura de alcantarillado rural mostrando resultados como que las cifras revelan que en las zonas rurales hay una tarea pendiente que va de la mano con un problema mayor. Y es que “apenas un 30 por ciento de las aguas residuales cuentan con algún sistema de tratamiento” afirmó el directivo Andesco, al hacer un llamado a los gobiernos locales, en lo que considera un tema de salud pública. Al referirse a la cobertura de acueducto y alcantarillado en las ciudades, Galvis expresó que es superior al 90 por ciento. “En aseo, la recolección de los residuos sólidos está cercana al 95 por ciento y su disposición final en rellenos sanitarios adecuados cubre 764 municipios”. En energía eléctrica, el servicio es prácticamente universal, sostuvo el presidente de Andesco, gremio que reúne a las 112 empresas responsables por la atención de más del 95 por ciento de los usuarios del país. Solo 3 de cada 10 hogares ubicados en las zonas rurales del país tienen servicio de alcantarillado. En Colombia los sistemas convencionales son una propuesta nueva que busca dar cobertura a todas las regiones del país, principalmente aquellas que no tienen suficientes recursos económicos, estos sistemas buscan, ante todo, adaptar la infraestructura y tecnología a las condiciones de la zona en que se aplicará.

Figura 7: Tipos de alcantarillados más usados por los municipios colombianos



Fuente: *elaboración propia (2021)*

Según el Estudio Nacional del Agua (ENA 2014) (IDEAM & MINAMBIENTE, 2014), los mayores volúmenes se encuentran en la Orinoquía, la Amazonía y el andén Pacífico, razón por la cual para este estudio se tomó como referente los departamentos del Valle del Cauca y Casanare.

## Cobertura de alcantarillado en el departamento del Valle del Cauca

Según Vallecaucana de Aguas S.A. E.S.P. (2016, p. 26) los datos de cobertura del DANE parecen algo positivos para la situación de la región y que en este caso es mucho más preocupante tratándose del saneamiento básico, por lo que se presentarán los datos brindados por la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios (REC) en el 2016, donde el Departamento del Valle del Cauca posee una cobertura en sistemas de alcantarillado del 72,3 % y a nivel nacional la cobertura es de 64.9 %, y donde los municipios con las situaciones más críticas son Dagua, Buenaventura y La Cumbre.

## Cobertura de acueducto y alcantarillado en la zona rural

Según los datos extraídos del Plan Departamental de Aguas PDA del Valle del Cauca citados en el PGEI 2016-2019 (Vallecaucana de Aguas S.A.

E.S.P., 2016, figura 15.), el departamento logro recopilar la cobertura de acueductos en zonas rurales de cada uno de los municipios, revelando una cobertura departamental de 68,6 % y en el caso de Buenaventura una cobertura en sistemas de abastecimiento de agua del 29 % (Figura 15.). En dicho documento también dicen que “la cobertura de los sistemas de alcantarillado en el sector rural sin incluir sistemas individuales es de 25,6%” (Vallecaucana de Aguas S.A. E.S.P., 2016, p. 33) a nivel departamental. Según el Plan de Desarrollo Distrital de Buenaventura 2016-2019, en las zonas rurales del municipio la situación es crítica, ya que los habitantes no cuentan con sistemas de acueducto y alcantarillado, “En nuestra zona rural normalmente se toma agua lluvia o la gente se provee de los ríos o manantiales; además, en las casas no se cuenta con unidades sanitarias y la disposición de excretas se hace a campo abierto” (Alcaldía Distrital de Buenaventura, 2016). Estos valores se deben principalmente a una serie de factores que dificultan que las empresas prestadoras de este servicio accedan y regulen la construcción de infraestructura idónea para solventar las necesidades de la comunidad rural, entre estas limitantes se pueden considerar las características geográficas y naturales, el acceso y comunicación a estos lugares, el deficiente nivel socioeconómico, conflicto armado, entre otras; razón por la cual la construcción de estos sistemas de abastecimiento muchas veces queda en manos de grupos comunitarios que reciben algún tipo de capacitación técnica para ofrecer a su comunidad un servicio que apenas es suficiente para subsistir.

## Cobertura de alcantarillado en Casanare

Al hablar de los sistemas de alcantarillados podríamos pensar que la situación es menos preocupante que con el tema de los acueductos, pero no es así. En Casanare ningún municipio cuenta con al menos el 80 % de cobertura de alcantarillado según la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, para contrarrestar esta problemática en el 2016 el Gobierno Nacional y el departamento de Casanare hicieron “inversiones por el orden de 261.182 millones de pesos en el sector de agua potable y saneamiento básico que se ejecutan a través de 16 proyectos para el beneficio de 334 mil casanareños” (Ministerio de Vivienda, 2016). Según el Viceministerio de Agua y Saneamiento (2010, p. 8), “la cobertura departamental por infraestructura de la red para la recolección de aguas residuales domésticas llega al 86,95% y por prestación del servicio de alcantarillado a nivel departamental es del 85%”, a su vez aseguraron que “a

pesar que existe la infraestructura necesaria, la mayoría de las viviendas no conectadas siguen disponiendo sus excretas en letrinas y pozos sépticos" debido a la falta de conexiones sanitarias dentro de las viviendas.

### **Cobertura de acueducto y alcantarillado en zona rural**

Casanare a diferencia de otros departamentos cuenta con una gran extensión de zonas rurales y aproximadamente allí habitan 93.000 personas, y aunque parezca fácil suministrar los servicios básicos a cada persona, especialmente agua potable y saneamiento básico, en esta región los últimos años ha abundado el conflicto armado y la corrupción, factores que han retrasado de manera significativa el desarrollo de la región. Según el último Plan Departamental de Agua y Saneamiento (PDA) de Casanare realizado en el 2010, Casanare cuenta con 47 centros poblados en los cuales el servicio de acueducto rural llega al 54.09% y del 81% de cobertura de abastecimiento de agua. En cuanto a las zonas rurales dispersas alrededor del 14,2% cuenta con un servicio de acueducto, sin embargo, la cobertura de abastecimiento de agua con cualquier tipo de recolección sería del 69%. Respecto a la cobertura de sistemas de alcantarillado en zonas rurales de Casanare (centros poblados y zonas rurales dispersas), se puede decir que la situación es mucho más preocupante aun al día de hoy, debido a la falta de inversión por parte del gobierno para solventar dicha problemática, según el PDA, la cobertura en los centros poblados era del 15% y en las zonas rurales dispersas del 31%, debido a que muchas de las viviendas no estaban conectadas a una red municipal y seguían disponiendo sus excretas en pozos sépticos y letrina.

### **Conclusiones**

El balance de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a corte del 2015, deja mal parado al sector de agua y saneamiento rural en Colombia con respecto al resto de países en Latinoamérica, y constituye un reto importante a asumir de cara a la agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Con datos tomados directamente de la base de datos de la CEPAL, es posible evidenciar que en función de la relación entre la población rural con acceso a agua potable y saneamiento en Latinoamérica (2000 y 2015) y la meta del milenio establecida para el año 2015, Colombia presenta un rezago importante en ambos servicios.

Teniendo en cuenta las políticas que han orientado el rumbo del sector agua potable y saneamiento básico en Colombia, para el sector rural, es evidente la desventaja en cuanto a cobertura poblacional de estos servicios; pues si bien el panorama empezó a tomar un rumbo mucho más positivo bajo el punto de vista de las inversiones, pasando de representar el 3,7% del total en el sector (agrupando todas las fuentes) al 8,5% durante el periodo comprendido entre los años 2010 y 2013, el balance general siguen siendo insuficientes frente a las necesidades del sector rural y los requerimientos para reducir las brechas urbano-rural en temas de infraestructura y cobertura de estos servicios.

Aunque en el mercado se ofrecen diferentes tecnologías alternativas o no institucionalizadas para el almacenamiento y potabilización del agua, no existe un mecanismo a nivel nacional que certifique, acredite o valide las tecnologías, y que, a su vez, orienten la utilización de las mismas para que las comunidades, quiénes son las que se encargan de buscar alternativas individuales para autoabastecerse, puedan implementarlas para mejorar la calidad del agua que utilizan para consumo.

Con resultados obtenidos de parámetros fisicoquímicos, tomados de las muestras de agua recolectadas en campo; se evidencia que una alternativa tan básica como utilizar tanques con tapa, mejora sustancialmente parámetros de calidad como el pH.

## Referencias

- Barbosa, J. A., Mateus, R., and Bragança, L. (2011). "Development of a sustainability assessment tool for office buildings." *Sustainability of constructions: Towards a better built environment*, L. Bragança, et al., eds., Gutenberg Press Ltd., Tarxien, Malta, 205–214.
- Beck, M. (1996). "Wastewater infrastructure: Challenges for the sustainable city in the New Millennium." *Habitat Intl.*, 20(3), 405–420.
- Berardi, U. (2012). "Sustainability assessment in the construction sector: Rating systems and rated buildings." *Sustain. Dev.*, 20, 411–424.
- Bocchini, P., Frangopol, D.M., Ummenhofer, T., Zinke, T., 2014. Resilience and Sustainability of Civil Infrastructure: Toward a Unified Approach. *J. Infrastruct. Syst.* 20, 04014004. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)IS.1943-555X.0000177](https://doi.org/10.1061/(ASCE)IS.1943-555X.0000177)

- Bruneau, M., et al. (2003). "A framework to quantitatively assess and enhance the seismic resilience of communities." *Earthq. Spectra*, 19(4),733–752.
- Caicedo , M. A., & Urazan, C. F. (2016). Lectura del avance en cobertura de agua potable y saneamiento básico en zonas rurales. Caso América Latina y el Caribe. *LADHI 2016*, (pág. 10). Lima.
- Colombia, O. e. (2018). *ODS en Colombia: Los retos para 2030*. Obtenido de PNUD: [https://www.undp.org/content/dam/colombia/docs/ODS/undp\\_co\\_PUBL\\_julio\\_ODS\\_en\\_Colombia\\_los\\_retos\\_para\\_2030\\_ONU.pdf](https://www.undp.org/content/dam/colombia/docs/ODS/undp_co_PUBL_julio_ODS_en_Colombia_los_retos_para_2030_ONU.pdf)
- DNP, C. 3. (2014). *Consejo Nacional de Política Económica y Social*. Obtenido de <http://www.minvivienda.gov.co/conpesagua/3810%20-%202014.pdf>
- DNP. (2021). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de La agenda 2030 en Colombia:[https://www.ods.gov.co/es/data-explorer?state=%7B%22goal%22%3A%226%22%2C%22indicator%22%3A%226.2.1.P%22-%2C%22dimension%22%3A%22DES\\_GEO\\_DEPTOS%22%2C%22view%22%3A%22line%22%7D](https://www.ods.gov.co/es/data-explorer?state=%7B%22goal%22%3A%226%22%2C%22indicator%22%3A%226.2.1.P%22-%2C%22dimension%22%3A%22DES_GEO_DEPTOS%22%2C%22view%22%3A%22line%22%7D)
- DANE. (2012). *Visión general de la política sectorial en materia de agua potable y saneamiento básico – Programa Agua para la Prosperidad, Zona Pacífico*. Bogotá.
- DNP, C. 3. (2014). *Consejo Nacional de Política Económica y Social*. Obtenido de <http://www.minvivienda.gov.co/conpesagua/3810%20-%202014.pdf>
- Draeger, S. (2010). "Vergleich des Systems des Deutschen Gütesiegels Nachhaltiges Bauen mit internationalen Systemen." Technical Rep. Aktenzeichen SF–10.08.17.7-09.15, im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen, Berlin.
- Holling, C. S. (1973). "Resilience and stability of ecological systems." *Ann. Rev. Ecol. Syst.*, 4(1), 1–23
- Lee, W. (2012). "Benchmarking energy use of building environmental assessment schemes." *Energy Build.*, 45(2), 326–334.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Rander, J., and Behrens, W. W. (1972). *The limits to growth: A report for the Club of Rome's project on the predicament of mankind*, Universe Books, New York.
- Mundial, B. (2016). *El ODS 6 sobre agua y saneamiento es esencial para el desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/es/opendata/el-ods-6-sobre-agua-y-saneamiento-es-esencial-para-el-desarrollo-sostenible>
- MINVIVIENDA (2021). *Plan Nacional de Abastecimiento de Agua Potable Y Saneamiento Básico Rural*. Obtenido de <https://minvivienda.gov.co/sites/default/files/2021-03/9.-plan-nacional-sasbr-vf.pdf>

- Nación, P. G. (2018). Obtenido de <https://www.procuraduria.gov.co/portal/media>.
- ONU. (2018). *Departamento de Asuntos Económicos y Sociales*. Obtenido de <https://www.un.org/development/desa/es/news/population/2018-world-urbanization-prospects.html>
- Szitar, M., and Grecea, D. (2011). "Sustainable building assessment tools and the quality of the built environment." *Sustainability of constructions: Towards a better-built environment*, L. Bragança, et al., eds., Gutenberg Press Ltd., Tarxien, Malta, 155–162.
- Timmerman, P. (1981). "Vulnerability. Resilience and the collapse of society: A review of models and possible climatic applications." *Environmental monograph*, Institute for Environmental Studies, Univ. Of Toronto, Canada, 1.
- United Nations (2002). *Report of the World Summit on Sustainable Development*, United Nations, Johannesburg, South Africa.
- Zhou, H., Wang, J., Wan, J., and Jia, H. (2010). "Resilience to natural hazards: a geographic perspective." *Natural Hazards*, 53(1), 21–41.
- Zinke, T., and Ummenhofer, T. (2011). "Sustainable assessment of bridges: Relevance of external costs." *Proc. 6th Eur. Conf. Steel Comp. Struct.*, L. Dunai, M. Iványi, K. Jármai, N. Kovás, and L. G. Vigh, eds., ECCS, Brussels, 1953–1958.



## **Promoción de estilos de vida saludables para prevenir factores de riesgos: familia- escuela - comunidad**

*Clara Judith Brito Carrillo*

Trabajadora Social. Especialista en Gerencia Social. Magíster en Desarrollo y Gestión de Empresas Sociales. Docente de Planta de la Universidad de la Guajira. Investigadora Asociada y Líder Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0001-8788-7326>, [clarabrito@uniguajira.edu.co](mailto:clarabrito@uniguajira.edu.co)

*Mairis Yaireth Ayola Mendoza*

Magíster en Educación. Licenciada en Pedagogía Infantil. Docente de la Universidad de la Guajira. Grupo TEPICHE. <https://orcid.org/0000-0002-5554-1563>, [myayola@uniguajira.edu.co](mailto:myayola@uniguajira.edu.co)

*Linda Tivisay De La Hoz Lindo*

Magíster en Cooperación Internacional y Gestión de Proyectos. Especialista en Gerencia de Recursos Humano. Trabajadora Social. Docente de la Universidad de la Guajira. Grupo Palabra y Sociedad. <https://orcid.org/0000-0002-3435-7513>. Correo: [ltdehaz@uniguajira.edu.co](mailto:ltdehaz@uniguajira.edu.co)

*Meredith Jiménez Cárdenas*

Doctora en Ciencia Mención Gerencia. Magíster en Educación con énfasis en Cognición. Magíster en Docencia para la Educación Superior. Especialista en Gerencia de Instituciones Educativas. Licenciada en Pedagogía Infantil. Docente de la Universidad de la Guajira. Líder del Grupo Creciendo. <https://orcid.org/0000-0002-7894-420X>. Correo: [meredith@uniguajira.edu.co](mailto:meredith@uniguajira.edu.co)

***Maldis Liani Iguarán Magdaniel***

Magíster en Educación. Licenciada en Pedagogía Infantil Docente de la Universidad de la Guajira. Grupo TEPICHI. <https://orcid.org/0000-0002-8598-8921>, [miguaran@uniguajira.edu.co](mailto:miguaran@uniguajira.edu.co)

## Resumen

Desde diferentes perspectivas los resultados de la investigación Detección a temprana edad del flagelo social de las drogas a través de las zonas de orientación escolar en la básica primaria de la Institución Educativa Mega Colegio de la ciudad de Riohacha, La Guajira, evidencia una multiplicidad de factores de riesgo, con relación al consumo de sustancias psicoactivas en los sectores marginados cuyas afectaciones son incalculable cuando se compromete el desarrollo biopsicosocial de niños y niñas en un problema de grandes magnitudes que altera la seguridad ciudadana el cual se agrava por la falta de voluntad política de entes gubernamentales e institucionales para intervenir y aplicar las normas establecidas a nivel nacional para frenar las causas y consecuencias del flagelo social de las drogas. En este sentido, surge la inquietud en promocionar estilos de vida saludables para prevenir factores de riesgos mediante una educación adecuada entre familia- escuela y comunidad y con ello, estrategias socioeducativas para visibilizar una comunicación asertiva que influya positivamente en los procesos de enseñanza -aprendizaje de la básica primaria. En este sentido, "Los Programa escuela saludable. Informa acerca de la inclusión del asunto del consumo de sustancias psicoactivas en los servicios amigables en salud para niños, niñas y jóvenes, para lo cual se diseñó un manual para la detección e intervención temprana (ministerio de la protección social, 2011). No obstante, se denotan aspectos que requieren atención debido a situaciones conflictivas presentadas en los ambientes familias y escolares, producto de carencias afectivas y convivencias impropias cuyas afectaciones son notorias por la existencia de factores de riesgos y manejo inadecuado de conflictos los cuales se reflejan en los procesos de aprendizaje en la básica primaria.

**Palabras claves:** estilos de vida saludables, prevención y factores de riesgos

## *Promotion of healthy lifestyles to prevent risk factors: family – school – community*

### **Abstract**

From different perspectives, the results of the research Early detection of the social scourge of drugs through the school guidance areas in the elementary school of the Mega College Educational Institution of the city of Riohacha, La Guajira, shows a multiplicity of factors risk, in relation to the consumption of psychoactive substances in marginalized sectors whose effects are incalculable when the biopsychosocial development of boys and girls is compromised in a problem of great magnitude that alters citizen security, which is aggravated by the lack of political will of governmental and institutional entities to intervene and apply the norms established at the national level to stop the causes and consequences of the social scourge of drugs. In this sense, the concern arises in promoting healthy lifestyles to prevent risk factors through adequate education between family-school and community and with it, socio-educational strategies to make visible an assertive communication that positively influences the teaching-learning processes of the basic primary. In this sense, "The Healthy School Program. It informs about the inclusion of the issue of psychoactive substance use in friendly health services for children and young people, for which a manual for early detection and intervention was designed (Ministerio de la Protección Social, 2011). However, there are aspects that require attention due to conflictive situations presented in family and school environments, a product of emotional deficiencies and improper coexistence whose effects are notorious due to the existence of risk factors and inadequate conflict management which are reflected in the learning processes in elementary school.

**Keywords:** healthy lifestyles, prevention, and risk factors

### **Introducción**

Desde diferentes perspectivas, la ubicación geoestratégicas de sectores empobrecidos en el distrito especial turístico y cultural de Riohacha La Guajira, permiten visibilizar resultados de óptima calidad, los cuales se expresan a través de la Promoción de estilos de vida saludables para prevenir

factores de riesgos: familia - escuela - comunidad, en este sentido, posee su pertinencia con relación a los hallazgos de la investigación descrita, en la cual se evidencian una multiplicidad de familias abandonadas, malas condiciones de vida, ausencia de estilos de pautas de crianzas, conductas delictivas y adictivas, convirtiéndose en el reducto para que los niños y niñas tengan acceso a las drogas y por otra parte la manipulación de personas mayores que inciden para que a temprana edad se inicien los menores de edad en el consumo de sustancias psicoactivas.

No obstante, se requieren de alianzas estratégicas socioeducativas donde se articulen tres actores vitales y fundamentales para una educación adecuada tales como: familia - escuela - comunidad, donde se visibilicen procesos de sensibilización que generen conciencias para mitigar las problemáticas sociales existentes en el área geográfica de la comuna 10, las cuales de una u otra manera ejercen una influencia negativa en la comunidad estudiantil de la Institución educativa Denzil Escolar, es por ello, que se plantea la necesidad de implementar las zonas de orientación escolar como una estrategia nacional, que permite un trabajo articulado y sin pérdida de tiempo para la detección a temprana edad del flagelo social de las drogas menores de edad, permitiendo modelos para prevenir el consumo de sustancias psicoactivas en la básica primaria, en este orden de ideas y ante la vulnerabilidad de la Institución Educativa Mega Colegio de la ciudad de Riohacha, La Guajira, se deben impartir frecuentemente las consideraciones de la Ruta Futuro Guía para la Inclusión de la Política Integral para enfrentar el Problema de las Drogas en los Planes de Desarrollo Territorial (2020), la cual señala:

El Equipo Territorial ha acompañado y asesorado a las entidades territoriales en el fortalecimiento de las capacidades administrativas y técnicas para intervenir de manera estratégica el problema de las drogas, y darle un enfoque de territorialidad y de integralidad a las acciones para abordar la problemática de drogas. En ese sentido, aunque el Equipo Territorial cumple un papel clave en la relación con los actores territoriales, es el liderazgo de los gobernantes locales y regionales, con la participación de los demás actores de los territorios lo que permitirá enfrentar este fenómeno. (p.4)

En consideración, se puede apreciar dentro de este contexto, un proceso metodológico integrador que surge de una necesidad sentida desde las prácticas pedagógicas del Programa de Licenciatura en pedagogía Infan-

til de la Universidad de la Guajira, realizadas en la Institución Educativa Mega Colegio de la ciudad de Riohacha, La Guajira. En las cuales se plasman situaciones conflictivas y problematizadas expresadas por los niños y niñas frente a las expresiones que surgen al interior de sus familias, con relación al consumo de sustancias psicoactivas, lo cual permitió plantarse nuevos interrogantes de cómo se puede fortalecer programas desde las políticas de la primera infancia para la detección a temprana edad del flagelo social de las drogas a través de las zonas de orientación escolar en la Básica Primaria de la Institución Educativa Mega Colegio de la ciudad de Riohacha - La Guajira. Se denotan que la familia, amigos, escuela y medios de comunicación, son importante, porque permiten detectar a través de la percepción de riesgo y los factores de riesgo, junto al ocio, tiempo libre y vida recreativa, los cuales son elementos que se deben considerar para comprender esta problemática que afecta los ambientes escolares, así mismo, es necesario explicar esta compleja conducta como para la puesta en práctica de programas adecuados y eficaces de prevención y educación continua dada la incursión del consumo en niños y niñas en edad escolar. En este sentido, Brito, Pinto & Romero (2016), expresan:

Un desconocimiento de las políticas públicas empobrece los contextos sociales y administrativos, falencias en los ámbitos familiares y escolares, una educación inadecuada entre familia-escuela y comunidad. Así mismo la proliferación de patologías propias del consumo, lo que indica que no se ha alcanzado a establecer el grado de participación a nivel de cobertura y calidad de los programas de promoción y prevención ejecutados en el departamento de La Guajira, la falta de voluntad política y temores propios de las familias víctimas del consumo de sus hijos asumen una actitud coadicta como alternativas para brindar seguridad y protección a los afectados.

Por su parte, se destaca el código de infancia y adolescencia Ley 1098 de 2016, señala: Garantizar a los niños, a las niñas y a los adolescentes su pleno y armonioso desarrollo para que crezcan en el seno de la familia y de la comunidad, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión (Art. 1). No ajeno a ello, se visibilizan aspectos que son determinantes para la promoción de estilos de vida saludables en los contextos familiares y educativos, en vista de lo anterior se denota su relevancia social, permitiendo la detección temprana de factores de riesgos lo cual se convierte en un hilo conductor para la consecución de metas, a través de la implementación de un conjunto de actividades, procedimientos e intervenciones que permiten identificar en forma oportuna y efectiva las problemáticas existentes en

los ambientes escolares, productos de familias con predisposición o consumidoras de sustancias psicoactivas, de igual manera facilita el diagnóstico precoz, el tratamiento oportuno, la reducción de su duración y el daño causado, evitando secuelas a corto o mediano plazo.

Dentro de este contexto, en el Foro Mundial de Dakar realizado en 2000, se estableció que "Las escuelas deben educar en la diversidad, promover la equidad en el acceso hacia aquellas personas víctimas de alguna forma de exclusión y generar las condiciones para que su vivencia en todos los espacios escolares se haga bajo la base de su reconocimiento y de la garantía de la totalidad de sus derechos, es por ello, que desde diferentes dimensiones, la consecución de metas asertivas permiten la transformación directa entre padres de familia- ambientes escolares y comunidad, así mismo, se propician estrategia innovadora y efectiva para el desarrollo de las potencialidades humanas para la detección temprana de situaciones conflictivas generadas por el consumo de drogas. Luego, con la creación de la Zonas de Orientación Escolar (ZOE), se promueven estrategias de aprendizaje para la promoción de estilos de vida saludables para prevenir factores de riesgos en los ambientes familiares y escolares escolar cuyas afectaciones directas e indirectas inestabilizan los procesos de enseñanza-aprendizajes en la básica primaria

En vista de lo anterior, la implementación de las Zonas de Orientación Escolar (ZOE), permitirá el fortalecimiento de estrategias medibles y alcanzables en cada uno de los ambientes educativo, donde se vislumbre una relación intrínseca a través de un óptimo acompañamiento del equipo interdisciplinario, para lograr la prevención del consumo de sustancias a temprana edad. No ajeno a ello, en los contextos familiar y comunidad educativa, requieren de una atención integral que responda a sus funciones tales como vigilar por la supervivencia física, moral, psicológica y biológica, no ajeno a ello, deben cambiar de actitud, de lo contrario, la situación se agrava sino se toman los correctivos a temprana edad, es por ello, que surge la necesidad que se establezcan mecanismos de interacción permanente entre Familia- ambiente escolar y comunidad, para la prevención del inicio temprano del consumo de sustancias psicoactivas en menores de edad. Por su parte, desde las practicas pedagógicas y sociales se pueden articular alianzas estratégicas que permitan coadyuvar las situaciones conflictivas producto del consumo de sustancias psicoactivas en los sectores más vulnerables, el cual posee su afectación a los estudiantes al interior de las instituciones educativas.

**Cuadro 1.** Estrategias tempranas para detectar y prevenir factores de riesgo familia-escuela - comunidad

| Acción   | Iniciativa   | Objetivos   | Beneficiarios   |
|--|--|---|---|
| Fortalecimiento integral para detectar factores de riesgos en ambientes escolares a través de la implementación Zonas de orientación escolar | Efectuar actividades propias de la práctica pedagógica tales como socioeducativas, mediante jornadas lúdicas en la comunidad educativa sobre temas de prevención, mitigación y reducción del daño a la salud, que surjan del flagelo social de las drogas como estrategias de aprendizaje para la prevención   | Fomentar buenas prácticas de crianzas, a través de la comunicación asertiva y la aplicación de valores implícitos para el desarrollo biopsicosocial de los niños para mitigar las causas y consecuencias del flagelo social de las drogas las cuales eran atendidas en la Zonas de Orientación Escolar como estrategias de aprendizaje para la prevención | Niños, niñas y padres de familia la básica primaria de la institución educativa |
| Promoción de estilos de vida saludables escuelas para padres   | Realizar socioeducativos y psicoeducación para la prevención del consumo de sustancias psicoactivas a temprana edad, fortalecimiento de pautas de crianzas, establecer alianzas estratégicas con la política departamental de drogas para buscar alternativas en las Zonas de Orientación Escolar como estrategias de aprendizaje para la prevención | Fortalecimiento de las escuelas para padres para orientar a los padres y madres de la institución educativa institución educativa con el fin de que reestructuren las acciones en el proceso de crianza.  | Institución educativa, padres de familia y comunidad                            |
| Estrategias para prevenir factores de riesgos  | Alianzas estratégicas con los actores involucrados desde las Zonas de Orientación Escolar como estrategias de aprendizaje para la prevención y mitigación del flagelo social de las drogas cuyas afectaciones alteran la seguridad ciudadana e inestabiliza la condición humana  | Implementación de las zonas de Orientación escolar (ZOE) como estrategias Nacionales para la prevención del consumo de alcohol y drogas en el ámbito escolar  | Padres de familia instituciones educativas, y comunidad.                        |
| Gestión educativa articulada familia-escuela y comunidad   | Gestionar con las instituciones públicas, privadas y/o mixtos programas de prevención dirigidas a detectar factores de riesgos que afecten el desarrollo biopsicosocial de niños en edad escolar.  | Promover, garantizar los derechos, la participación y el desarrollo integral de la primera infancia en institución educativa  | Niños, niñas de la Básica Primaria.   |

Fuente: elaboración propia (2021)

## Fundamentación teórica

### Consumo de drogas

Se propende por la prevención del consumo de sustancias psicoactivas desde los primeros años de vida en lo que respeta a su básica primaria, si se tienen en cuenta los factores de alto riesgo a nivel familiar escuela y comunidad. En este sentido se describe los siguientes aspectos: Molgaard y Kumpfer, (1995) y McDonald (1996), señalan que los programas de prevención selectiva se dirigen a grupos o familias en riesgo "estadístico", dada la mayor probabilidad de llegar a consumir o de generar consumos. Estas intervenciones afectan a toda la familia, durante largos periodos

Fernández (2010), hace referencia a los procesos de iniciación, lo cual es determinante si se tiene en cuenta que a) Generalmente el consumo de sustancias legales es primero que el de ilegales; b) El periodo típico de iniciación es la adolescencia; y c) La causa primera es que produce placer. Consecutivamente, la problemática del uso y abuso del consumo de sustancia psicoactiva, es una realidad social la cual demanda soluciones a corto plazo por las implicaciones en la vida integral de los jóvenes y adolescentes, los cuales requieren de otras fuentes de refuerzo, tales como: a) Refuerzo social extra paterno; b) Reducción de ansiedad; c) Efectos metabólicos de la sustancia; y d) Los valores reforzantes del riesgo. En otras palabras, "Un programa basado en los principios rectores de la educación de base escolar para la prevención del uso indebido de drogas según se expone, que constituye un componente básico del programa de estudios escolares y se centra en la posibilidad de proporcionar a los jóvenes información acerca de las drogas, las aptitudes necesarias para que puedan resolver diferentes situaciones sin recurrir a las drogas, la capacidad de resistir a la presión ejercida para que consuman drogas y una comprensión de lo que son las drogas. Un entorno escolar de seguridad y apoyo, posibilitado gracias a un conjunto de políticas y procedimientos claramente expuestos que brinden cuidado, asesoramiento y respaldo para todos los estudiantes y que fomenten un enfoque cooperativo entre personal, estudiantes, familiares, y profesionales afines, organismos y la policía (UNODOC, 2004. p.15)

### Detección

Programas de Intervención con Menores (2002). Son considerados prioritarios por el Plan Nacional sobre Drogas, según se recoge en la "Estrategia Nacional sobre Drogas 2000/2008" que en el objetivo N° 5 del apartado de asistencia e inserción social propone textualmente "Impulsar los progra-

mas de detección precoz e intervención temprana dirigido a menores con problemas de consumo de drogas y a los hijos de los adictos". A continuación, plantea que en el año 2003 "existirá al menos un Programa en cada provincia destinado a la detección precoz e intervención temprana de menores con problemas de drogas" (Arbex Sánchez. Carmen). Por su parte:

La familia realiza tareas sumamente variadas e imprescindibles para la marcha adecuada y eficaz del proceso socioeducativo de apoyo al menor consumidor de drogas: a) En la detección precoz de problemas; b) En las estrategias de acercamiento del menor a los recursos de atención c) En el apoyo y la complementariedad necesarios en todas las áreas y actividades. d) Como cauce natural de normalización e incorporación a la sociedad Las intervenciones, en este nivel de prevención, se realizan directamente con la unidad familiar y están dirigidas de forma personalizada a un menor concreto y a los familiares o adultos que lo tienen a su cargo (p. 106)

## Escuelas

Pueden y deben informar a la comunidad acerca de la consecución de resultados educativos que se haya identificado que contribuyen a alcanzar objetivos más amplios en materia de salud, como son la prevención del uso de drogas y la reducción de las consecuencias adversas para la persona y la sociedad (2009, p. 14), así mismo, La finalidad de los presentes "Principios rectores de la educación de base escolar para la prevención del uso indebido de drogas" es expresar los conceptos y valores en que los legisladores, los sectores normativos, los administradores de escuela, los profesores, los estudiantes, los familiares y las organizaciones comunitarias pueden basar las decisiones sobre la educación de base escolar para la prevención del uso indebido de drogas (17).

## Reducción de riesgos

El concepto plantea minimizar las condiciones de riesgo asociadas al consumo de drogas, estableciendo un contacto directo y permanente con los consumidores en las mismas comunidades locales en donde se da el fenómeno. Reducir riesgos significa trabajar en la cotidianidad y crear espacios de bajo umbral donde las exigencias para ingresar sean mínimas (Modelo de inclusión – 2007, Ministerio de Protección Social y la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2010. P 23).

## Zonas de Orientación Escolar

Fortalecer la comunidad educativa y sus redes, para prevenir los riesgos de exclusión y estigma social de las personas que han usado o usan SPA y/o están afectadas por problemáticas asociadas al consumo, y para mitigar el impacto, reduciendo la vulnerabilidad a sufrir riesgos y daños continuos, evitables y prevenibles de las personas, la familia y la comunidad. Juegan un papel preponderante en la dinámica cotidiana de la comunidad educativa o porque pueden ser nodos de la red de recursos o porque al estar presentes en el entorno inmediato del centro escolar impactan de alguna manera su realidad y/o son impactados por ella. Así mismo, instrumentos que les permitan conocer, entender y actuar en relación con los casos, la estrategia de trabajo y el cambio de los problemas y situaciones de la comunidad:

Orientado al desarrollo de habilidades y competencias para el trabajo de los niños adolescentes y de los padres de familia de la comunidad educativa, ofertando alternativas técnicas, articulación con las ofertas institucionales especializadas en el tema y la vinculación a programas específicos coherentes con la demanda realizada (Min-salud/Organización Panamericana para la Salud 2012)

## Metodología

### Enfoque de la investigación

Se caracteriza desde un enfoque cualitativo, porque proporciona una gran comprensión de las razones y motivaciones subyacentes de las personas. El enfoque cualitativo no usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis y estadísticos para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. La investigación está al servicio del hombre en toda su magnitud. La elección del problema, métodos de investigación, el uso de conocimientos científico y la generación de tecnología, se someten radicalmente al servicio específico de las personas afectadas por el proceso (Tamayo y Tamayo 2010).

### Método de la investigación

El enfoque cualitativo. Autores como Hernández Sampieri, Collado Y Lucio (2010) lo definen como un enfoque que permitirá comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de persona o lo que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean, asimismo profun-

dizar en sus experiencias, conocer las perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. La elección de este enfoque para este proceso investigativo.

## **Diseño de la investigación**

El presente estudio es de diseño cualitativo, de corte correlacionar descriptivo, según Hernández Sampieri (2010, pág.) define este tipo de estudio, como el que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Este tipo de investigación mide y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.

## **Población y muestra**

La población corresponde a cincuenta (50) miembros de la comunidad educativa distribuida de las siguientes maneras 20 (niños) 20 padres de familia y 10 docentes de la básica primaria en la institución educativa mega colegio, Riohacha La Guajira,

## **Entrevista en profundidad**

La apropiación de esta técnica es conocer a grandes rasgos la incidencia misma de propio consumidor y personas afectadas por el consumo de sustancias psicoactiva, su aplicabilidad contara con momentos de verdad y de gran significados en el cual cada persona transmitirá oralmente al ser entrevistado su visión personal de la situación En el caso de estudios cualitativos, específicamente en las entrevistas en profundidad, se identifican categorías o grupos de conceptos relevantes para la investigación, con la finalidad de comprender, interpretar, reconstruir y reflexionar acerca de las experiencias e historias de los informantes (Arias. 2012. p. 137).

## **Historias de vida**

La técnica de historia de vida según, Chárriez (2012), es "comprender el comportamiento humano de su propio marco de referencia"(P.51), además, indica que los recuerdos de la gente, las historias de vida suelen construirse también con la ayuda de cartas, informes de la época o descripciones de periódicos para ampliar la información que da el individuo y tener un parámetro de comparación (Giddens, 1998).

## Resultados de investigación

|  |
|--|
| "Intervención con padres de familias"  |
| "En la casa hay normas para los hijos"   |
| "En la casa si los hijos se salen de las normas son castigados"  |
| "En reiteradas ocasiones hemos maltratado física y verbalmente a nuestros hijos"   |
| "En el hogar la comunicación no es frecuente"  |
| "En la casa solo se dialoga lo necesario "   |
| "En la casa se disguste delante de los hijos"  |
| "Nos hemos agredido físicamente en parejas delante de los hijos"   |
| "Cuando existe violencia intrafamiliar no se le explica por qué a los hijos"   |
| "En la casa no existe tiempo para disfrutar en familia"  |
| En la casa existen muchos conflictos entre los hermanos"   |
| "En el hogar hay temores hablarles a los hijos sobre el consumo de drogas"   |
| "En la comuna 10 existen menores de edad consumidores de drogas"   |
| "En mi hogar mi inicio se inició en el consumo de drogas a los 12 años"  |
| "En la comunidad existe expendio de drogas"  |
| "Mi pareja consume alcohol todos los fines de semana"  |
| "Mi pareja consume marihuana todos los días"   |
| "En nuestros hogares tenemos dificultad para hablarle a nuestros hijos, porque ellos solo obedecen cuando se les habla duro por eso existe maltrato con fajan, varita, hico u otros objetos" |
| "En mi caso particular tengo malas relaciones con mi pareja"   |
| "En nuestras familias tenemos mala situación económica"  |
| "En la comunidad no existe oficinas que orienten cuando se detectan problemas de consumo en nuestros hijos y otras situaciones"  |
| "En mi comunidad hay consumo de drogas"  |
| "Mi papa le gusta el ron y la marihuana y lo hace delante de nosotros"   |
| "Escuchamos en la televisión que consumidor drogas daña la salud "   |
| "Tenemos miedo a las drogas"   |
| "En mi comunidad hay consumo de drogas"  |
| "Los docentes del mega colegio les preocupa la situación existente en la comuna 10 "   |
| "Los estudiantes tiene mal comportamiento, no son obedientes"  |
| "Los padres de familia no imparten pautas de crianza a sus hijos"  |
| "A los padres de familia no les gusta participar en las escuelas para padre del mega colegio"  |
| "Algunos estudiantes han expresado que existe consumo en sus hogares"  |
| "No cuenta la Institución Denzil Escolar con profesionales especializados para abordar el consumo de sustancias psicoactivas"  |
| "Se han detectado situaciones conflictivas en los estudiantes porque tienen familias consumidoras"   |
| "Algunos niños manifiestan temores y miedo para regresar a sus casas porque hay como y maltrato familiar"  |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

## Análisis de los resultados

| Frecuencia de los problemas   | Semana   |
|---|--|
| Comunidad estudiantil<br>Actividades educativas<br>Estilos de vida saludables<br>Factores de riesgos      | Mala convivencia familiar y mal manejo de conflictos   |
| Influencia social   | Consumo de sustancias psicoactivas   |
| Maltrato intrafamiliar<br>Inestabilidad socioeconómica<br>Condiciones de higiene                          | Violencia física, verbal y psicológica<br>Malas condiciones laborales insatisfacción necesidades básicas<br>Hacinamiento   |
| Factores de riesgos culturales  | Consumo de alcohol y Fiestas familiares  |
| Factores de riesgo en la comunidad  | No existe optimo cuidado en el hogar<br>Consumo de alcohol y drogas<br>Expendio de drogas<br>Conductas delictivas<br>Incursión de los menores de edad  |
| Acciones cuando el menor comete un delito   | Apoyo de los padres de familias  |
| Promoción de estilos saludables para prevenir cuando detectan caso de consumo en la institución educativa | Temores en denunciar<br>Desde la Coordinación académica se dialoga con el estudiante   |
| Atención psicosocial en la institución educativa  | No existen profesionales especializados porque no se contrata por parte del distrito y/o departamento  |
| Acciones para la recuperación los estudiantes con conducta de consumo                                     | Ninguna porque los padres biológicos y/o cuidadores lo retiran del estudio   |
| Actitud de los estudiantes  | Temores y miedo para regresar al hogar   |
| Persona de la comunidad que recurre a las escuelas para padres  | La mama y la abuela biológica bajo presión de la institución   |
| Compromiso de los padres de familia   | Se realizaban las actividades escolares son irregulares porque existe mucha población fluctuante   |
| Programas de prevención, mitigación y reducción de riesgos  | No existen a ningún programa Enseñanzas con relación a la crianza irregulares<br>No se han implementado en el distrito Políticas públicas<br>Accesibilidad a servicios de promoción y prevención en cuanto a problemas de consumo de drogas no existen, no hay conocimiento en la institución educativa. |

Fuente: elaboración propia (2021)

Según Brito, Carrillo, Villa Navas & Redondo Salas (2021) "El consumo de sustancia psicoactivas se convierte en un problema de salud pública, dadas sus características, que tal como lo están demostrando, se trata de una calamidad que afecta la sociedad y representa un nuevo desafío para el desarrollo humano, que ellas se encuentran dentro de factores de riesgos que suelen provocar consecuencias adversas para el individuo, familia y comunidad (p.14)

## Conclusiones

Existen debilidades de las prácticas de crianza, lo cual se convierte en un factor de alto riesgo porque se ejerce el castigo como mecanismo de disciplina para corregir un mal comportamiento de los niños y niñas, por su parte no se presenta un dialogo asertivo al interior de las familias lo cual es lesivo para el crecimiento de los niños y niñas en edad escolar, denotándose una inadecuada relación entre familia-escuela y comunidad donde cada una imparte sus normas afectado las potencialidades en los procesos de enseñanza aprendizaje

Se evidencia, que no existen continuidad en los programas de promoción y prevención, lo cual se convierte en una multiplicidad de factores de riesgo, tales como inadecuadas pautas de crianzas, comunicación no asertiva, violencia intrafamiliar y sus diferentes manifestaciones, malas condiciones de vida, micro tráfico, conflictos familiares, incidencias culturales, aceptación de conductas delictivas los cuales son detonantes para que se inicien el consumo de distancias psicoactivas a temprana edad.

## Referencias

- Arbex Sánchez. Carmen (2002). Guía de intervención: menores y consumos de drogas. ADES (Asociación de Técnicos para el Desarrollo de Programas Sociales)
- Arias F (2012). El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica. 6ª Edición. ISBN 80-07-8529-9. Editorial Episteme, C.A. Caracas Venezuela

- Brito Carrillo, Navas Villa & Redondo Salas, 2019. nuevos enfoques en políticas públicas para prevenir conductas adictivas en contextos socio familiares departamento de La Guajira. Primera edición, Primera Edición. Editorial Gente Nueva. Universidad de La Guajira
- Brito, Pinto & Romero. (2017). Consumo de sustancias psicoactivas: Realidad social. Primera Edición. Editorial Gente Nueva. Universidad de la guajira
- Cárdenas Santillana. Bianca Esthela & Aguilar Bobadilla. Mariana del Rocío. Respeto a la diversidad para prevenir la discriminación en las escuelas. Ximhai. ISSN: 1665-0441. raximhai@uaim.edu.mx. Universidad Autónoma Indígena de México. México. Pág. 174
- Chárriez, M. (2012). Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa. Griot (p.51)
- Escuelas Educación de base escolar para la prevención del uso indebido de drogas, 2004. Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito Viena. Publicación de las Naciones Unidas Núm. de venta: S.04.XI.21 ISBN 92-1-348099-7
- Guía para la inclusión de la Política Integral para Enfrentar el Problema de las Drogas en los Planes de Desarrollo Territorial. 2020. Guía de Territorialización. Min justicia. Observatorio de drogas de Colombia
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill
- Junta de Extremadura. (2007). Guía de actividades preventivas y promoción de la salud en la infancia y la adolescencia. Consejería de Sanidad y Consumo. Obtenido de <http://goo.gl/jHYKIQ>.
- Ley 1098 (2006). Código Infancia y adolescencia. Bogotá. Colombia.
- Lineamiento de prevención del consumo de alcohol y sustancias psicoactivas. Ministerio de Salud y Protección Social Ministerio de Justicia y del Derecho 2018. Minsalud. Gobierno de Colombia
- Méndez, Fernando J (1999). Drogadicción y Prevención Familiar: Una Política para Europa. En: Adicciones. Vol.11 Núm. 3 • Pp. 193-200
- Ministerio de Protección Social y la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (2010). La prevención en manos de los y las jóvenes. Herramientas pedagógicas en prevención del consumo de sustancias psicoactivas y mitigación del impacto para líderes de organizaciones juveniles. Colombia
- Ministerio de Salud y Protección Social. Salud. Salud Pública - Ministerio de Salud Mental. Prevención del consumo de Sustancias Psicoactivas (SPA) (2019). Bogotá. Colombia

- Organización de Naciones Unidas. ONU (2003). Utilización de las estrategias de comunicación inter pares para prevenir el uso indebido de drogas. Nueva York: Publicación de las Naciones Unidas.
- P. O'Hare. Adicción a las drogas. Tratamiento. Rehabilitación. Consultado en Internet, en:<http://www.mailxmail.com/curso-drogas-adolescentes/adiccion-drogas-tratamiento-rehabilitacion-1-2>
- Política Nacional para la Reducción del Consumo de Sustancias Psicoactivas y su Impacto, 2007.
- Pons, J. Familia y drogas: Una reflexión desde la psicología social. Revista Española de Drogodependencias 19, 279-280. Madrid. 1994.
- Ruta Futuro. Guía para la Inclusión de la Política Integral para enfrentar el Problema de las Drogas en los Planes de Desarrollo Territorial, 2020

# Pena paga delito en Ecuador

*Williams German Buenaño Suárez*

Licenciado en Historia y Geografía. Magíster en Derecho Procesal y Litigación Oral. Doctor en Pedagogía y Gerencia Educativa. Abogado. Profesor de Educación Media. Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Correo: williams.buenano@unach.edu.ec

## Resumen

Evidenciar la crisis política, social y económica que vive Ecuador y como esta se va agudizando cada día. Es casi normal mirar como los políticos quienes ejercen cargo público por designación ciudadana, cometen delitos en contra del Estado, llevando millones de dólares de todos los ecuatorianos y la incapacidad de los ciudadanos, frente a la lenta y retardada justicia que olvida fácilmente la posibilidad de sentenciar y obligar a la devolución de lo sustraído. En el campo penal injusticia para sentenciar, en el campo civil amnesia para recuperar lo sustraído. Estos son los detonantes que obligan a tomar la pluma para reclamar justicia, devolver al pueblo la posibilidad de recuperar la vida digna que hace tiempo se esfumo a vivir lujosamente en otro país. Las pocas sentencias penales que se han otorgado a los corruptos funcionarios públicos han generado que el sentenciado vaya a la cárcel. Una vez que termina la pena, la institución afectada económicamente por delitos como peculado, cohecho o enriquecimiento ilícito, sigue durmiendo el sueño eterno, se le olvido la posibilidad de iniciar una acción civil por daños y perjuicios a fin de que el sentenciado pague el enorme perjuicio que ocasionó a los ecuatorianos.

**Palabras clave:** crisis, delito, corrupción, indiferencia, injusticia.

## *Penalty pays crime in Ecuador*

### **Abstract**

Show the political, social and economic crisis that Ecuador is experiencing and how it is getting worse every day. It is almost normal to see how politicians who exercise public office by citizen appointment, commit crimes against the State, taking millions of dollars from all Ecuadorians and the incapacity of citizens, in the face of the slow and delayed justice that easily forgets the possibility of sentence and oblige the return of the stolen. In the criminal field injustice to sentence, in the civil field amnesia to recover what was stolen. These are the triggers that force us to take up the pen to demand justice, to give back to the people the possibility of recovering the dignified life that long ago disappeared to live luxuriously in another country. The few criminal sentences that have been awarded to corrupt public officials have led to the sentenced to go to jail. Once the sentence ends, the institution economically affected by crimes such as embezzlement, bribery or illicit enrichment, continues to sleep the eternal sleep, forgetting the possibility of initiating a civil action for damages so that the sentenced person pays the enormous damage caused to Ecuadorians.

**Keywords:** crisis, crime, corruption, indifference, injustice.

### **Introducción**

En nuestro país es muy común ver a personas de diversa índole postularse como candidatos para ocupar alguna dignidad de carácter público, los hay: artistas, bailarines, comediantes, exmilitares, ex policías, deportistas y también profesionales entre ellos abogados y otros. Sin embargo, de los expuesto no constituye una actividad ilegal porque el Art. 61 de la Constitución de la República del Ecuador, creada mediante Registro Oficial 449 de fecha 20 de octubre del 2008, establece de manera clara, que las ecuatorianas y ecuatorianos podemos elegir y ser elegidos para cualquier dignidad pública, es por ello que, cualquier persona lo puede hacer, no hay requisitos previos para filtrar su participación específicamente para postularse como candidato asambleísta, la misma Constitución determina en el "Art. 119.- *Para ser asambleísta*

*se requerirá tener nacionalidad ecuatoriana, haber cumplido dieciocho años de edad al momento de la inscripción de la candidatura y estar en goce de los derechos políticos.” Y no más. En este país da lo mismo estar o no preparado para ejercer ciertas dignidades públicas de mucha importancia. El Estado no solamente soporta esta carga de personal incapaz, sino también debe pagar sueldos excesivos, para: asesores y asistentes, además pasajes, bonos, vivienda y otros. Esto constituye un atractivo para cualquier persona.*

Una vez que llega a la comodidad del beneficio público (cargo público), empieza realmente la vorágine desenfrenada de afecto al dinero, se asocia con personas de su mismo criterio, pensamiento y gusto por el vil metal, en poco tiempo olvida el motivo que lo llevo durante años de visión política pseudo – ideológica de izquierda, derecha o centro, ahora su objetivo se centra en pagar los miles de dólares que invirtió en su campaña, los préstamos que recibió de sus camaradas, los puestos que debe entregar al líder de su partido o movimiento, los favores recibidos por lo más allegados, la familia que no puede faltar y pago de favores entre políticos, No entiende, ni cree que el ente político es un ser social que vive para servir a los demás. Esa ideología no cabe en su léxico. Por ello despide a los trabajadores, empleados públicos que eficazmente hicieron méritos de manera espontánea y gratuita, durante años. Estos seguidores con el alma agotada y la cólera en su corazón, deben retirarse con el rencor amargo de haber arado en el mar. Gente nueva con la ilusión de una supuesta oportunidad ingresa a reemplazar la fuerza de trabajo que en la rueda de la fortuna termino su hora.

Así se va estructurando el macabro escenario de una muerte anunciada lo que será noticia en los próximos años, “nuevo fraude”, “peculado”, “asociación ilícita”, “coimas”, “porcentajes”, “diezmos”, etc. Privando del derecho a la subsistencia de muchas personas tal cual como lo predecía Oscar Arnulfo Romero *“La justicia es como la serpiente, solo muere a los descalzos.”* Esa justicia no existe para el pobre, pero el político corrupto la toma de los cuernos aprovechándose de lo que sostiene Edwin H. Sutherland, el 27 de diciembre de 1939 en su conferencia inaugural de la reunión anual de la American Sociology Society, empleó por primera vez el término “delito de cuello blanco” para referirse a un tipo de delincuencia cometida por personas de nivel social alto en el desarrollo de actividad profesional. En donde indico que, se trataba de auténticos delitos y no de meras infracciones administrativas o ilícitos civiles. Pero

para ello es necesario criticar y analizar este impase jurídico mediante el análisis de las diferentes unidades de estudio: el Capítulo I.- Violación de los derechos, Capítulo II. Reparación integral. Capítulo III. Los delitos de cuello blanco según el COIP, capítulo IV. El Ecuador en los últimos años y análisis de sentencias.

Se pretende mostrar como el delincuente de cuello blanco paga el cometimiento de delitos con el cumplimiento de la pena y la sanción económica duerme el sueño de los justos, mientras el Estado, los organismos de vigilancia y control, las instituciones públicas afectadas no hacen nada al respecto.

## Metodología

Esta investigación se fundamenta en el método hipotético deductivo por cuanto se parte de lo general a lo particular, mediante el análisis de dos variables: el cumplimiento de la pena y el incumplimiento de la sanción económica. El estudio de campo se desarrolla en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo. Para ello se emplea 10 sentencias nacionales, los medios de información pública, la Ley. La muestra aplicada se basa en el criterio de saturación por cuanto existen hallazgos repetitivos, incorpora el análisis la revisión de documentos, libros, artículos científicos, leyes, tratados, entre otros, mediante un proceso de interpretación y análisis. Se emplea matriz multicriterio para identificar relaciones de las variables y obtener conclusiones.

## Violación de los derechos

El Art. 1 de la Constitución de la República del Ecuador determina que el Ecuador es un Estado Constitucional de derechos y justicia. Por lo tanto, todas las personas tenemos derecho a gozar de las normas codificadas y aplicadas por jueces sobre las cuales el Estado imparte justicia. Pues Ulpiano decía que la Justicia *"es la constante y perpetua voluntad de darle a cada quien lo que le corresponde."* Sin embargo, se ha descuidado algo muy importante, la justicia es una virtud cuyos vértices cardinales son la prudencia, la justicia, la fortaleza y la templanza. La Justicia ha dejado de ser un hábito por el cual el hombre obra correctamente. Parece que hemos olvidado los valores inculcados y se pretende cambiar la sociedad con leyes y no con valores de vida.

La Constitución en su Art. 75 determina que todas las personas tenemos derecho al acceso gratuito a la justicia y a la tutela efectiva, imparcial y expedita de sus derechos e intereses. Sin embargo parece ser que Ulpiano se equivocó cuando decía que se debe dar a cada quien lo que le corresponde, porque entonces a una persona que gozan de recursos económicos, poder político, amistades importantes no se le sanciona por perjudicar económicamente al Estado y por ende a todas las personas que habitan en un determinado lugar, se debe entender que no hay justicia por qué no se respeta el conjunto de normas codificadas y aplicadas por los jueces y lo que es peor la sociedad no se fundamenta en valores esenciales como la equidad la igualdad y la libertad.

El Art. 83 de la Constitución determina que son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y ecuatoriano Numeral 9 *"Practicar la Justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios."* Como se podrá apreciar más adelante las sentencias emitidas en un mínimo porcentaje en contra de algunos políticos en el ejercicio de su poder se pagan con la pena según el delito y no se devuelve el dinero sustraído por el cometimiento del delito, entonces no existe justicia, el Estado no ha cumplido con su rol fundamental que es juzgar para obligar al sentenciado a devolver lo sustraído a todos los ecuatorianos que son millones de dólares que luego serán retribuidas en obras.

Es muy cierto también que la ciudadanía no hacemos nada al respecto, en la ciudad de Riobamba por ejemplo se sentenció a un político que ejercía como alcalde, fue sentenciado a cierto tiempo de prisión, quien pago la mitad de la pena salió libre y hasta el momento no ha pagado el monto con el que fue sentenciado. En este aspecto el sistema procesal tiene un vacío porque no intenta recuperar el perjuicio público lo único que pretende es sentenciar con privación de la libertad, pero nunca con el cobro inmediato. Violentando el Art. 169 de la Constitución de la República del Ecuador que determina que el "Sistema procesal es un medio para la realización de justicia." Con sujeción a ese cuerpo de leyes, o instrumentos internacionales que han determinación mediante fallos la famosa reparación integral. Mientras haya personas corruptas en la sociedad y por ende en las funciones del Estado no gozaremos de justicia, mientras en nuestro país se descuiden los valores seguiremos creando leyes y leyes y nunca personas conscientes de su derecho natural.

No es un secreto que Ecuador ha perdido millones de dólares por casos de corrupción, que se han ido descubriendo en el país mediante diversas investigaciones.

Según la comisión anticorrupción, el país perdió alrededor de 35.000 millones de dólares en la década de gobierno de Rafael Correa. Para calcular este valor, la organización tomó en cuenta los presupuestos de inversión, el contrabando, la evasión tributaria y la deuda externa. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) expuso, en un informe sobre los efectos de la corrupción, que Ecuador habría perdido 70 mil millones de dólares en los últimos diez años, a consecuencia de la mala gestión, irresponsable gasto y corrupción en las compras públicas. Frente a estas cifras, desde la Asamblea Nacional se propuso un proyecto de Ley que ayude recuperar estos dineros mal habidos. El pasado 10 de julio del 2018, Elizabeth Cabezas, titular del Legislativo, presentó la propuesta de Ley Orgánica de Recuperación de Capitales o conocida como Ley Anticorrupción. Con el objetivo de que quienes estuvieron en procesos de corrupción de fondos públicos, den información precisa para localizar los capitales y evitar la judicialización, en casos directos o indirectos.

Esta nueva Ley rastreará los delitos originados por los casos de peculado, concusión, cohecho, enriquecimiento ilícito, asociación ilícita y otras infracciones relacionadas con la administración pública. Cuando parte de la reparación por cualquier motivo, implique pago en dinero al afectado o titular del derecho violado, la determinación del monto se tramitará en el juicio sumario según el COGEP ante el juez de lo civil. Sin embargo, el problema es quien va iniciar esta acción civil. Serán: ¿el afectado, los afectados, la ciudadanía, la procuraduría, o quién será?

## **La reparación integral**

El derecho tiene varios tipos de garantías las generales y las específicas pero en definitiva la principal garantía es reparar íntegramente los derechos de las personas que ha sido violentadas y por lo tanto debe ser entendido como un mandato de optimización de las garantías, pues si estas no reparan íntegramente entonces no sirven por que la reparación integral es aquella institución que en principio tiene un objetivo que es de devolver a las personas cuyos derechos lesionados al estado anterior de la violación, es decir deberá poder devolver a la misma situación anterior a la que se produjo la violación del derecho. Por lo tanto, la repa-

ración integral es la única que garantiza que podamos determinar que el derecho no se ha violado. En ese sentido debemos entender que reparar integralmente no solo es una institución sino un derecho, además es un principio del ordenamiento porque cuando pensamos que vivimos en un país cuya finalidad es vivir en un estado de derechos y justicia como los dice nuestra Constitución. La única manera para hacer justicia frente a una violación de derechos es reparar íntegramente.

¿Pero qué reparar íntegramente? Es hacer que la persona pierda esa sensación de injusticia cuando violan su derecho cuando por ejemplo se llevan algo nuestro sentimos una sensación de injusticia y esa sensación termina cuando se devuelve lo sustraído. Por lo tanto, la reparación integral tiene como objetivo borrar en la medida de lo posible que alguien ha violado el derecho, que alguien ha provocado un daño y esta sanción que se tiene cuando se viola un derecho puede tener diferentes facetas como por ejemplo el estado actual emocional, por lo tanto, este estado de la persona es diferente al anterior.

Hay que recordar que el código civil considera fundamentalmente una reparación económica es decir cuantifica la reparación que debe recibir la víctima. Entonces la situación de una reparación no es tan solo lucro cesante y daño emergente, la reparación integral va mucho más allá porque lo económico no debe ser el fundamento para que se elimine la sensación de daño.

La Constitución en varios articulados se refiere a la reparación integral, así también la Ley de Garantías jurisdiccionales y Control Constitucional en asuntos como: acción de protección, habeas data, habeas corpus y las demás que expresamente establece la Constitución y el mencionado cuerpo de leyes, estas explican que el deber del Juez es reparar el daño lo cual significa que toda sentencia dictada en garantía jurisdiccional que no repare íntegramente es una sentencia que puede ser impugnada por que el Juez no está cumpliendo su deber, en ese sentido la reparación integral es el fin último de todas las garantías constitucionales. La Constitución también se refiere al Art. 57 en relación con la violación a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas. De igual forma la reparación integral está prevista en materia penal considerando que hay una víctima y está siempre deberá ser reparada íntegramente.

La reparación integral al ser un principio debería aplicarse a todo proceso jurisdiccional, toda sentencia de cualquier juez sea de garantías jurisdiccional, de proceso penal o civil debe reparar integralmente y esta reparación no debe sujetarse tan solo al daño material se debía pensar en cómo subsanar esta situación porque la reparación tiene un una fijación transversal en la Constitución de República del Ecuador por que la integridad tiene un alcance más profundo de lo que está expresamente previsto en la Constitución.

### **¿Qué es reparar integralmente?**

Cuando se habla de reparar algo se entiende que vamos a cubrir un daño que va más allá del daño material, daño moral, daño social, daño psicológico y cuando se habla de la dignidad de las personas se habla de un caso concreto, pero puede extenderse a un colectivo. Es decir, volver al estado anterior de la violación al derecho. El constituyente de Ecuador trae el concepto de reparación integral desde el ordenamiento internacional, de la jurisprudencia de la Corte Interamericana, son estos fallos los que motivan y desde esta perspectiva la Constitución del Ecuador la establece de manera explícita en su legislación al igual que otros países en sus constituciones, como por ejemplo Colombia.

La reparación integral es establecer los derechos que han sido violados al estado anterior al que se produjo la violación, por lo tanto, de debe buscar todos los elementos, las facetas de la violación para poder reparar y reintegrar el derecho, en ese sentido la configuración que se viene dando en el Ecuador es tomada de las Cortes Interamericanas a nivel de convención. Las categorías de la reparación integral son: la indemnización, rehabilitación, satisfacción y las garantías de no repetición. Estas categorías han sido previstas en las Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional y en el COIP. Así por ejemplo la indemnización es posible siempre y cuando sea posible volver al estado anterior al que se produjo el daño, a veces es imposible en circunstancias de perder la vida por decir algo, como recuperar la vida, sencillamente no es posible, no se puede volver en este caso al estado anterior. Pero si es posible que una persona vuelve cuando por alguna circunstancia ha perdido su trabajo ha sido despedida de manera ilegítima en tal virtud si es posible volver al estado anterior. La indemnización significa todos aquellos perjuicios que son evaluables económicamente como forma de recuperación.

Por otro lado, la rehabilitación es la manera como el Juez debe reparar todos los daños psicológicos y físicos sufridos por una persona. Reparar significa mirar el daño de la víctima tal delicado como el daño psicológico, que en muchos casos el Juez desconoce la parte psicológica y psíquica del individuo, por ello se fundamenta en el estudio o peritajes de expertos en el tema. Sin embargo, el papel del juez no es cuantificar económicamente este daño, sino más bien determinar la cura psicológica del individuo para volver al estado anterior que se produjo la violación, esto es un problema que en muchos casos lo único que hace el juez es cuantificar económicamente a la víctima, aunque no se someta a una cura psicológica. Por ello es importante que el juez garantice que la víctima acuda al psicólogo y no simplemente se cuantifique.

La satisfacción, son medidas que sirven para bienestar de la víctima y de las personas ofendidas. No siempre es necesario que se reconozca el hecho o delito, sino que además haya disculpas públicas ya que lo importante es que la sociedad sepa que, habido un error, por ejemplo, en un juicio en la cual se condena a una persona sin tener las pruebas necesarias, es necesario que la persona víctima se pueda identificar frente a circunstancias de abuso, error o violencia de un derecho. Estos errores pueden darse en una persona o un grupo de personas cuando esto último sucede se ha subsanado contrayendo obras de arte, pinturas, nombres de calles, plazas, etc., es posible que así se pueda perpetrar en el recuerdo de la sociedad y subsanar un error o violación a un derecho.

Las Garantías de no repetición, frente a un problema social sea personal o grupal, como por ejemplo un accidente de tránsito se pueden mandar a construir puentes, pasos peatonales, para que ninguna persona vuelva a sufrir un accidente. Por lo expuesto la reparación integral se convierte en una especie de fantasía basada en el deseo de las víctimas, para que ese dolor pueda superar de mejor manera., por ello no puede ser un ejercicio mecánico, debe notarse el trabajo del juez y del Abogado que plantea una adecuada defensa técnica que defiende a la víctima. La reparación integral adquiere una relevancia fundamental con respecto a la justicia material porque esta justicia se debe adecuar al caso concreto y solo así se puede reparar de manera diferente en cada caso, es la justicia de los jueces porque son ellos quienes deben interpretar la Ley para que se haga justicia en cada caso, la Ley es igual para todos.

## Problemas de la reparación integral

Existen problemas de aprendizaje, se debe aprender a pedir, lo abogados no pueden pedir en sus demandas, los jueces deben aprender a construir la reparación integral. Se debe entender el significado de la reparación para que se desarrolle dentro del proceso judicial para que el Juez pueda decidir si habido o no violación de derechos y si hay entonces empezar a ver como se construye la reparación, cuáles serán las categorías, cuáles son los efectos, si se afectó a una sola persona o a toda la familia, que tipo de problema le ocasionó a la víctima. Ejemplo cuando el alcalde mande derivar una casa para construir una calle, en este caso la familia pierde su casa, ellos donde vivirán: con familiares, amigos, albergues, se perderá la unidad de familia. Estos problemas son los que deben ser reparados porque no es suficiente solo construir una casa para entregársela, sino además su integración familiar a fin de no causar un daño psicológico.

Hay pocos casos de verdadera reparación integral en Ecuador, por ello los jueces deben ser capaces de entender y reproducir todo sentimiento en la redacción de la sentencia que determine., la justicia no debe ser fría. El Estado mimos tiene que reparar en algunos casos subsidiariamente a través de prestaciones y no necesariamente por medio de dinero, se puede reparar a la víctima psicológicamente, concediendo vivienda, generando trabajo, o de otra manera mediante otras prestaciones para el desarrollo de la vida,

El COIP establece que parte de la pena es la reparación integral que en otras palabras es justicia material para la víctima. La persona que está en la cárcel debe producir también para que de alguna manera repare a la víctima. El Estado no puede encargarse de la reparación patrimonial a nombre de la persona sentenciada que no puede pagar. Así también el Estado debe exigir mediante la Ley que el funcionario público que perjudica al país devuelva el dinero mediante la incautación de sus bienes a ellos o testaferrros. Lo que debe conseguir la reparación es la sensación de que se ha vuelto a la armonía. El Estado debe formar Jueces antes del ejercicio de su profesión, la falta de capacidad de la Cortes al resolver problemas o litigios sociales es justamente esa fala de capacitación. Por ello se debe hacer lo siguiente:

1. Formar jueces que sepan cómo reparar integralmente
2. La educación superior debe rever su mallas curriculares para introducir elementos fundamentales para que los futuros abogados y jueces puedan manejar estas grandes potencialidades que ofrece el ordenamiento jurídico ecuatoriano.

## Los delitos de cuello blanco según el COIP

Es necesario iniciar señalando que en la actualidad hay varios delitos en contra del Estado y estos se encuentra establecidos en el COIP y cuando nos referimos al Estado se entiende a todos los ciudadanos de un determinado lugar, así Marco Tulio Cicerón dice: "Es una multitud de hombres ligados por la comunidad del derecho y de la utilidad para un bienestar común.". Estos delitos son: el enriquecimiento ilícito de funcionario público, el enriquecimiento no justificado, el cohecho, la concusión y el peculado (incluido sus diferentes conductas). En el ámbito judicial también se ven afectada así: el prevaricato de jueces, árbitros y abogados, el perjurio, el falso testimonio, la acusación o denuncia temeraria y maliciosa, el fraude procesal y la evasión. Existen otras conductas dentro de la normativa actual del Código Orgánico Integral Penal, como son: los delitos del mercado bursátil, dentro de la Sección Octava sobre Delitos económicos, entre los que se encuentran el agiotaje, el pánico económico, la usura y un delito de gran importancia social como es el lavado de activos. También encontramos delitos contra el sistema financiero, tales como el pánico financiero, la captación ilegal de dinero y la falsedad de información final.

Conociendo cuales son los delitos que un funcionario público corrupto puede incurrir

¿Cree usted que un Juez o tribunal podrán sancionar a un político corrupto? Si sus influencias son muy amplias: jueces, fiscales, altos funcionarios de gobierno, jefes militares, jefes policías, empresarios son cómplices del factor dinero. Entonces surge una inquietud, ¿Qué será el derecho? dónde quedara el deber y el derecho el primero que es una forma de conducta y el segundo una exigencia que no se cumple; si el deber que es pagar impuestos se burla el derecho que el Estado tiene para obras del bienestar colectivo no se cumplirá. Entonces se violenta la igualdad, la adecuada distribución de recursos, las oportunidades, el

deseo de superación, el éxito de triunfo, la contienda justa, todo esto se transformará en beneficio individual.

Se podría decir que el político corrupto desconoce el derecho natural aquel que tiene que ver con la conciencia interna, Aristóteles decía "El derecho natural es la facultad o sentimiento de lo justo o lo injusto." No tiene conciencia para con sus hermanos, con su gente. Por lo tanto, los sentenciados solo han pagado con la pena, sin que repare los daños o el dinero que han saqueado del país. Es importante conocer que cuando se comete un delito penal no solo se está afectando un bien jurídico que determina una sanción penal sino además se vulnera un interés protegido por el ordenamiento jurídico, por lo que surge el derecho, y como sostiene Velásquez (1997):

"el hecho punible origina no sólo consecuencias de orden penal sino también civil, por lo cual en principio toda persona que realice una conducta típica, antijurídica y culpable, trátase de imputable o inimputable, debe restituir las cosas al estado en que se encontraban en el momento anterior a la comisión del ilícito, cuando ello fuera posible, y resarcir los daños o perjuicios ocasionados al perjudicado; nace de esta manera la responsabilidad civil derivado del hecho punible" (pág. 95)

Si bien es cierto, tal como lo establece PEÑA CABRERA (2007) *"la responsabilidad penal provoca una reacción puramente estatal (la pena), su presupuesto de punibilidad, esto es, la lesión o la puesta en peligro de bienes jurídicos, significa la afectación de ese mismo bien, del cual la víctima es titular, por lo tanto, únicamente a ella le corresponde recibir la indemnización por los daños causados"*. (pág. 24). Entonces el derecho a la indemnización le corresponde a la víctima o a sus herederos. Y si hablamos de todos los habitantes de un Cantón, Provincia, o Estado, serán ellos los habitantes de ese lugar los perjudicados y por lo tanto el Estado deberá iniciar las acciones correspondientes.

### **Dependencia de la reparación civil con la responsabilidad penal**

Existe una seria dependencia de la reparación civil con la responsabilidad penal como una pretensión accesoria y como sostiene REINHART MAURACH *"del hecho de que la indemnización constituye en su esencia*

*un efecto "accesorio" se deriva el que únicamente puede ser impuesta en virtud de una sentencia condenatoria a una determinada pena. No podrá pues establecerse cuando se acuerde la absolución por compensación o el sobreseimiento del proceso". (pag.67)*

Lo que se pretende no es para demostrar de donde nace o si es importante o no la reparación civil, la necesidad surge en determinar por qué el Estado siendo perjudicado por estos políticos corruptos no inicia las acciones civiles para recuperar el dinero con el que se ve perjudicado, determinar de manera clara que institución es la que debe iniciar las acciones pertinentes, y no permitir que se siga pagando pena por delito, siendo que la reparación civil es más que una indemnización puesto que comprende la restitución del bien. Porque mientras en el proceso penal se busca la sanción al infractor de la Ley penal ante la comisión de un hecho que la sociedad y la Ley consideran repudiable y reprimible, en el proceso civil la responsabilidad responde a una lógica distinta, pues se busca determinar quién debe asumir el daño ocasionado producto de determinada situación jurídica. Sin embargo, la Constitución de la República del Ecuador determina que además de asignarse la obligación de su aplicación se amplía la duración del proceso constitucional como se observa en los siguientes términos:

"Artículo 86. 3 [...] La jueza o juez resolverá la causa mediante sentencia, y en caso de constatare la vulneración de derechos, deberá declararla, ordenar la reparación integral, material e inmaterial, y especificar e individualizar las obligaciones, positivas y negativas, a cargo del destinatario de la decisión judicial, y las circunstancias en que deban cumplirse. Las sentencias de primera instancia podrán ser apeladas ante la corte provincial. Los procesos judiciales sólo finalizarán con la ejecución integral de la sentencia o resolución"

En el sistema garantista que vive el Ecuador tiene como principal objetivo la tutela de derechos, inherentemente a concebir la reparación como institución clave para cumplir su finalidad, para justificar su naturaleza, en este sentido García menciona: *"Esta es la prueba de fuego para un sistema tutelar de bienes. Donde hay violación sin sanción o daño sin reparación el derecho entra en crisis."* Por lo tanto, el reconocimiento de la reparación integral como finalidad de las garantías jurisdiccionales muestra la importancia que posee para el ordenamiento interno, es uno de los elementos imprescindibles de toda resolución judicial que

declare la vulneración de derechos. Conforme lo prevé la Constitución, la reparación integral es una figura que debe estar presente ante la vulneración de derechos cuya ejecución constituye un deber constitucional en conformidad con el derecho a la tutela judicial efectiva.

En los actuales momentos, si bien en el Código Civil no se ha materializado reforma alguna en lo relacionado a la figura de los daños y perjuicios, en cambio tanto en la Constitución de la República como en la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional y el Código Orgánico Integral Penal ha ocurrido todo lo contrario, es decir, nuestro legislador teniendo como antecedente el contenido de las nuevas normas constitucionales vigentes desde el 2008, ha incorporado sendas disposiciones que permiten sostener que hoy en día en materia constitucional y penal la reparación de los daños y perjuicios está mejor regulada para beneficio de quienes sufren gravámenes, tal cual lo demostramos con la transcripción de las normas pertinentes:

Art. 86, numeral tercero de la CRE. - "Las garantías jurisdiccionales se registrarán, en general, por las siguientes disposiciones:

3. Presentada la acción, la jueza o juez convocará inmediatamente a una audiencia pública, y en cualquier momento del proceso podrá ordenar la práctica de pruebas y designar comisiones para recabarlas. Se presumirán ciertos los fundamentos alegados por la persona accionante cuando la entidad pública requerida no demuestre lo contrario o no suministre información. La jueza o juez resolverá la causa mediante sentencia, y en caso de constatarse la vulneración de derechos, deberá declararla, ordenar la reparación integral, material e inmaterial, y especificar e individualizar las obligaciones, positivas y negativas, a cargo del destinatario de la decisión judicial, y las circunstancias en que deban cumplirse.

Las sentencias de primera instancia podrán ser apeladas ante la corte provincial. Los procesos judiciales sólo finalizarán con la ejecución integral de la sentencia o resolución." (p. 21)

## Clases de daños

**Daños patrimoniales:** dentro de los cuales podemos tener en cuenta sólo a dos: el daño emergente y el lucro cesante

**Daños extrapatrimoniales:** dentro de los cuales podemos citar los siguientes: daño a la persona y daño moral

Así, en el primer caso, será todo aquello que afecte a intereses de naturaleza económica, mientras que los daños no patrimoniales serán, por oposición, los que recaigan sobre intereses inmateriales del sujeto. De manera que, hay que tener en cuenta que la indemnización de perjuicios en el que se encuentran comprendidos el daño emergente y el lucro cesante, pueden provenir ya sea, de no haberse cumplido la obligación, de haberse incumplido imperfectamente o de haberse retardado en el cumplimiento. En esta línea, nuestro Código Civil en su Art. 1572, trata acerca de la indemnización de perjuicios y establece:

“La indemnización de perjuicios comprende el daño emergente y el lucro cesante, ya provengan de no haberse cumplido la obligación, o de haberse cumplido imperfectamente, o de haberse retardado el cumplimiento. Exceptúense los casos en que la Ley la limita al daño emergente”.

Es así que, la responsabilidad como institución jurídica, deja de estar asentada sobre la base de leyes civiles y encuentra su eje central en la Carta Magna y en sus respectivas garantías constitucionales. El COIP con el contenido de las normas transcritas, ahora sí, ha establecido a la *reparación integral* como un auténtico derecho de las víctimas y ha detallado con absoluta claridad los mecanismos con los cuales se puede cumplir aquella, haciendo hincapié en el hecho de que la elección de alguno de ellos no excluye la posibilidad de que pueda coexistir con otro u otros, que a criterio del juzgador deban decretarse para alcanzar la satisfacción de quién padeció el daño no estando obligado hacerlo, así:

Art. 18 LOGJCC.- “Reparación integral. En caso de declararse la vulneración de derechos se ordenará la reparación integral por el daño material e inmaterial”

Art. 19 LOGJCC.- Reparación económica.-

Artículo 77 COIP.-Reparación integral de los daños

Artículo 78 COIP.- Mecanismos de reparación integral.

Así lo sostiene De Los Mozos Cuando se alude a “<<indemnización>> se sobreentiende que para ser tal debe cubrir todo el daño resarcible; de lo contrario no es una indemnización sino un paliativo dinerario, una ayuda,

*una contribución en orden a la recomposición. Y lo mismo ocurre con el vocablo <<indemnización justa>> no es tal si sólo cubre parcialmente el perjuicio causado. De cualquier manera, queda siempre excluida como indemnización, la suma determinada caprichosa o arbitraria" (p. 277).*

Pues resulta importante el hecho de que la reparación integral haya sido establecida en la Constitución de la República y desarrollada con prolijidad, principalmente, en La Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales, Control Constitucional y el Código Orgánico Integral Penal, lo cual, desde todo punto de vista, además de plausible resulta correcto, porque el juzgador cuenta en estas materias con herramientas de aplicación obligatoria ya establecidas al respecto. Según Lorenzetti:

"La opción de la tesis reparadora NO implica haber superado los problemas. Casi es verdad lo contrario: los problemas comienzan, a partir de esa elección, en la medida en que deben establecerse pautas, criterios o parámetros para cuantificar la reparación, establecer su cuantía o monto. De nada vale sostener, por un lado, que debe resarcirse a la víctima, para luego, a la hora de determinar el monto de la indemnización, hacerlo sin entidad alguna, que nada compensa, o bien hacerlo arbitraria o caprichosamente con el importe que se me ocurre o me parece, desde mi muy personal opinión. Ni indemnizaciones simbólicas o insignificantes; ni indemnizaciones enriquecedoras; ni indemnizaciones arbitrarias. Nada de eso hace bien a la idea de justicia y equidad que se busca consagrar" (pág. 23)"

Y desde luego no deja de ser importante la cuantificación del perjuicio, obviamente, depende de los elementos de juicio que proporcione el interesado, para determinar el daño ocasionado hay que valorar el perjuicio que la incapacidad produce, sobre el patrimonio de quien reclama la indemnización; por tal y fundamentalmente, se debería apreciar respecto de la víctima, su sexo, edad, estado civil, cargas familiares, nivel socio-económico, tiempo probable de vida útil, su educación, profesión u oficio, caudal de sus ingresos a la época del suceso, sus probabilidades de progreso y ahorro, aptitudes de trabajo, nivel de vida, condición social. A pesar del ánimo de perseguir el delito de peculado en el Ecuador sin importar el tiempo en que se lo haga, existe el requisito de procedibilidad establecido en el Código Orgánico Integral Penal, que manda a que la Contraloría General del Estado elabore un informe previo con indicios de responsabilidad penal, el mismo que es indispensable para

que la Fiscalía General del Estado inicie un proceso penal por este delito, siempre y cuando se trate de delitos cometidos en instituciones que se encuentren bajo la supervisión de la Contraloría General del Estado.

## **El Ecuador en los últimos 10 años**

En los últimos 10 años en el Ecuador la corrupción se incrementado de manera acelerada y ha sido el gobierno de Rafael Correa el más evidente para este tipo de accionar, fácilmente podemos identificar a funcionarios públicos que han robado al país millones de dólares, a través de testaferrros y de manera irresponsable han dejado al país en la miseria. Estos corruptos se han llevado millones de dólares mediante la construcción de obras significativas inflando los precios de materiales y mano de obra.

En todos los puestos públicos campea la coima, el compadrazgo, la amistad, la familiaridad, no se valora la capacidad, la preparación, de las personas. Los concursos de merecimientos y oposición constituyen una farsa es bien sabido por todos que la formalidad de los concursos no brinda oportunidades.

Los funcionarios manejan nuestros recursos de manera irresponsable y siempre pensando en el beneficio personal. Los actos de corrupción como: coimas, soborno, malversación de fondos, tráfico de influencias, abuso de funciones, el enriquecimiento ilícito, el blanqueo de dinero, el favoritismo, la corrupción de los mercados y muchos más. Evidencian como el político está perjudicando no solo a una persona, sino a todos los integrantes de un país, de esa casa llamada Ecuador, poniendo en vilo la subsistencia, la educación, la salud, el vestido, el aliento de las familias, no es justo que unos vivan cómodos y otros con hambre en las calles.

Cada persona debe cumplir su rol adecuadamente: el profesor inculcara conocimientos y técnicas de investigación. El juez será capaz de otorgar justicia, el legislador deberá ser capaz de conocer y crear leyes para beneficio de la sociedad, el padre y la madre deben formar niños honestos para llegar a tener hombres buenos. No debemos callarnos ante los males de la sociedad, la injusticia, el abuso en pequeña y gran escala hay que denunciarlo. Toda persona tildada como corrupto deberá ser juzgado y devolver todo lo que ha robado, pedir disculpas sobre la mirada de su familia y asumir su error, además jurar nunca más hacerlo y si no cumple deberá buscar otro país para vivir como regla general.

## Análisis de sentencias en Ecuador

### Caso Nro. 1

Para analizar casos de corrupción que han sucedido en nuestro país me referiré al ex presidente de la República Ing. Jorge Glas Espinel, quien nació en Guayaquil el 13 de septiembre de 1969 es ingeniero eléctrico y político ecuatoriano, sirvió como vicepresidente de la República desde el 24 de mayo del 2013 al 6 de enero del 2018, fue elegido en las elecciones presidenciales de 2013 y reelegido en las elecciones del 2017.

El miércoles 13 de diciembre de 2017, Glas fue encontrado culpable por delito de asociación ilícita en el caso de sobornos de la constructora Odebrecht y fue condenado a seis años de prisión. Posteriormente fue reemplazado en el cargo de vicepresidente luego de que se declaró su ausencia definitiva, debido a que estuvo detenido durante más de 90 días por orden judicial dentro del proceso por asociación ilícita en el caso Odebrecht.

El Tribunal de la Corte Nacional de Justicia (CNJ), integrado por los jueces David Jacho, Marco Maldonado y Marco Rodríguez, ratificó el viernes 8 de junio de 2018 la sentencia condenatoria contra el ex vicepresidente de la República, Jorge Glas, como autor del delito de asociación ilícita en la trama de sobornos de Odebrecht.

La sentencia establece que:

*"ADMINISTRANDO JUSTICIA EN NOMBRE DEL PUEBLO SOBERANO DEL ECUADOR Y POR AUTORIDAD DE LA CONSTITUCIÓN Y LAS LEYES DE LA REPUBLICA, por unanimidad declara: 1.- La culpabilidad de los acusados: Jorge David Glas; por tanto se dicta sentencia condenatoria contra de éstos, imponiéndoles a cada uno de ellos, la pena de seis años de privación de libertad, en calidad de autores, conforme el art 42 CP (42 COIP), del delito tipificado y reprimido en los artículos 369 y 370 CP.*

*Se declara la suspensión de derechos de ciudadanía de los condenados por el tiempo igual al de la pena impuesta conforme el artículo. 60 CP.*

*Se declara con lugar la acusación particular. De conformidad con el artículo 78 CRE (2008), que regía tanto para la Ley penal anterior (CP) como para la posterior (COIP), se declara con lugar la reparación integral, en sus contenidos inmaterial y material.*

*En relación con la reparación inmaterial, téngase el contenido de esta sentencia como reparación en sí misma;*

*En relación con la reparación material, considerándose que por la naturaleza del delito de asociación ilícita que es punible desde la partida, pero que está dosificada en relación con los delitos para los que se constituye la partida, y, **habiéndose verificado la presunta perpetración de otros delitos tales como: peculado, concusión, cohecho, enriquecimiento ilícito, tráfico de influencias, lavado de activos, testaferrismo, que han afectado el patrimonio del Estado en el orden de US\$ 33'396.116,00, se dispone el pago de esta suma por los sentenciados.***"

A la presente fecha las sentencias contra Jorge Glas no están en firme. Esto en la práctica significa que el Estado no puede recuperar los USD 14 millones que la justicia ordenó confiscar al exvicepresidente y a su tío Ricardo Rivera.

Inicialmente, los jueces de la Corte Nacional de Justicia lo encontraron culpable en dos instancias, y se le condenó a seis años de cárcel. Además, se ordenó el congelamiento de sus cuentas bancarias e incautación de bienes. El congelamiento de las cuentas tampoco se aplica.

El delito de asociación ilícita está regulado en el Art. 370 del COIP el que expresa: Cuando dos o más personas se asocien con el fin de cometer delitos, sancionados con pena privativa de libertad de menos de cinco años, cada una de ellas será sancionada, por el solo hecho de la asociación, con pena privativa de libertad de tres a cinco años.

La figura exige dos o más personas que, en forma organizada y permanente, se ponga de acuerdo para cometer delitos, siempre y cuando dicha organización tenga un carácter estable que dé lugar a la existencia de un vínculo de comunidad y pertenencia entre sus miembros, de ahí que sus caracteres son la organización y la paciencia.

## Caso Nro. 2

El exalcalde de Riobamba Juan Salazar salió en libertad la tarde del jueves después de cumplir una condena de 4 años y 8 meses por peculado. El caso se remonta al mes de abril de 2013 cuando se reportó el desvío de \$13'308.261 de las arcas municipales. Este dinero fue transferido a 31

cuentas bancarias en el país. De esa cantidad se recuperó \$ 9`759.491, existiendo un faltante que aún no se recobra de más \$3 millones. Entre los detenidos y acusados, que fueron más de 30, estuvo el exalcalde de Riobamba Juan Salazar, quien en su tiempo indicó que el desvío de dinero se debía a hackers informáticos. Salazar fue sentenciado a 8 años de prisión, sin embargo, su defensa logró la disminución de la pena.

### **Caso Nro. 3**

- El exministro de Hidrocarburos Carlos Pareja Yannuzzelli, nombrado por el propio Correa, Lo llamaron infiltrado que durante nueve años permaneció en la cúpula petrolera de la Revolución Ciudadana.
- Pedro Delgado, primo del entonces primer mandatario, era presidente del Banco Central. Fue denunciado públicamente por haber falsificado su título de economista y tras aceptar el delito, huyó del país.
- El excontralor Carlos Pólit fue acusado de haber recibido más de 6 millones de dólares de la constructora Odebrecht. La orden de detención en su contra se dictó cuando se encontraba en Estados Unidos en junio del 2017 y ya no volvió al país. Enfrenta un juicio por concusión y en su momento aseguró no ser prófugo de la justicia.
- Ramiro González, quien fue ministro de Industrias y presidente del Directorio del IESS, y que en agosto del 2017 dejó el país tras ser acusado por tráfico de influencias.
- Fernando Alvarado, quien en octubre se despojó del grillete electrónico y habría salido del país para no enfrentar el juicio por peculado en su contra. También negó su condición de prófugo.
- Caso particular es el del exgerente de Petroecuador y exministro de Hidrocarburos, Carlos Pareja Yannuzzelli, quien tiene 4 sentencias en su contra por peculado, enriquecimiento ilícito, cohecho y delincuencia organizada.

### **Análisis**

Según el COIP el Art. 519 se refiere a las medidas cautelares y de protección, es decir que el juzgador podrá ordenar una o varias medidas cautelares y de protección, según el caso de investigación el numeral 4 para garantizar la reparación integral a la víctima. Por lo tanto, si la víctima somos todos los ecuatorianos, el Estado a través de la Procuraduría o Contraloría deberá iniciar las acciones pertinentes para que el responsable (funcionario público) de un delito pague lo establecido por el tribunal

penal mediante sentencia. Sin embargo, no existe en el COIP la forma legal de obligar al sentenciado a que pague. Lo que apreciamos en la Ley son medidas cautelares sobre bienes Art. 549 del mismo cuerpo de leyes que determina "1. El secuestro, 2 la incautación, 3. La retención, 4. La prohibición de enajenar", también refiere la prohibición de enajenar y la retención de las cuentas de una cantidad equivalente al valor de la multa y a la reparación integral a la víctima, pero no señala que sucederá luego con esos bienes, si se pueden rematar o no. Es por ello que se considera que los delitos de los funcionarios corruptos solo se pagan con la pena porque el Estado jamás recupera el dinero que mediante sentencia ha sido obligado a pagar. Porque no inicia el Estado las acciones civiles correspondientes sean por daños y perjuicios o daño moral.

Resulta importante aclarar que la Organización de las Naciones Unidas, en su Resolución 60/147, que establece los "Principios y directrices básicos sobre el derecho de las víctimas de violaciones manifiestas de las normas internacionales de derechos humanos y de violaciones graves del derecho internacional humanitario a interponer recursos y obtener reparaciones.", ha señalado la necesidad de que los estados partes adecuen formal y materialmente su derecho interno para la plena vigencia de las normas referidas a las reparaciones.

Siendo un derecho constitucional, su ejercicio se rige por los principios determinados por el Art. 11 de la Constitución, es decir que podrá ser exigida, ejercida y promovida de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes, siempre y cuando la calidad de la o las víctimas y el tipo de delito y consecuencias dañosas así lo permitan.

A las organizaciones colectivas también se les concede el derecho a demandar la reparación de daños causados por el Estado, de conformidad con lo que determina el Art. 97 de la Constitución. Eso quiere decir que no solo el acusador particular que es la institución perjudicada en el caso que se investiga podrá demandar en vía civil, sino también las organizaciones colectivas. El Art. 628 del COIP establece que toda sentencia condenatoria debe contemplar la reparación integral de la víctima, determinando cuales son las medidas que se deben aplicar, el tiempo en que deben ejecutarse dichas medidas y la identidad de la persona o entidad pública o privada responsable de ejecutarlas. Además señala ciertas reglas que deben ser observadas al momento de disponer la reparación integral, norma que por su importancia es transcrita literal-

mente: "Art. 628.-Reglas sobre la reparación integral en la sentencia.-Toda sentencia condenatoria deberá contemplar la reparación integral de la víctima, con la determinación de las medidas por aplicarse, los tiempos de ejecución y las personas o entidades públicas o privadas obligadas a ejecutarlas, de conformidad con las siguientes reglas: 1. Si hay más de un responsable penal, la o el juzgador determinará la modalidad de la reparación en función de las circunstancias de la infracción y del grado de participación en la infracción como autora, autor o cómplice. 2. En los casos en los que las víctimas han sido reparadas por acciones de carácter constitucional, la o el juzgador se abstendrá de aplicar las formas de reparación determinadas judicialmente. 3. La obligación de reparar monetariamente a la víctima tendrá prelación frente a la multa, comiso y a otras obligaciones de la persona responsable penalmente. 4. Si la publicación de la sentencia condenatoria es el medio idóneo para reparar a la víctima, correrá a costa de la persona condenada."

La concepción de reparar el daño a la persona nace en el Derecho Civil, toda vez que el Código Civil reconoce como una fuente de obligaciones a los delitos, considerando que constituyen hechos que infieren injuria o daño a una persona, por lo cual quien comete el ilícito está en la obligación de indemnizar a la víctima. Este cambio de criterio no es solamente nominativo, por el contrario, constituye un cambio rotundo en el Derecho Civil cuanto, en el Derecho Penal, lo cual se evidencia en estos tres aspectos fundamentales: a) El Derecho Penal que contempla a la reparación como una responsabilidad jurídico-penal, absteniéndose de remisión al Derecho Civil para intentar la reparación de daños y perjuicios. b) La reparación es más amplia, el juzgador está en la obligación de adecuar y disponer medidas que reparen los daños sufridos por la víctima en forma integral, incluyendo daño material, moral, físico, psicológico, social; y, daño al proyecto de vida. c) La responsabilidad de la reparación es determinada por el mismo juzgador que establece la sanción punitiva, y en el mismo proceso; no es necesario incoar nuevas acciones para que la víctima pueda exigir su reparación. A continuación, se analizará algunas sentencias a fin de explicar de manera precisa porque el delito de millones de dólares en perjuicio del país se paga solamente con la pena.

## Sentencias

1. Según la Gaceta Judicial. Año CX. Serie XVIII, No. 8. Página 2735. (Quito, 2 de septiembre de 2009)

"La disposición invocada en forma clara determina que para que haya lugar a la reparación de daños morales debe prevenir una acción u omisión ilícita por parte del demandado, particular que no se da en el caso y lo que es más, la misma disposición establece que los daños deben ser el resultado próximo de esa acción u omisión."

2. Según la SENTENCIA No. 245-17-SEP-CC, CASO No. 1450-13-EP

"Finalmente, este Organismo en su sentencia No. 018-13-SEP-CC dictada dentro de la causa No. 0201-10-EP, estableció que, por medio de la acción extraordinaria de protección, el juez constitucional tiene la facultad de analizar sustancialmente la cuestión controvertida, y de ser el caso, está obligado a declarar la violación de uno o varios derechos constitucionales, ordenando inmediatamente su reparación integral."

3. SENTENCIA No. 071-15-SEP-CC. (CASO No. 1687-10-EP) CORTE CONSTITUCIONAL DEL ECUADOR

"Ahora bien, la reparación económica, en cambio, es un tipo de medida de reparación integral que se refiere a una compensación a favor del sujeto afectado por los detrimentos y perjuicios, ocasionados como consecuencia de la vulneración de sus derechos constitucionales verificados dentro de una sentencia constitucional.

En este orden de ideas, se debe recordar que, en relación a las reparaciones económicas, la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha señalado en el caso *Godínez Cruz*. El artículo 19 de la Ley *ibídem* establece: "*Cuando parte de la reparación, por cualquier motivo, implique pago en dinero al afectado o titular del derecho violado, la determinación del monto se tramitará en juicio verbal sumario ante la misma jueza o juez, si fuere contra un particular; y en juicio contencioso administrativo si fuere contra el Estado. Solo podrá interponerse recurso de apelación en los casos que la Ley lo habilite*". El mecanismo de cumplimiento de sentencias propende a la materialización de la reparación integral adoptada dentro de una garantía jurisdiccional. La Corte Constitucional, de oficio o a petición de parte, considerando que de por medio se encuentra la materialización de la reparación integral, y sin necesidad de que comparezca exclusivamente el afectado, está en la obligación de velar por el cumplimiento de las sentencias constitucionales."

4. Quito, D. M., 10 de diciembre de 2014. SENTENCIA No. 225-14-SEP-CC CASO No. 0289-13-EP CORTE CONSTITUCIONAL DEL ECUADOR

"Por lo dicho, utilizando los dictados que nos enseña la sana crítica, procede esta judicatura a fijar en base a su prudencia, que es sinónimo de cautela, moderación, sensatez, buen juicio; la determinación de la

indemnización pecuniaria, vía reparación por los daños y perjuicios irrogados al accionante.”

5. Quito, D. M., 16 de marzo de 2016. SENTENCIA No. 081-16-SEP-CC CASO No. 0540-10-EP CORTE CONSTITUCIONAL DEL ECUADOR

“En lo principal, el legitimado activo indica que con fundamento en el artículo 32 del Código Orgánico de la Función Judicial, demandó al Estado ecuatoriano una reparación pecuniaria por concepto de daños y perjuicios que tienen que ver con el dolor y el efecto traumático y psicológico que experimentó como consecuencia de la persecución de que fue objeto desde el 23 de junio del 2002.”

## Conclusiones

El sistema procesal tiene un vacío porque no intenta recuperar el perjuicio público lo único que pretende es sentenciar con privación de la libertad, pero nunca con el cobro inmediato.

Mientras haya personas corruptas en la sociedad y por ende en las funciones del Estado no gozaremos de justicia, mientras en nuestro país se descuiden los valores seguiremos creando leyes y leyes y nunca personas conscientes de su derecho natural.

Hay que recordar que el código civil considera fundamentalmente una reparación económica es decir cuantifica la reparación que debe recibir la víctima. Entonces la situación de una reparación no es tan solo lucro cesante y daño emergente, la reparación integral va mucho más allá porque lo económico no debe ser el fundamento para que se elimine la sensación de daño.

Cuando se habla de reparar algo se entiende que vamos a cubrir un daño que va más allá del daño material, daño moral, daño social, daño psicológico y cuando se habla de la dignidad de las personas se habla de un caso concreto, pero puede extenderse a un colectivo. Es decir, volver al estado anterior de la violación al derecho.

Es importante conocer que cuando se comete un delito penal no solo se está afectando un bien jurídico que determina una sanción penal sino además se vulnera un interés protegido por el ordenamiento jurídico.

Es por ello que se considera que los delitos de los funcionarios corruptos solo se pagan con la pena porque el Estado jamás recupera el dinero que mediante sentencia ha sido obligado a pagar. Porque no inicia el Estado las acciones civiles correspondientes sean por daños y perjuicios o daño moral.

## Referencias

- De Los Mozos José Luis, soto Coaguila Carlos, (2006) "Responsabilidad Civil Derecho de Daños", Perú, Editora Jurídica Grijley.
- Lorenzetti Ricardo, Trazegnies Fernando, Pantaleón Fernando, soto Carlos, (2014) "Revista Latinoamericana de Responsabilidad Civil", Bogotá- Colombia, Grupo Editorial Ibañez S.A.
- Peña Cabrera Rreyre, (2007) Alonso Raúl. "Derecho Penal. Parte General", 2da Edición, Editorial Rhodas, Lima.
- Reinhart Maurach. (1962) "Tratado de Derecho Penal" (Deutsches Strafrecht. Allgemeiner Teil Ein Lehrbuch) Ediciones Ariel, España.
- Sergio García Ramírez, (2003) "Las reparaciones en el sistema interamericano de protección a los derechos humanos" en El sistema Interamericano de protección de los Derechos Humanos en el Umbral del siglo XX, Tomo I, 2da Edición, San José de Costa Rica, Corte Interamericana de Derechos Humanos.
- Velásquez Velásquez, (1997) Fernando. "Derecho Penal". Parte general, 3era. Edición, Temis, Bogotá.

## Link

- [https://www.eluniverso.com/sites/default/files/styles/powgallery\\_1024/public/fotos/2011/01/22/vye08aa220111-photo01\\_456\\_336.jpg?itok=i8lu-QvDA](https://www.eluniverso.com/sites/default/files/styles/powgallery_1024/public/fotos/2011/01/22/vye08aa220111-photo01_456_336.jpg?itok=i8lu-QvDA)
- <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/699/1/T755-MDP-Paredes-El%20delito%20de%20peculado.pdf>
- <http://www.contraloria.gob.ec/documentos/normatividad/MGAG-Cap-VIII.pdf>
- <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/154/3/T-UCSG-POS-EDP-7.pdf>
- <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4941/1/T-UCSG-PRE-JUR-DER-43.pdf>
- <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5316/1/T-UCE-0013-Ab-364.pdf>

[http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3335/1/UNACH-EC-FCP-  
DER-2017-0001.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3335/1/UNACH-EC-FCP-<br/>DER-2017-0001.pdf)

[http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/28633/1/Trabajo%20  
de%20Titulaci%c3%b3n.pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/28633/1/Trabajo%20<br/>de%20Titulaci%c3%b3n.pdf)

[http://www.academia.edu/4224097/el\\_delito\\_de\\_cuello\\_blanco\\_-\\_ed-  
wain\\_h.\\_sutherland\\_-\\_PDF](http://www.academia.edu/4224097/el_delito_de_cuello_blanco_-_ed-<br/>wain_h._sutherland_-_PDF)

[https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/137275/1/DDP\\_Benevides\\_  
la%20aplicacion.pdf](https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/137275/1/DDP_Benevides_<br/>la%20aplicacion.pdf)



# **Modelo y software de planeación estratégica y operativa: MIVEYDOAS – Balanced Scorecard**

*Eucadys Cujia Guerra*

PhD en Administración. Doctora en Ciencias Económicas. Magíster en Administración. Especialista en Gerencia Pública. Administradora de Empresas. Docente Investigadora de la Universidad de La Guajira.  
Correo: ecujia@uniguajira.edu.co

*Jairo Amaya Amaya*

PhD en Administración. Magíster en Ciencias Computacionales con énfasis en Redes y Telecomunicaciones. Ingeniero de Sistemas. Ingeniero Industrial. Docente Investigador de la Universidad Santo Tomás de Aquino - Bucaramanga, amayajairoa@gmail.com

*Luis Sierra Acosta*

Magíster en Administración de Empresas. Administrador de Empresas. Docente Investigador de la Universidad de la Guajira.  
Correo: lsierra@uniguajira.edu.co

*Jisseth Karina Cotes Cujia*

Maestrante Maestría en Administración de Negocios Internacionales. Contador Público Docente Investigadora de la Universidad de la Guajira.  
Correo: jkarinacotes@uniguajira.edu.co

## **Resumen**

El aporte investigativo de este capítulo se basa en la construcción de un modelo teórico de la planeación propio, basado obviamente, en la consulta de autores con otras ideas ya existentes del tema, para luego desarrollar un software que logre implementar dicho modelo teórico. El objetivo de este artículo es el de presentar un modelo conceptual de la planeación aplicable a

cualquier organización, denominado MIVEYDOAS. Igualmente, se muestra como los objetivos estratégicos planteados en el modelo pueden ser agrupados en cada una de las perspectivas propuestas por Norton & Kaplan. Es importante la planeación estratégica en una organización, ya que si no se planea es una organización que no sabe qué hacer, ni cómo hacerlo. Entre los resultados podemos mencionar que el software MIVEYDOAS-BSC.xls junto con el SAP.exe permiten en la práctica a una organización administrar todas las fases de la planeación estratégica de una manera sencilla y ágil.

**Palabras clave:** modelo, software, planeación, estrategia, organización.

## ***Strategic and operational planning model and software: MIVEYDOAS – Balanced Scorecard***

### **Abstract**

The research contribution of this chapter is based on the construction of a theoretical model of its own planning, obviously based on the consultation of authors with other already existing ideas on the subject, to later develop a software that manages to implement said theoretical model. The objective of this article is to present a conceptual model of planning applicable to any organization, this model has been called MIVEYDOAS. Likewise, it is shown how the strategic objectives proposed in the model can be grouped in each of the perspectives proposed by Norton & Kaplan. Strategic planning is important in an organization, because if it is not planned, it is an organization that does not know what to do, or how to do it. A company without strategy is like a ship adrift, it has no course, no definite direction, it does not know where it is going.

**Keywords:** model, software, planning, strategy, organization.

### **Proyecto de investigación**

Capítulo de libro resultado del proyecto de investigación: Sistemas de Información Gerencial.

### **Introducción**

En esencia, el objetivo fundamental de este artículo es el de presentar un modelo conceptual de la planeación aplicable a cualquier organización, este modelo se ha denominado MIVEYDOAS. Igualmente, se muestra como los

objetivos estratégicos planteados en el modelo pueden ser agrupados en cada una de las perspectivas propuestas por Norton & Kaplan.

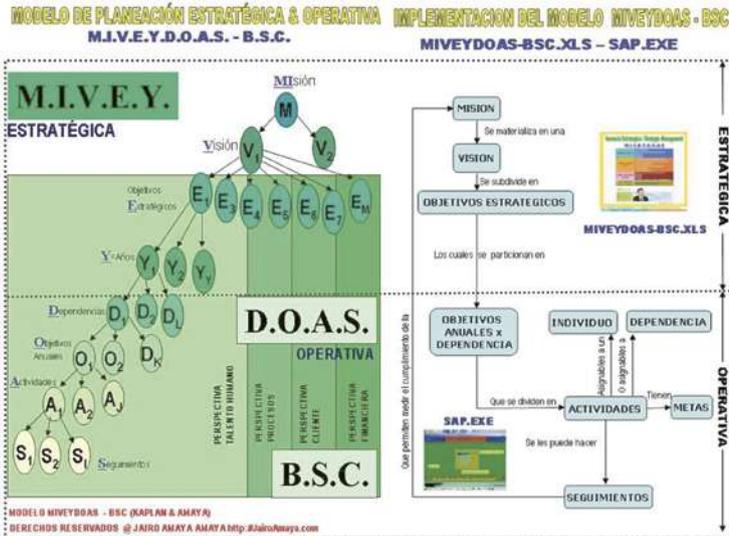
El aporte investigativo se basa en la construcción de un modelo teórico de la planeación propio, basado obviamente, en la consulta de autores con otras ideas ya existentes del tema; para luego desarrollar un software que logre implementar dicho modelo teórico. El presente análisis cumple también con el objetivo de mostrar el modelo y aportar a sus lectores un conocimiento más profundo, práctico y detallado del tema de la planeación y de la estrategia que deben conocer las organizaciones. Estas herramientas son muy útiles para el progreso de las empresas y en consecuencia para el de nuestra sociedad (caso en el cual es aplicable el principio *ceteris paribus*). Una organización que no planea es una organización que no sabe qué hacer, ni cómo hacerlo. Una empresa sin estrategia es como un barco a la deriva, no tiene rumbo, ni dirección definida, no sabe para donde va.

La experiencia ayuda a identificar que la planeación debe ser una herramienta sencilla y fácil de manejar, no debe convertirse en una carga de trabajo más, ni en un estorbo para la organización. Es por esto último, que se propone un modelo sencillo, del cual se pueda dar fe, porque se ha podido implementar con éxito cumpliendo con las premisas mencionadas. En este capítulo, se presenta el último desarrollo de la implementación del modelo MIVEYDOAS – BSC que no es otra cosa que la integración del modelo MIVEYDOAS con el modelo BSC (Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral) propuesto por Norton & Kaplan.

## Metodología

La planeación en una organización dentro de la pirámide organizacional se puede dividir en dos grandes partes a saber: La planeación estratégica, que se formula a nivel directivo para el mediano y largo plazo, y la planeación operativa que se maneja al corto plazo (Para los efectos del presente modelo, un año). Dentro de la planeación estratégica la organización maneja conceptos tales como misión, visión y objetivos estratégicos, variables estas que permitirán medir el desempeño de la organización a 3, 4, 5 o más años dependiendo del horizonte que se pretende visionar. Dentro de la planeación operativa la organización entra a manejar conceptos tales como: objetivos anuales, y actividades (con metas). los objetivos anuales se dividen en actividades que se ejecutan entre un rango de fechas dentro del año respectivo.

Ilustración 1. Modelo de planeación estratégica y operativa



Fuente: elaboración propia (2021)

Es importante anotar que la planeación estratégica y la planeación operativa no están solas, sino que su formulación toma como base los resultados de lo que se denomina como diagnóstico estratégico. El diagnóstico estratégico sirve de base para el análisis de la situación actual de la organización tanto internamente, como externamente (frente a su entorno). Para ello, es indispensable obtener y procesar información sobre el entorno a fin de hacer el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), a partir del cual se hará el análisis interno y el análisis externo de la organización para luego definir las estrategias a seguir, estrategias, las cuales quedarán plasmadas en el plan estratégico de la organización. El diagnóstico estratégico incluye por tanto la auditoría del entorno, de la competencia, de la cultura corporativa y de las fortalezas y debilidades internas. Finalmente, el modelo MIVEYDOAS de planeación estratégica y operativa se integra con el balanced scorecard o cuadro de mando integral propuesto por Norton & Kaplan cuando los diferentes objetivos estratégicos  $e_j$  de una organización se agrupan en cada una de las cuatro perspectivas que establece el BSC, como se puede apreciar en la Ilustración 1.

### Definición del modelo matemático de planeación (MIVEYDOAS)

El modelo de planeación que se ha desarrollado se denomina MIVEYDOAS. Este modelo parte de definir la planeación de una organización como una estructura en árbol, en la cual se inicia con la misión misma, continua con la planeación y termina con los seguimientos a las actividades y metas. Para comenzar a definir el modelo es necesario revisar cada uno de los términos que se utilizarán en el lenguaje.

**Cuadro 1.** variables modelo matemático de la planeación estratégica

| Variable | Descripción          | Variable control | Rango (1 .. ) | Peso (%) | Logro(%) |
|----------|----------------------|------------------|---------------|----------|----------|
| M        | Misión               |                  |               |          | LM       |
| V        | Visión               | N                | N             | PV       | LV       |
| E        | Objetivo estratégico | M                | M             | PE       | LE       |
| Y        | Año                  | Y                | Y             | PY       | LY       |
| D        | Dependencia          | L                | L             | PD       | LD       |
| O        | Objetivo             | K                | K             | PO       | LO       |
| A        | Actividad            | J                | J             | PA       | LA       |
| S        | Seguimiento          | I                | I             |          | LS       |

Fuente: elaboración propia (2021)

### Modelo matemático de la planeación estratégica

Planeación estratégica

$$LM = \sum_{n=1}^N LV_n PV_n$$

$$LV_n = \sum_{m=1}^M LE_m PE_m$$

$$LE_m = \sum_{l=1}^L \sum_{y=1}^Y LO_{ly} PO_{ly}$$

Planeación operativa

$$LD_l = \sum_{k=1}^K LO_k PO_k$$

$$LO_k = \sum_{j=1}^J LA_j PA_j$$

$$LA_j = \sum_{i=1}^I LS_i$$

NOTA: Un objetivo estratégico se puede particionar en diferentes objetivos anuales de diferentes dependencias, cada uno de los cuales tiene una ponderación específica, lo cual lleva a la elaboración de una matriz de ponderaciones.

Un objetivo estratégico se puede particionar en diferentes objetivos anuales de diferentes dependencias, cada uno de los cuales tiene una ponderación específica, lo cual lleva a la elaboración de una matriz de ponderaciones.

Como se puede observar en la parte derecha de la evaluación del cumplimiento de los planes operativos se puede obtener matemáticamente a partir de las fórmulas que allí aparecen. El logro de una actividad de manera acumulada equivale a la sumatoria de los logros que se obtienen en cada uno de los seguimientos que se hacen a cada actividad durante el año. El logro de un objetivo es igual a la sumatoria de los logros de sus actividades multiplicadas cada una por su respectivo peso o ponderación. Y el logro acumulado del cumplimiento de la planeación de una dependencia equivale a la sumatoria de los logros de sus objetivos multiplicados por su respectivo peso o ponderación. Ahora para evaluar el cumplimiento de la misión de una organización se deben sumar los logros de las visiones formuladas durante la vida útil de la empresa multiplicados por sus respectivos pesos o ponderaciones. De la misma manera el logro de una visión de la organización se obtiene sumando los logros de los objetivos estratégicos respectivos multiplicados por sus ponderaciones. Y finalmente, como se puede ver en la fórmula que aparece en la parte inferior izquierda, el logro de un objetivo estratégico se obtiene sumando los logros de los objetivos anuales en cada dependencia en que se haya dividido el objetivo estratégico por su respectiva ponderación. Esta última fórmula requiere de la existencia de una matriz de ponderaciones en donde se tienen que definir los pesos de cada objetivo en las diferentes dependencias y por año, así:

**Cuadro 2.** Matriz de ponderaciones de objetivos estratégicos por dependencia y año

Objetivo estratégico m

| Dependencia | Año 1 | Año 2 | Año Y | .... | Año Y |
|-------------|-------|-------|-------|------|-------|
| 1           |       |       |       |      |       |
| 2           |       |       |       |      |       |
|             |       |       |       |      |       |
| I           |       |       | Poly  |      |       |
|             |       |       |       |      |       |
|             |       |       |       |      |       |
|             |       |       |       |      |       |
| L           |       |       |       |      |       |

L Y  

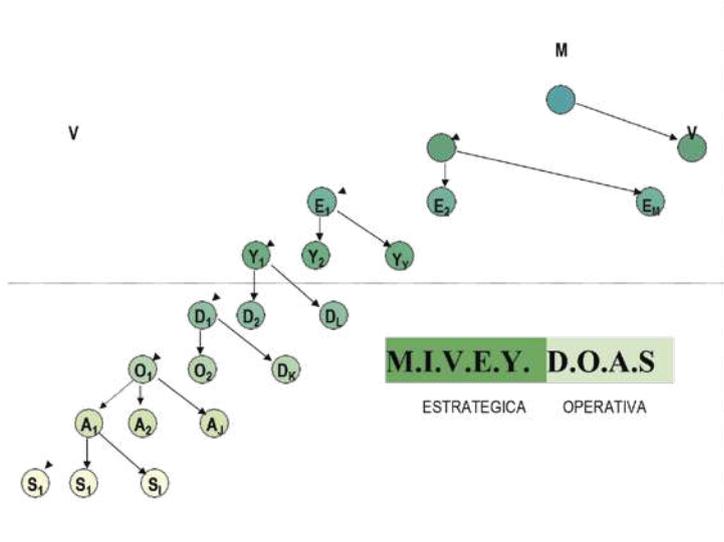
$$\sum_{l=1}^L \sum_{y=1}^Y PO_{ly} = 100\%$$

Esta fórmula indica que el objetivo estratégico *m* ha sido dividido para su ejecución en objetivos anuales de las diferentes dependencias cuya ponderación suma el 100%

Fuente: elaboración propia (2021)

Ahora es importante anotar que la planeación en una organización se puede modelar mediante una estructura de árbol descendente que parte de la misión y va haciendo ramificaciones cuyas hojas son los seguimientos respectivos a cada actividad o meta. La complejidad del árbol va creciendo hasta completar 8 niveles. Los niveles son: (1) Misión, (2) Visión, (3) Objetivos estratégicos, (4) Años, (5) Dependencias, (6) Objetivos anuales por dependencias, (7) Actividades o metas, y (8) Seguimientos.

Ilustración 2. Variables modelo matemático de la planeación estratégica



Fuente: elaboración propia (2021)

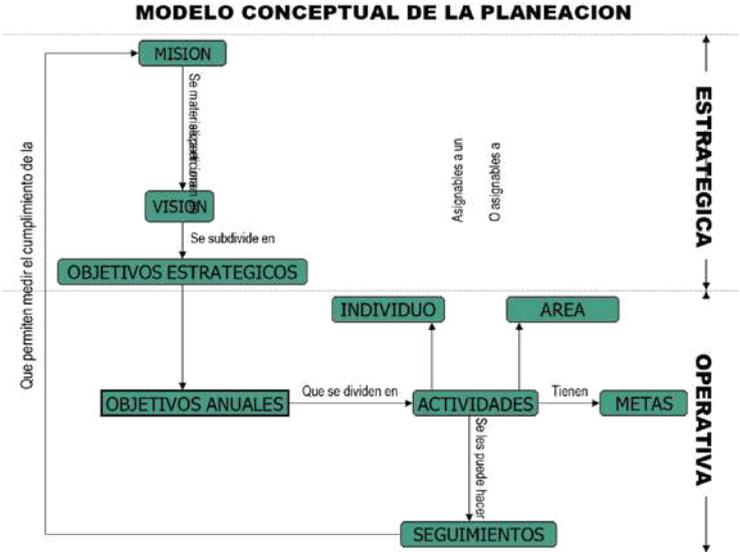
Para comenzar a explicar el modelo se debe decir que toda organización tiene una misión, sin misión la organización no existe, y el día que la organización cambie su misión dejará de ser lo que es y ya se hablará

de una nueva organización. Para cumplir su misión dentro de lo que se considera la vida útil de la misma, la organización define unas visiones, estas visiones no son otra cosa que metas establecidas para un horizonte (el que describe el modelo con la letra H) que se considera como largo plazo y que puede corresponder a 3,4,5 o más años dependiendo de la naturaleza de la organización. La suma aritmética o ponderada (o como se desee) de los logros de las visiones de una organización a lo largo de su vida útil permitirá medir matemáticamente hablando el grado de cumplimiento de la misión de la organización. A su vez, la organización para cumplir su visión en un horizonte de tiempo H, divide está en objetivos estratégicos diferentes ( $E_m$ ), los cuales son complementarios. Para lograr cada objetivo estratégico la organización decide particionarlo en diferentes objetivos anuales ( $O_k$ ) por área funcional. Para evaluar el cumplimiento de un objetivo estratégico se deben sumar de manera ponderada los logros de los respectivos objetivos anuales en cada dependencia. Mas adelante se explicará en detalle y mediante un ejemplo como se evalúa el logro de un objetivo estratégico.

Hasta aquí se ha explicado cómo funciona el modelo al nivel estratégico. De ahora en adelante se explicará el modelo a nivel operativo. Al nivel operativo, el modelo se llama DOAS (Dependencia, Objetivo, Actividad, Seguimiento), aquí se hace la planeación por dependencias (D) o áreas funcionales definiendo los diferentes objetivos anuales (O) que representan la planeación de cada dependencia, a su vez para cumplir un objetivo anual este se divide en varias actividades que se realizan dentro del año, denominadas ( $A_j$ ). Es importante anotar que cada actividad tiene asociada una meta (ya sea cuantificable o no) y un responsable. Finalmente, hay que decir que la planeación operativa se divide en dos partes, la primera es la fase de formulación en donde se definen los objetivos y actividades por dependencia junto con sus respectivas ponderaciones. La segunda parte de la planeación operativa es la de seguimiento, que consiste en que se pueden hacer varios seguimientos ( $S_i$ ) a una actividad en el año para evaluar su nivel de avance y cumplimiento.

Como se puede apreciar, a lo largo de este documento se ha planteado que la planeación se puede dividir en dos partes, que corresponden a la planeación operativa y a la planeación estratégica. La planeación estratégica parte de la misión de la organización para definir diferentes visiones. Como se puede ver en el mapa conceptual que aparece en la

Ilustración 3. Definición del modelo conceptual de la planeación operativa (MIVEYDOAS)

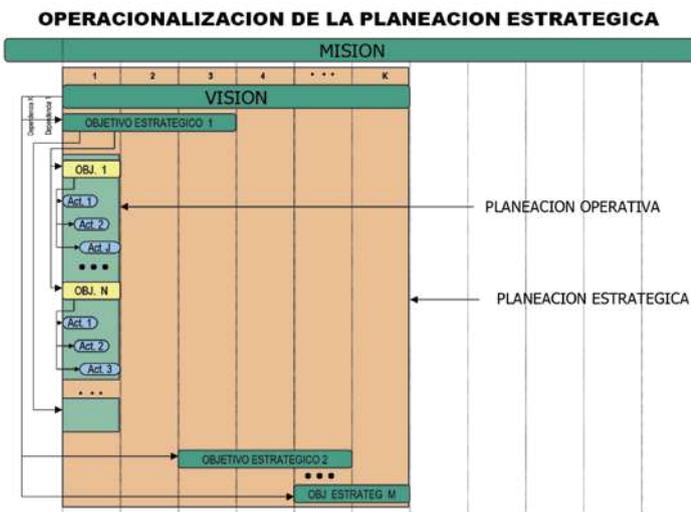


Fuente: elaboración propia (2021)

Ilustración No 3, la misión se materializa para un período de tiempo de H años en una visión, para poder cumplir con la visión ésta se subdivide en objetivos estratégicos, y hasta aquí se ha definido la parte estratégica de la planeación. La planeación operativa comienza cuando los objetivos estratégicos se particionan en objetivos anuales por dependencia, los cuales se subdividen en actividades que se ejecutan durante el año. Para este modelo, las actividades tienen asignadas una meta (cuantificable o no) y pueden ser asignadas a un individuo o a un área.

Finalmente, a las actividades se les pueden hacer seguimientos periódicos acumulados en el año, con lo cual se está midiendo por recurrencia (avanzando hacia arriba en el árbol) el cumplimiento de las actividades, de los objetivos anuales, estratégicos para finalmente generar la medición del cumplimiento de la Visión y Misión.

Cuadro 3. Operacionalización de la planeación estratégica



Fuente: elaboración propia (2021)

Otra manera de entender este modelo es visualizando la ca en la cual se hace operativo el modelo de la planeación estratégica. La misión de una organización se maneja a través del tiempo y se particiona en varias visiones, a su vez cada visión se divide en varios objetivos estratégicos, los cuales se dividen en objetivos anuales desarrollados por las diferentes áreas de la organización. Finalmente, para hacer manejables los objetivos anuales de un área, se dividen en actividades las cuales pueden tener asociadas una meta y un responsable.

## Resultados

### Software de planeación Excel (MIVEYDOAS-BSC)

A continuación, aparecen las pantallas del software MIVEYDOAS el cual es una herramienta informática desarrollada en Excel que permite administrar y desarrollar todo el proceso de planeación estratégica de una organización partiendo de la definición de sus principios corporativos, misión y visión, continuando con el proceso de diagnóstico (PCI: Perfil de Capacidad Interna, POAM: Perfil de oportunidades y amenazas, Análisis de Porter, Matriz BCG y análisis DOFA). Si la empresa es nueva, no se desarrolla la terce-

ra etapa, pero si la empresa existe, y lo que se requiere es un redireccionamiento en el cual se procede a reformular sus principios corporativos, misión y visión y a definir un conjunto de estrategias de direccionamiento (de integración, intensivas, de diversificación, defensivas y propuestas por Michael Porter). Finalmente, con los resultados anteriores se procede con el diligenciamiento del Balanced Scorecard de la organización en el cual se definen las estrategias u objetivos estratégicos por cada perspectiva (Lo que permite construir el mapa estratégico), los planes de acción.

Cuadro 4. Gerencia estratégica

**Gerencia Estrategica / Strategic Management**

**M.I.V.E.Y.D.O.A.S**

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>QUIENES SOMOS?</b>             | <b>LA EMPRESA</b><br>PRINCIPIOS CORPORATIVOS<br>MISION<br>VISION   |
| <b>COMO ESTAMOS HOY?</b>          | DIAGNOSTICO INTERNO (PCI)<br>DIAGNOSTICO EXTERNO (POAM)<br>DOFA RESUMIDA<br>LAS 5 FUERZAS DE PORTER<br>MATRIZ BCG<br>ANALISIS DOFA |
| <b>DONDE QUEREMOS ESTAR?</b>      | PRINCIPIOS CORPORATIVOS<br>MISION<br>VISION<br>ESTRATEGIAS DE DIRECCIONAMIENTO   |
| <b>QUE HAREMOS PARA LOGRARLO?</b> | BALANCED SCORECARD   |

JairoAmaya.com

07/02/2008 11:57

MODELO MIVEYDOAS - BSC (KAPLAN & AMATA) — DERECHOS © JAIRO AMAYA AMATA <http://JairoAmaya.com>

MENU / LA EMPRESA / PRINCIPIOS / VISION / MISION / DIAGNOSTICO-PCI / DIAGNOSTICO-POAM

Fuente: elaboración propia (2021)

En primer lugar, lo que se hace es incluir los datos básicos de la empresa u organización a la cual se le va a desarrollar el plan estratégico. Un plan estratégico siempre se construye para un rango de años, por lo cual aquí se debe incluir el año inicial y el año final para que se calcule el número de años del horizonte a planear.

Cuadro 5. Planeación estratégica

| PLANEACION ESTRATEGICA |                  |                   |   |
|------------------------|------------------|-------------------|---|
| NIT:                   |                  |                   |   |
| RAZON SOCIAL:          | EMPRESA ABCD     |                   |   |
| FECHA:                 | 07/02/2008 11:57 |                   |   |
| AÑO INICIAL            |                  | AÑO FINAL No AÑOS |   |
| HORIZONTE ESTRATEGICO  |                  |                   | 0 |
| LOS ESTRATEGAS         |                  |                   |   |
|                        |                  |                   |   |
|                        |                  |                   |   |
|                        |                  |                   |   |

Fuente: elaboración propia (2021)

En la siguiente hoja de cálculo se definen los valores de la organización y a que grupos de referencia van dirigidos cada uno de ellos.

Cuadro 6. Matriz axiológica

| LA MATRIZ AXIOLOGICA        |  |        |         |          |             |               |                      | Nota: Colocar un 1 en la celda donde considere que el principio es importante para el grupo de referencia. |
|-----------------------------|--|--------|---------|----------|-------------|---------------|----------------------|--|
| PRINCIPIO GRUPO             | SOCIEDAD                                     | ESTADO | FAMILIA | CLIENTES | PROVEEDORES | COLABORADORES | ACCIONISTAS O DUEÑOS |  |
| RESPECTO                    |  |        |         |          |             |               |                      | 0%   |
| RENTABILIDAD                |  |        |         |          |             |               |                      | 0%   |
| HONESTIDAD                  |  |        |         |          |             |               |                      | 0%   |
| RESPONSABILIDAD             |  |        |         |          |             |               |                      | 0%   |
| PRODUCTIVIDAD               |  |        |         |          |             |               |                      | 0%   |
| COMPETITIVIDAD              |  |        |         |          |             |               |                      | 0%   |
| TOTAL                       | 0%   | 0%     | 0%      | 0%       | 0%          | 0%            | 0%                   | 0%   |
| LOS GRUPOS DE REFERENCIA    |  |        |         |          |             |               |                      | Nota: según los resultados defina los principios a seguir con cada grupo de                                |
| SOCIEDAD                    | Responsabilidad social                       |        |         |          |             |               |                      |  |
| ESTADO                      | El pago correcto y oportuno de los impuestos |        |         |          |             |               |                      |  |
| FAMILIA                     |  |        |         |          |             |               |                      |  |
| CLIENTE                     | Negocios transparentes                       |        |         |          |             |               |                      |  |
| PROVEEDOR                   |  |        |         |          |             |               |                      |  |
| COLABORADOR                 | Respeto y participación en las decisiones    |        |         |          |             |               |                      |  |
| ACCIONISTA                  | Generar una rentabilidad justa               |        |         |          |             |               |                      |  |
| LOS PRINCIPIOS CORPORATIVOS |  |        |         |          |             |               |                      | Nota: Enuncie los principios corporativos que deben regir su organización, descríbalos.                    |
|                             |  |        |         |          |             |               |                      |  |
|                             |  |        |         |          |             |               |                      |  |
|                             |  |        |         |          |             |               |                      |  |

Fuente: elaboración propia (2021)

Si se trata de una empresa que apenas nace, entonces se debe definir su visión.

Cuadro 7. Formulación de la visión

| <b>FORMULACION DE LA VISION</b>   |  |                           |  |  |
|---|--|---------------------------|--|--|
| +   |  |                           |  |  |
|   |  | <b>VISION</b>             |  |  |
| <p>La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ser en el futuro. La visión señala el camino que permite a la alta gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo esperado de la organización en el futuro. La Visión debe ser: 1. Formulada para los líderes de la organización. 2. Ser formulada teniendo claramente definido un horizonte de tiempo. 3. Debe ser apoyada y compartida por el grupo gerencial, así como por todos los colaboradores de la empresa. 4. Amplia y detallada 5. Positiva y Alentadora</p> |  |                           |  |  |
|   |  |                           |  |  |
|   |  | <b>Formule su Visión:</b> |  |  |
|   |  |                           |  |  |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

De igual manera, se debe proceder con la definición de su misión según los parámetros de la hoja (Cuadro 8) que aparece a continuación.

**Cuadro 8.** Formulación de la misión

| <b>MISION</b>   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| Debe responder a:   |  |  |  |
| En que negocio estamos?: Cual es el negocio?; Para que existe la empresa? Propósitos; Cuales son los elementos diferenciales?: Aptitud distintiva. Quienes son nuestros clientes?, Cuales son los productos o servicios?, Cuales son los mercados presentes y futuros |  |  |  |
| QUIEN FORMULA LA MISION? La formulación de la misión es responsabilidad de la alta dirección de la empresa o de la unidad estratégica de negocio.   |  |  |  |
| <b>Formule su misión:</b>   |  |  |  |
|   |  |  |  |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Ya entrando en la etapa de diagnóstico se debe proceder con la evaluación del perfil de capacidad interna, que no es otra cosa que la evaluación de las fortalezas y debilidades en cada uno de los factores en los cuales se puede evaluar internamente a una organización como son su capacidad directiva, competitiva, financiera, tecnológica y de talento humano. Para cada una de las capacidades cada factor puede ser evaluado como una fortaleza o como una debilidad (nunca ambas al tiempo). A su vez, la fortaleza o debilidad puede poseerla la organización en un nivel alto, medio o bajo. Mas, sin embargo, independientemente del nivel de la fortaleza o debilidad existe el impacto, que no es otra cosa que el grado en esta afecta a la organización. Con los valores colocados el sistema calcula automáticamente las calificaciones de cada capacidad, aspectos que permiten evaluar automáticamente la capacidad directiva. Es importante tener en cuenta que cada capacidad está asociada a una perspectiva específica del Balanced Scorecard. Por ejemplo, la capacidad directiva está asociada a la perspectiva de procesos internos de la organización.

Cuadro 8. Perfil de capacidad interna

| EMPRESA ABCD   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  | DERECHOS @ JAIRO AMAYA AMATA <a href="http://jairoamaya.com">http://jairoamaya.com</a> |           |         |      |       |           |           |      |      |   |  |
|--|---------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|-----------|---------|------|-------|-----------|-----------|------|------|---|--|
| I. CAPACIDAD DIRECTIVA   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  | FORTALEZA  |           |         |      |       | DEBILIDAD |           |      |      |   |  |
| P<br>R<br>O<br>P<br>O<br>S<br>I<br>T<br>I<br>V<br>A<br>D<br>R<br>E<br>N<br>D<br>O<br>S | DESCRIPCION DE FACTORES   |  |  |  |  |  |  |  |  |  | NIVEL     | IMPACTO | N°1  | NIVEL | IMPACTO   | N°1       |      |      |   |  |
|  | 1                         | Imagen corporativa - responsabilidad social          |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 2                         | Uso de planes estratégicos - análisis estratégico    |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 3                         | Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes      |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 4                         | Flexibilidad de la estructura organizacional         |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 5                         | Comunicación y control gerencial                     |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 6                         | Experiencia y conocimiento de directivos             |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 7                         | Habilidad para atraer y retener gente creativa       |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 8                         | Habilidad para responder a la tecnología cambiante   |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 9                         | Habilidad para manejar las fluctuaciones económicas  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 10                        | Capacidad para enfrentar la competencia              |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 11                        | Sistemas de control eficaces                         |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 12                        | Sistemas de toma de decisiones                       |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 13                        |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
|  | 14                        |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      |       | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
| 15   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           |         |      | Bajo  |           | Alto      | 3    |      |   |  |
| CALIFICACION CAPACIDAD DIRECTIVA   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  | 0%   |           |         |      |       | 13%       |           |      |      |   |  |
| P<br>E<br>R<br>S<br>P<br>E<br>C<br>T<br>I<br>V<br>A                                    | II. CAPACIDAD COMPETITIVA |  |  |  |  |  |  |  |  |  | FORTALEZA |         |      |       |           | DEBILIDAD |      |      |   |  |
|  | DESCRIPCION DE FACTORES   |  |  |  |  |  |  |  |  |  | NIVEL     | IMPACTO | N°1  | NIVEL | IMPACTO   | N°1       |      |      |   |  |
|  | 1                         | Fuerza de producto, calidad, exclusividad            |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 2                         | Lealtad y satisfacción del cliente                   |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 3                         | Participación del mercado                            |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 4                         | Bajos costos de distribución y ventas                |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 5                         | Portafolio de productos                              |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 6                         | Uso del ciclo de vida del producto y de reposición   |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 7                         | Inversión en I&D para desarrollo de nuevos productos |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 8                         | Grandes barreras de entrada en el mercado            |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 9                         | Ventaja del potencial de crecimiento del mercado     |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 10                        | Fortaleza de proveedor(es) y disponibilidad insumos  |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 11                        | Concentración de consumidores                        |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 12                        | Administración de clientes                           |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 13                        | Servicio pos venta                                   |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
| 14   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Bajo      |         | Bajo | 1     | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
| 15   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Bajo      |         | Bajo | 1     | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
| 16   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Bajo      |         | Bajo | 1     | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
| CALIFICACION CAPACIDAD COMPETITIVA   |                           |  |  |  |  |  |  |  |  | 11%  |           |         |      |       | 11%       |           |      |      |   |  |
| P<br>E<br>R<br>S<br>P<br>E<br>C<br>T<br>I<br>V<br>A                                    | III. CAPACIDAD FINANCIERA |  |  |  |  |  |  |  |  |  | FORTALEZA |         |      |       |           | DEBILIDAD |      |      |   |  |
|  | DESCRIPCION DE FACTORES   |  |  |  |  |  |  |  |  |  | NIVEL     | IMPACTO | N°1  | NIVEL | IMPACTO   | N°1       |      |      |   |  |
|  | 1                         | Acceso a capital cuando lo requiere                  |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 2                         | Grado de utilización de capacidad de endeudamiento   |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 3                         | Rentabilidad, retorno de la inversión                |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 4                         | Liquidez, disponibilidad de fondos internos          |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 5                         | Habilidad para competir con precios                  |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 6                         | Inversión de capital para satisfacer la demanda      |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 7                         | Estabilidad de costos                                |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
|  | 8                         |  |  |  |  |  |  |  |  |  |           | Bajo    |      | Bajo  | 1         | Bajo      |      | Bajo | 1 |  |
| 9  |                           |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Bajo      |         | Bajo | 1     | Bajo      |           | Bajo | 1    |   |  |
| CALIFICACION CAPACIDAD FINANCIERA  |                           |  |  |  |  |  |  |  |  | 11%  |           |         |      |       | 11%       |           |      |      |   |  |

Cuadro 8. Perfil de capacidad interna (continuación)

| P<br>R<br>O<br>C<br>E<br>S<br>O<br>S      | IV. CAPACIDAD TECNOLÓGICA                           |                                    |      | FORTALEZA  |         |      | DEBILIDAD  |         |    |
|---|---|------------------------------------|------|------------|---------|------|------------|---------|----|
|   | DESCRIPCIÓN DE FACTORES                             |                                    |      | NIVEL      | IMPACTO | N°   | NIVEL      | IMPACTO | N° |
|   | 1   | Habilidad técnica y de manufactura | Bajo | Bajo       | 1       | Bajo | Bajo       | 1       |    |
| 2   | Capacidad de innovación                             | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 3   | Nivel de tecnología utilizado en los productos      | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 4   | Fuerza de patentes y procesos                       | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 5   | Efectividad de la producción y programas de entrega | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 6   | Valor agregado al producto                          | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 7   | Intensidad de mano de obra en el producto           | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 8   | Economía de escala                                  | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 9   | Nivel tecnológico                                   | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 10  | Aplicación de tecnologías informáticas              | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 11  |   | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| 12  |   | Bajo                               | Bajo | 1          | Bajo    | Bajo | 1          |         |    |
| <b>CALIFICACION CAPACIDAD TECNOLÓGICA</b> |   |                                    |      | <b>11%</b> |         |      | <b>11%</b> |         |    |

Fuente: elaboración propia (2021)

En el perfil de capacidad externa o perfil de oportunidades y amenazas del medio se califica el nivel de oportunidad y fortaleza de cada una de las variables correspondiente a los factores externos a la organización como son: factores económicos, políticos, sociales, tecnológicos y geográficos. Cabe anotar, también que aquí se evalúa el nivel y el impacto de cada variable para que el sistema califique automáticamente la fortaleza y/o debilidad década factor.

Cuadro 9. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

| POAM: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO |   |           |         |   |           |         |            |  |  |
|--|---|-----------|---------|---|-----------|---------|------------|--|--|
| EMPRESA ABCD                                       |   |           |         | @ JAIRO AMAYA AMAYA <a href="http://JairoAmaya.com">http://JairoAmaya.com</a> |           |         |            |  |  |
| I. FACTORES ECONOMICOS                             |   | FORTALEZA |         |   | DEBILIDAD |         |            |  |  |
| DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO                        |   | NIVEL     | IMPACTO | N°  | NIVEL     | IMPACTO | N°         |  |  |
| 1  | Los acuerdos de libre comercio          | Medio     | Medio   | 4   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 2  | La tasa de cambio                       | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 3  | Los incentivos gubernamentales          | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 4  | Las tasas de interés                    | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 5  | El problema fiscal del país             | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 6  | La política fiscal y los impuestos      | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 7  | La política cambiaria                   | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 8  | La política laboral                     | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 9  | La inflación                            | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 10   | La competencia global desigual          | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 11   | Dependencia de los costos del petróleo  | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 12   | Los subsidios de otros países al sector | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 13   | La inestabilidad del sector             | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 14   |   | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 15   |   | Bajo      | Bajo    | 1   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| 16   |   | Bajo      | Alto    | 3   | Bajo      | Bajo    | 1          |  |  |
| <b>CALIFICACION FACTORES ECONOMICOS</b>            |   |           |         | <b>15%</b>  |           |         | <b>11%</b> |  |  |
| PUNTOS: 3 (Alto), 2 (Medio), 1 (Bajo)              |   |           |         |   |           |         |            |  |  |

Cuadro 9. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (Continuación)

| II. FACTORES POLITICOS                        |            |         |     |            |         |     |
|---|------------|---------|-----|------------|---------|-----|
| DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO                   | FORTALEZA  |         |     | DEBILIDAD  |         |     |
|   | NIVEL      | IMPACTO | N°1 | NIVEL      | IMPACTO | N°1 |
| 1 Política del País                           | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 2 La política de seguridad del estado         | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 3 Manejo de la clase política                 | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 4 La participación ciudadana                  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 5 Los acuerdos de comercio internacionales    | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 6 La coordinación de lo económico y lo social | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 7 Las costumbres políticas del país           | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 8 La credibilidad en las instituciones        | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 9 Incentivos a la pequeña y mediana           | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 10  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 11  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| <b>CALIFICACION FACTORES POLITICOS</b>        | <b>11%</b> |         |     | <b>11%</b> |         |     |

| III. FACTORES SOCIALES                    |            |         |     |            |         |     |
|---|------------|---------|-----|------------|---------|-----|
| DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO               | FORTALEZA  |         |     | DEBILIDAD  |         |     |
|   | NIVEL      | IMPACTO | N°1 | NIVEL      | IMPACTO | N°1 |
| 1 El desempleo                            | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 2 Las reformas a la seguridad social      | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 3 El desplazamiento                       | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 4 La violencia                            | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 5 El nivel de educación de la sociedad    | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 6 Aumento de la inversión en seguridad    | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 7 El índice de inseguridad y delincuencia | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 8 El sistema educativo                    | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 9 La crisis de valores de la sociedad     | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 10  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 11  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| <b>CALIFICACION FACTORES SOCIALES</b>     | <b>11%</b> |         |     | <b>11%</b> |         |     |

| IV. FACTORES TECNOLOGICOS                 |            |         |     |            |         |     |
|---|------------|---------|-----|------------|---------|-----|
| DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO               | FORTALEZA  |         |     | DEBILIDAD  |         |     |
|   | NIVEL      | IMPACTO | N°1 | NIVEL      | IMPACTO | N°1 |
| 1 Telecomunicaciones                      | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 2 Internet y el comercio electrónico      | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 3 Facilidad de acceso a la tecnología     | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 4 Globalización de la información         | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 5 Nuevas tecnologías industriales         | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 6 La velocidad del desarrollo tecnológico | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 7 Las investigaciones                     | Medio      | Bajo    | 2   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 8 La resistencia al cambio tecnológico    | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 9 Nuevas tecnologías informáticas         | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 10 Flexibilidad en la producción          | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 11  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 12  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| <b>CALIFICACION FACTORES TECNOLOGICOS</b> | <b>12%</b> |         |     | <b>11%</b> |         |     |

| V. FACTORES GEOGRAFICOS                    |            |         |     |            |         |     |
|--|------------|---------|-----|------------|---------|-----|
| DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO                | FORTALEZA  |         |     | DEBILIDAD  |         |     |
|  | NIVEL      | IMPACTO | N°1 | NIVEL      | IMPACTO | N°1 |
| 1 Dificultad de transporte aéreo-terrestre | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 2 Las calidad de las vías de acceso        | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 3 Las condiciones climáticas y ambientales | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| 4  | Bajo       | Bajo    | 1   | Bajo       | Bajo    | 1   |
| <b>CALIFICACION FACTORES GEOGRAFICOS</b>   | <b>11%</b> |         |     | <b>11%</b> |         |     |

Fuente: elaboración propia (2021)

Los factores evaluados tanto en el perfil de capacidad interna, como en el perfil de oportunidades y amenazas se resumen en la hoja denominada DOFA RESUMIDA. El sistema evalúa automáticamente el nivel de fortaleza y el nivel de oportunidad de la organización. Si los resultados son negativos se estará hablando de nivel de debilidad y nivel de amenaza de la organización.

Cuadro 10. Perfil de Capacidad Interna

| <b>PCI: PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA</b>          |                    |                  |
|--|--------------------|------------------|
| 07/02/2008 15:22                                 |                    |                  |
|  | <b>FORTALEZA</b>   | <b>DEBILIDAD</b> |
| I. CAPACIDAD DIRECTIVA                           | 0%                 | 13%              |
| II. CAPACIDAD COMPETITIVA                        | 11%                | 11%              |
| III. CAPACIDAD FINANCIERA                        | 11%                | 11%              |
| IV. CAPACIDAD TECNOLÓGICA                        | 11%                | 11%              |
| V. CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO                  | 14%                | 11%              |
|  | <b>9%</b>          | <b>11%</b>       |
| <b>NIVEL DE FORTALEZA DE LA ORGANIZACION</b>     |                    | <b>-2%</b>       |
| <b>POAM: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</b>  |                    |                  |
|  | <b>OPORTUNIDAD</b> | <b>AMENAZA</b>   |
| I. FACTORES ECONOMICOS                           | 15%                | 11%              |
| II. FACTORES POLITICOS                           | 11%                | 11%              |
| III. FACTORES SOCIALES                           | 11%                | 11%              |
| IV. FACTORES TECNOLÓGICOS                        | 12%                | 11%              |
| V. FACTORES GEOGRAFICOS                          | 11%                | 11%              |
|  | <b>12%</b>         | <b>11%</b>       |
| <b>NIVEL DE OPORTUNIDADES DE LA ORGANIZACION</b> |                    | <b>1%</b>        |

Otro elemento de juicio que contribuye a definir el diagnóstico de una organización es el diagnóstico según las cinco fuerzas que afectan a la organización según Michael Porter.

Fuente: elaboración propia (2021)

Cuadro 11. Diagnóstico Estratégico

| DIAGNOSTICO ESTRATEGICO SEGÚN MICHAEL PORTER                              |                            |
|---|----------------------------|
| EMPRESA ABCD  |                            |
| DIAGNOSTICO ESTRATEGICO DE LA COMPAÑIA SEGUN EL ENFOQUE DE MICHAEL PORTER |                            |
| LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER                                       | DIAGNOSTICO DE LA COMPAÑIA |
| 1 La Amenaza de entrada de nuevos competidores                            |                            |
| 2 La rivalidad entre los competidores                                     |                            |
| 3 El Poder de negociación de los proveedores                              |                            |
| 4 El Poder de negociación de los compradores                              |                            |
| 5 La Amenaza de ingreso de productos sustitutos                           |                            |

También es importante definir dentro del diagnóstico el portafolio de productos y servicios que ofrece la compañía, ubicándolos en cada cuadrante según la matriz del Boston Consulting Group.

Fuente: elaboración propia (2021)

Cuadro 12. Matriz del Boston Consulting Group

| MATRIZ Boston Consulting Group   |                     |   |                      |
|--|---------------------|---|----------------------|
| EMPRESA ABCD   |                     |   |                      |
|  |                     |   | 07/02/2008 15:22     |
| <b>E</b>   | <b>ESTRELLAS</b>    | <b>?</b>  | <b>INTERROGANTES</b> |
| 1 - Alta participación en el mercado<br>2 - Mercados creciendo rápidamente<br>3 - Se necesita mucho efectivo para financiar el crecimiento<br>4 - Utilidades significativas  |                     | 1 - Baja participación en el mercado<br>2 - Mercados creciendo rápidamente<br>3 - Se necesita mucho efectivo para financiar el crecimiento<br>4 - Debe evaluar seguir invirtiendo en el negocio |                      |
| <b>V</b>   | <b>VACA LECHERA</b> | <b>P</b>  | <b>PERRO</b>         |
| 1- Alta participación en el mercado<br>2- Mercados de crecimiento lento<br>3- Generan más efectivo del que necesitan para su crecimiento<br>4- Pueden usarse para desarrollar otros negocios<br>5- Utilidades significativas |                     | 1- Baja participación en el mercado<br>2- Mercados de crecimiento lento<br>3- Pueden generar pocas utilidades o pérdidas<br>4- Deben reestructurarse o eliminarse estos negocios                |                      |

Fuente: elaboración propia (2021)

Una vez finalizada la etapa de diagnóstico de una organización, el siguiente paso para una empresa que ya existe o que no es nueva es el redireccionamiento estratégico. Si se desea se pueden reformular los valores, la misión y la visión (Cuadro 13).

Cuadro 13. Reformulación de la matriz axiológica

| <b>RE-FORMULACION DE LA MATRIZ AXIOLÓGICA</b>  |  |        |         |          |             |               |                      |
|--|--|--------|---------|----------|-------------|---------------|----------------------|
| Nota: Colocar un 1 en la celda donde considere que el principio es importante para el grupo de referencia. |  |        |         |          |             |               |                      |
| PRINCIPIO GRUPO  | SOCIEDAD                                     | ESTADO | FAMILIA | CLIENTES | PROVEEDORES | COLABORADORES | ACCIONISTAS O DUEÑOS |
| RESPECTO   |  |        |         |          |             |               | 0%                   |
| RENTABILIDAD   |  |        |         |          |             |               | 0%                   |
| HONESTIDAD   |  |        |         |          |             |               | 0%                   |
| RESPONSABILIDAD  |  |        |         |          |             |               | 0%                   |
| PRODUCTIVIDAD  |  |        |         |          |             |               | 0%                   |
| COMPETITIVIDAD   |  |        |         |          |             |               | 0%                   |
| TOTAL  | 0%   | 0%     | 0%      | 0%       | 0%          | 0%            | 0%                   |
| <b>LOS GRUPOS DE REFERENCIA</b>  |  |        |         |          |             |               |                      |
| Nota: según los resultados defina los principios a seguir con cada grupo de                                |  |        |         |          |             |               |                      |
| SOCIEDAD   | Responsabilidad social                       |        |         |          |             |               |                      |
| ESTADO   | El pago correcto y oportuno de los impuestos |        |         |          |             |               |                      |
| FAMILIA  |  |        |         |          |             |               |                      |
| CLIENTE  | Negocios transparentes                       |        |         |          |             |               |                      |
| PROVEEDOR  |  |        |         |          |             |               |                      |
| COLABORADOR  | Respeto y participación en las decisiones    |        |         |          |             |               |                      |
| ACCIONISTA   | Generar una rentabilidad justa               |        |         |          |             |               |                      |
| <b>LOS PRINCIPIOS CORPORATIVOS</b>   |  |        |         |          |             |               |                      |
| Nota: Enuncie los principios corporativos que deben regir su organización, descríbalos.                    |  |        |         |          |             |               |                      |
|  |  |        |         |          |             |               |                      |
|  |  |        |         |          |             |               |                      |

| <b>RE-FORMULACION DE LA MISION</b>  |  |
|---|--|
| <b>MISION</b>   |  |
| Debe responder a:   |  |
| En que negocio estamos?: Cual es el negocio?; Para que existe la empresa? Propósitos; Cuales son los elementos diferenciales?; Aptitud distintiva. Quienes son nuestros clientes?; Cuales son los productos o servicios?; Cuales son los mercados presentes y futuros |  |
| QUIEN FORMULA LA MISION? La formulación de la misión es responsabilidad de la alta dirección de la empresa o de la unidad estratégica de negocio.   |  |
| <b>Formulé su misión:</b>   |  |
|   |  |

**Cuadro 13.** Reformulación de la matriz axiológica (Continuación)

| <b>RE-FORMULACION DE LA VISION</b>  |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>VISION</b>   |  |  |  |
| <p>La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ser en el futuro. La visión señala el camino que permite ala alta gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo esperado de la organización en el futuro. La Visión debe ser: 1. Formulada por los líderes de la organización. 2. Ser formulada teniendo claramente definido un horizonte de tiempo. 3. Debe ser apoyada y compartida por el grupo gerencial, así como por todos los colaboradores de la empresa. 4. Amplia y detallada 5. Positiva y Alentadora</p> |  |  |  |
| <b>Formule su Visión:</b>   |  |  |  |
| <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%;"></div>   |  |  |  |

Fuente: elaboración propia (2021)

Con base en los resultados del diagnóstico PCI y el diagnóstico POAM haga lo siguiente: 1) Incluya en las respectivas celdas las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que considere más relevantes. 2) Cruce las Fortalezas con las Oportunidades para construir las estrategias de Ataque, Las Fortalezas con las Amenazas para construir las estrategias defensivas, las Debilidades con las Oportunidades para construir las estrategias de Refuerzo y las Debilidades con las Amenazas para construir las estrategias de retirada. 3) Tenga en cuenta que es posible que haya fortalezas o debilidades que no tengan cruce con oportunidad o amenaza alguna para generar estrategias (Cuadro 14. Reformulación de la matriz axiológica).

Teniendo en cuenta los resultados del análisis DOFA, y los diferentes tipos de estrategia planteados en este cuadro, trate de ubicar las descripciones de las estrategias resultantes del análisis DOFA en la respectiva celda. Si hay estrategias del análisis DOFA que no correspondan a ningún tipo, por favor inclúyalas al final.

Cuadro 14. Matriz DOFA

|              |                         | DOFA: HOJA DE TRABAJO<br>EMPRESA ABCD |                             |
|--------------|-------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|
|              |                         | O OPORTUNIDADES                       | A AMENAZAS                  |
| F FORTALEZAS | ESTRATEGIAS FO (Ataque) |                                       | ESTRATEGIAS FA (Defensivas) |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |
|              |                         |                                       |                             |

Fuente: elaboración propia (2021)

Cuadro 14. Definición de estrategias de la organización

| DEFINICION DE ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACION<br>EMPRESA ABCD  |                   |  |
|---|-------------------|--|
| INSTRUCCIONES: Teniendo en cuenta los resultados del análisis DOFA, y los diferentes tipos de estrategia planeados en este cuadro, trate de ubicar las descripciones de las estrategias resultantes del análisis dofa en la respectiva celda. Si hay estrategias del análisis DOFA que no correspondan a ningún tipo, por favor indícalas al final. |                   |  |
| TIPO  | NOMBRE            | EXPLICACION  |
| INTEGRACION   | HACIA DELANTE     | Aumentar el control sobre distribuidores y detallistas                           |
|   | HACIA ATRAS       | Aumentar el control sobre proveedores o adquirir su dominio                      |
|   | HORIZONTAL        | Adquirir el dñminio o acciones de los competidores                               |
| INTENSIVAS  | PENETRACION       | Aumentar la participación en el mercado actual con los productos actuales        |
|   | DILLO DE MERCADO  | Introducir productos y servicios actuales en otras zonas geográficas             |
|   | DILLO DE PRODUCTO | Incrementar las ventas mediante mejoras de productos y servicios                 |
| DIVERSIFICACION   | CONCENTRICA       | Adición de productos y servicios nuevos pero relacionados con los actuales       |
|   | HORIZONTAL        | Adición de productos y servicios no relacionados para clientes actuales          |
|   | CONGLOMERADA      | Adición de productos y servicios nuevos no relacionados comprando otras empresas |

Fuente: elaboración propia (2021)

Con base en todos los análisis anteriores se debe definir la Misión, Visión, Valores y políticas que asumirá la compañía durante el horizonte estratégico

**Cuadro 14. Políticas**

|                              |               |                |
|------------------------------|---------------|----------------|
| <b>NOMBRE DE LA COMPANIA</b> |               |                |
| <b>MISION</b>                | <b>VISION</b> | <b>VALORES</b> |
|                              |               |                |
| <b>POLITICAS</b>             |               |                |
|                              |               |                |
|                              |               |                |
|                              |               |                |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Aquí se deben transferir las estrategias descritas y/o definidas en el cuadro de definición de estrategias de la organización a la celda que corresponda según la perspectiva del Balanced Scorecard.

Finalmente, para que la planeación estratégica sea completa es necesario definir planes de acción para que el cumplimiento de los objetivos anteriormente planteados sea una realidad. Para ello, se pueden definir una o varias actividades por cada objetivo, indicando el responsable, la fecha de inicio y la fecha de finalización, así como los indicadores requeridos. Todo teniendo en cuenta que cada indicador debe tener su hoja de vida.



aplicar el principio *Ceteris Paribus* para explicar un fenómeno tan complejo como lo es el entorno económico de las organizaciones, se puede demostrar que las organizaciones de un país sin una planeación estratégica bien elaborada y evaluada lograrán a mediano y largo el fracaso económico que influirá en toda la sociedad.

## Referencias

- Amaya Amaya, Jairo (2003) *Sistemas de Información*, ISBN 958-97305-3-1, SYC Editorial Ltda.
- Amaya Amaya, Jairo (2007). *Gerencia: Planeación & Estrategia*, ISBN 958-97305-3-1, SYC Publiarte.
- Ansoff y Hayes R L. (1983). *Introducción: el planeamiento estratégico*. Trillas, México.
- Bueno Campos, E. (1996). *Dirección estratégica de la empresa: metodología, técnicas y casos*. 5ª Ed. Pirámide, Madrid.
- Carl W. S. y George Stalk Jr. (2002). *The Boston Consulting Group. Ideas Sobre Estrategia*. Ediciones Deusto.
- Certo, Samuel C. y Peter, J. Paul (1997). *Dirección Estratégica*. Tercera Edición. España, Editorial McGraw Hill/Interamericana,
- David, Fred R. (2003,). *Conceptos de Administración Estratégica*. 9ª Edición Pearson Educación.
- Godet, M. (2000) *La Caja de Herramientas de la Prospectiva Estratégica*. GERPA, cuarta edición actualizada. París.
- Kaplan RS y Norton DP. (1996). *The Balanced Scorecard* Cambridge Ma: Harvard Business School Press.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary (2005). *Marketing*, Octava edición adaptada para Latinoamérica.
- Michael E. Porter (1980) *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, ISBN 0743260880, Free Press.
- Michael E. Porter (1990). *Competitive Advantage*, ISBN 0743260872, Free Press.
- Serna Gómez, Humberto. (1994). *Planeación y Gestión Estratégica*, ISBN 958-653-0858-X, Editorial Legis.

## **Factores sociales que inciden en la dinámica del comercio fronterizo de Maicao – Colombia**

**Ana Rita Villa Navas**

Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Psicóloga Social. Especialista en Conciliación, Resolución de Conflictos. Docente Ocasional de la Universidad de la Guajira. Investigador Junior. Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0003-2761-2448>. Correo: [anarita@uniguajira.edu.co](mailto:anarita@uniguajira.edu.co)

**Clara Judith Brito Carrillo**

Trabajadora Social. Especialista en Gerencia Social. Magíster en Desarrollo y Gestión de Empresas Sociales. Docente de Planta de la Universidad de la Guajira. Investigadora Asociada y Líder Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0001-8788-7326>, [clarabrito@uniguajira.edu.co](mailto:clarabrito@uniguajira.edu.co)

**Elvis Eliana pinto Aragón**

Trabajadora social. Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Trabajadora Social. Docente de Planta de la Universidad de la Guajira. Grupo ENCI. <https://orcid.org/0000-0002-5554-1563>. Correo: [epinto@uniguajira.edu.co](mailto:epinto@uniguajira.edu.co)

**Loreley Patricia Mejía González**

Trabajadora Social. Magíster en Desarrollo y Gestión de Empresas Sociales. Docente de Planta de la Universidad de la Guajira. Correo: [lpmejia@uniguajira.edu.co](mailto:lpmejia@uniguajira.edu.co)

**Bertha Cristina Orozco Daza**

Trabajadora Social. Especialista en Derechos Humanos. Doctora. en Ciencia mención Gerencia. Docente de la Universidad de la Guajira Colombia, [borozco@uniguajira.edu.co](mailto:borozco@uniguajira.edu.co)

## Resumen

El análisis de los factores sociales contribuye al empoderamiento de los actores locales al momento de recuperar el crecimiento económico del comercio del Municipio de Maicao, ciudad que durante varias décadas ha impulsado la productividad económica de la región, convertido históricamente en el principal empleador de una población multicultural fortalecida en la resiliencia ante los cambios acelerados por el movimiento fronterizo. El estudio se fundamentó teóricamente por autores como Barrientos Ramírez & Tabares (2012) Tabares Anzolina & Estrada (2014), Silva. De Mello & Romero (2018pp87) entre otros. El enfoque metodológico fue descriptivo de campo, se obtuvo una muestra de 323 comerciantes. Los resultados determinan que la sociedad de del Municipio de Maicao se encuentra afectada por el cierre de la frontera, las consecuencias de las exigencias excedidas en las políticas y normas aduaneras, el impacto de la migración de venezolanos, el desempleo, la pobreza, el abandono así, los habitantes a través la participación ciudadana se empoderan involucrándose en nuevos procesos y prácticas comerciales, lo cual permite fortalecer el conocimiento, la confianza de una ciudadanía informada en función de las directrices internacional, nacional, departamental y local, destacando el deseo de igualdad, el bienestar y desarrollo de los habitantes de la región.

**Palabras clave:** factores sociales. comercio, multicultural. resiliencia. cooperación

## *Social factors that affect the dynamics of border trade in Maicao – Colombia*

### Abstract

The analysis of social factors contributes to the empowerment of local actors at the time of recovering the economic growth of commerce in the Municipality of Maicao, a city that for several decades has boosted the economic productivity of the region, historically become the main employer of a population multicultural strengthened in resilience to the changes accelerated by the border movement. Authors such as Barrientos Ramírez & Tabares (2012) Tabares Anzolina & Estrada (2014), Silva

De Mello & Romero (2018pp87) among others, theoretically supported the study. The methodological approach was descriptive in the field; a sample of 323 merchants was obtained. The results determine that the society of the Municipality of Maicao is affected by the closure of the border, the consequences of the demands exceeded in customs policies and regulations, the impact of the migration of Venezuelans, unemployment, poverty, abandonment. Thus, the inhabitants through citizen participation are empowered by getting involved in new business processes and practices, which allows strengthening the knowledge and trust of an informed citizenry based on international, national, departmental and local guidelines, highlighting the desire for equality, the well-being and development of the inhabitants of the region

**Keywords:** social factors. commerce, multicultural. resilience cooperation

## Introducción

El Municipio de Maicao zona fronteriza Colombiana, localizada en la media Guajira, en la cordillera oriental a 76 kilómetros de la capital Riohacha con una población de grupos étnicos, afrocolombianos, raizales y rom, el área geográfica costera, facilita el comercio con los países de Centro América, las Antillas, Estados Unidos, Europa, en actualidad los fenómenos, normativos, políticos, laborales e inseguridad dan lugar al desplazamiento de los comerciantes hacia otras ciudades ante la falta de ingresos diferente al comercio para el sustento diario de las familias. En tiempos de incertidumbre se multiplican las miradas hasta encontrar el modo de gestionar la esperanza conectada con la idiosincrasia e incluso con el cumulo de voluntades de fuerza creadora, involucrando propuestas y proyectos colectivos en función de mejores resultados para la práctica comercial. Es decir, los ojos de la acción están en las decisiones orientadas al sistema económico, el cual contiene elementos cognoscitivos, de creencias para explicar la realidad observable y los parámetros normativos incluidos en el sistema de valores, pertinentes para establecer las líneas de conducta de proyección humana.

Al respecto, Silva De Mello & Romero (2018pp87), sostienen que el cambio social y la participación política son consideradas campos de producción de conocimiento desde una perspectiva interdisciplinaria, enfocando las relaciones que históricamente han presidido los lazos

sociales, económicos, culturales, ambientales y las repercusiones en la vida de los individuos, las organizaciones sociales, el poder y los procesos llenos de contradicciones, indican la importancia de fortalecer el conocimiento, el trabajo y la reflexión implicadas en las problemáticas del cambio social. Más aun, se trata de un esfuerzo organizado dirigido por la sociedad buscando modificar u abandonar las ideas negativas, en respuesta a la mediación de las relaciones internacionales, al deterioro económico y persuadir por actitudes, prácticas, conductas de fe en la esencia humana, una estrategia de pensamiento colectivo desde lo local, con aspiraciones comerciales, nacionales e internacionales.

## Desarrollo

El presente trabajo es producto de la investigación: Impacto socioeconómico de la moneda venezolana en el comercio del Municipio de Mai-cao La Guajira, considerando el comercio según las Naciones Unidas (2013pp2), como una tarea a través de cadenas de valor mundial que ha brindado a los países en desarrollo la oportunidad de generar empleos altamente productivos, incluyendo a las mujeres. Quienes pueden ser calificados trabajadores informales, para la OIT (2002), se trata del conjunto de personas ocupadas que pertenecen a la clase baja, empleados de pequeña escala u de actividades emprendimiento familiar con tecnologías poco productivas, un fenómeno multidimensional que implica la existencia de interacciones entre la economía formal e informal con visión de dirimir la privación extrema de bienestar y proporcionar el acceso adecuado a bienes materiales vivienda, educación, incluyendo el factor de prevención de eventos que puedan afectar la salud mental, física y espiritual de la población.

Frente al tema, Barrientos Ramírez & Tabares (2012), explican la composición sectorial y geográfica de la producción, el gasto público social, la tasa de desempleo, la desigualdad en la distribución de los ingresos afecta la pobreza. La estrategia parte de construir un panel de datos con efecto fijo por departamento, el cual relaciona diferentes medidas de pobreza con el crecimiento económico, medido a través del PIB desagregado por sectores, primario, secundario y terciario, Los resultados verifican que el desempleo y la desigualdad incrementan la pobreza, pero que el gasto social en el largo plazo puede reducirlas.

Por otro lado, la movilidad humana en zonas fronterizas puede dividirse en tres momentos básicos: (1) la entrada a Colombia, (2) la permanencia en Colombia y (3) la salida al exterior, así, el informe de la defensoría del pueblo en Colombia (2017, Pág. 33), afirma que en cada uno de estos momentos el Estado tiene el deber de asegurar los derechos de toda persona que se encuentre bajo su jurisdicción, independientemente de su nacionalidad u estatus migratorio más aun, la inclusión social adquiere el carácter de norma imperativa del derecho internacional.

Ahora bien, la solución al problema de la migración laboral es complejo, se requiere de política económica conjunta, de acuerdo a las características de la sociedad de frontera, desde el impulso de las estrategias que agrupe los factores involucrados en el fenómeno social : tal es el caso de la disminución de la pobreza, oportunidades de ingresos para todos, satisfacción de las necesidades básicas de los trabajadores, colaboración binacional, la cooperación entre los municipios, mayor vigilancia y control por parte de las autoridades, mejora de los niveles de competitividad, ampliación de los mercados de exportación y de la oferta comercial a nivel nacional e internacional.

Al respecto, Tabares Anzolina & Estrada (2014), manifiestan los programas de cooperación son mecanismos alternativos para la resolución de problemas aunados a fines económicos, delineados dentro de los objetivos del desarrollo sostenible, erradicar la pobreza extrema y el hambre, mediante la creación de programas atractivos que contribuyan a activar el comercio y generar empleo, impulsados por instituciones nacionales e internacionales de manera eficiente para atraer flujos económicos. Es decir, una aspiración de la sociedad fronteriza el logro de la paz sostenible, con más transferencia de conocimientos, innovación, mayores beneficios en la tarifa de impuestos para crear empleos, condiciones sociales, políticas, ambientales y culturales inclusivas, justas, dirigidos por un enfoque transversal de acción, beneficios y conscientes del compromiso como agentes de cambio para impulsar la actividad comercial en el territorio.

En este sentido, Cubillos & Navas (2000, Pág. 15), el éxito y la rentabilidad de la inversión doméstica en determinado sector de la economía se convierten en una señal para otros inversionistas extranjeros. Es decir, crea un círculo económico que aporta al desarrollo productivo de la región, estableciendo una conexión entre garantizar el flujo del talento humano, los servicios públicos eficientes e inversión y tecnología.

## Método

En el marco metodológico, parte del enfoque descriptivo de acuerdo con (Hernández R.; Fernández y Baptista, 2010), son aquellos dirigidos a describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual de la variable investigada. También fue Transeccional se realizó en un solo momento. No experimental de campo Palella y Martins (2012), sin manipular en forma deliberada la variable. A través del programa STAPS, se obtuvo una muestra de 323 comerciantes mientras, la validación de contenido consistió en la revisión por parte de tres (3) expertos en el tema de estudio. Las técnicas de trabajo fueron la observación, la entrevista y un censo a través de un instrumento con 31 preguntas para la dimensión social con escala de Likert y cinco alternativas de respuesta, para cada una de las preguntas, aplicado en varias sesiones de trabajo y diligenciado por los investigadores. La confiabilidad se calculó por medio del coeficiente Alfa de Crombach.

## Resultados

Luego de realizar el proceso de recolección y tabulación fue necesaria la organización y análisis de los datos, los cuales permitieron dar respuestas los objetivos de investigación. A continuación, se presentan los resultados correspondientes a los indicadores e ítem y las respuestas dadas por la población, descritos en tablas, coherentes con el objetivo, atendiendo a lo estipulado en los parámetros de calificación diseñados para la variable dimensiones e indicadores.

### Objetivo específico: identificar la situación socioeconómica actual del comercio en el municipio de Maicao - La Guajira

Dimensión: social y Subdimensión: laboral

Tabla 1. Indicador: Fuente de empleo

| No. | Frecuencia |    |    |     |     | Muestra<br>Personas | Ítem/Promedio |    |    |    |    | Total<br>% |
|-----|------------|----|----|-----|-----|---------------------|---------------|----|----|----|----|------------|
|     | S          | CS | AV | CN  | N   |                     | S             | CS | AV | CN | N  |            |
| 1   | 20         | 15 | 47 | 118 | 123 | 323                 | 6             | 5  | 14 | 37 | 38 | 100        |
| 2   | 130        | 80 | 66 | 32  | 15  | 323                 | 40            | 25 | 20 | 10 | 5  | 100        |

Fuente: elaboración propia (2021)

Ítems 1: ¿ El comercio actual le ofrece posibilidades de ingresos para satisfacer sus necesidades nunca 38%. Ítems 2. ¿Necesita otra fuente de ingresos diferente al comercio? siempre 40%,

**Tabla 2.** Indicador: Migración

| No. | Frecuencia |     |     |    | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |    | Total |    |     |
|-----|------------|-----|-----|----|---------|---------------|----|----|----|-------|----|-----|
|     | S          | CS  | AV  | CN |         | No.           | S  | CS | AV |       | CN | No. |
| 3   | 110        | 114 | 55  | 26 | 18      | 323           | 34 | 8  | 17 | 35    | 6  | 100 |
| 4   | 128        | 114 | 59  | 15 | 7       | 323           | 40 | 35 | 18 | 5     | 2  | 100 |
| 5   | 58         | 66  | 105 | 55 | 39      | 323           | 18 | 20 | 33 | 17    | 12 | 100 |

Fuente: elaboración propia (2021)

Ítems 3. ¿Los controles de Migración Colombia, son eficientes para frenar el flujo de población venezolana? Casi nunca 35%, Ítems 4. ¿Los vendedores venezolanos les disminuyen las posibilidades ingresos a los comerciantes Maicaeros? Siempre 40%, Ítems 5. ¿Cree que la falta de fuentes de empleo obliga a los residentes a emigrar a diferentes ciudades del país? A veces 33%

**Tabla 3.** Indicador: Oportunidad

| No. | Frecuencia |     |    |     | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |    | Total |    |     |
|-----|------------|-----|----|-----|---------|---------------|----|----|----|-------|----|-----|
|     | S          | CS  | AV | CN  |         | No.           | S  | CS | AV |       | CN | No. |
| 6   | 10         | 10  | 19 | 130 | 154     | 323           | 3  | 3  | 6  | 40    | 48 | 100 |
| 7   | 150        | 115 | 32 | 22  | 4       | 323           | 46 | 36 | 10 | 7     | 1  | 100 |
| 8   | 190        | 90  | 33 | 10  | 0       | 323           | 59 | 28 | 10 | 3     | 0  | 100 |
| 9   | 168        | 99  | 43 | 8   | 6       | 323           | 52 | 31 | 13 | 2     | 2  | 100 |

Fuente: elaboración propia (2021)

Ítems 6. ¿Existe una asociación gubernamental que ayude a los comerciantes y grupos vulnerables del comercio de Maicao? Nunca 48%. Ítems 7 ¿La Universidad de La Guajira le ofrece oportunidad de educar a toda su familia? Siempre 46%, Ítems 8. ¿Cree que la Educación Superior le permite aportar a la solución de la problemática de los jóvenes y de la región? Siempre 59% Ítems 9. ¿Necesita ayuda económica para sostener a sus hijos en la escuela? Siempre 52%,

**Subdimensión: Calidad de vida**

**Tabla 4.** Indicador: Atención en salud

| No. | Frecuencia |     |    |    |     | Muestra | Ítem / Promedio |    |    |    |     | Total |
|-----|------------|-----|----|----|-----|---------|-----------------|----|----|----|-----|-------|
|     | S          | CS  | AV | CN | No. |         | S               | CS | AV | CN | No. |       |
| 10  | 166        | 91  | 34 | 32 | 0   | 323     | 51              | 28 | 11 | 10 | 0   | 100   |
| 11  | 65         | 79  | 90 | 60 | 29  | 323     | 20              | 24 | 28 | 19 | 9   | 100   |
| 12  | 135        | 112 | 44 | 22 | 10  | 323     | 35              | 7  | 13 | 42 | 3   | 100   |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

En el Ítems 10. ¿El hecho de estar obligado a buscar servicios médicos en otra ciudad disminuye sus ingresos? Siempre 51%, Ítems 11. ¿Los equipos médicos para la atención en salud son modernos y eficientes? A veces 28% Ítems 12. ¿En Maicao están garantizados los derechos al deporte y la recreación? Casi nunca 42%

**Tabla 5.** Indicador: Expectativas

| No. | Frecuencia |    |    |    |     | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |    |     | Total |
|-----|------------|----|----|----|-----|---------|---------------|----|----|----|-----|-------|
|     | S          | CS | AV | CN | No. |         | S             | CS | AV | CN | No. |       |
| 13  | 108        | 49 | 46 | 63 | 57  | 323     | 33            | 15 | 14 | 20 | 18  | 100   |
| 14  | 250        | 58 | 15 | 0  | 0   | 323     | 77            | 18 | 5  | 0  | 0   | 100   |
| 15  | 131        | 95 | 40 | 30 | 27  | 323     | 41            | 30 | 12 | 9  | 8   | 100   |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Ítems 13 ¿Cree que la vida saludable es la actitud para resolver situaciones difíciles? Siempre 33%, Ítems 14. ¿Maicao necesita una Cámara de comercio para la zona de régimen especial aduanero? Siempre 77%, Ítems 15 ¿Espera que se adopten normas flexibles para la entrada y salida de mercancías en zona fronteriza? Siempre 41%.

**Tabla 6.** Indicador: Satisfacción colectiva

|     |     | Frecuencia |    |     |     | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |     | Total |     |
|-----|-----|------------|----|-----|-----|---------|---------------|----|----|-----|-------|-----|
| No. | S   | CS         | AV | CN  | No. | S       | CS            | AV | CN | No. | S     | CS  |
| 16  | 39  | 47         | 65 | 101 | 71  | 323     | 12            | 15 | 20 | 31  | 22    | 100 |
| 17  | 202 | 59         | 27 | 22  | 13  | 323     | 4             | 18 | 8  | 7   | 63    | 100 |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Ítems 16. ¿Cree en los principios de equidad y justicia social en materia comercial? Casi nunca 31% Ítems¿ 17¿ Existen en Maicao otras fuentes de empleo diferente al comercio? Nunca 63%,

**Dimensión:** Social

**Subdimensión:** Servicios públicos

**Tabla 7.** Indicador: Calidad

|     |    | Frecuencia |    |     |     | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |     | Total |     |
|-----|----|------------|----|-----|-----|---------|---------------|----|----|-----|-------|-----|
| No. | S  | CS         | AV | CN  | No. | S       | CS            | AV | CN | No. | S     | CS  |
| 18  | 8  | 10         | 56 | 99  | 150 | 323     | 2             | 4  | 17 | 31  | 46    | 100 |
| 19  | 20 | 18         | 22 | 107 | 156 | 323     | 6             | 6  | 7  | 33  | 48    | 100 |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Ítems 18. ¿Los servicios públicos son eficientes para atraer inversionistas al comercio fronterizo? Nunca 46%. Ítems 19. ¿Existen sanciones para los operadores cuando se interrumpen la calidad de los servicios públicos? Nunca 48%.

**Subdimensión:** Necesidad

**Tabla 8.** Indicador: Confianza

|     |     | Frecuencia |    |    |     | Muestra | Ítem / Promedio |    |    |     | Total |     |
|-----|-----|------------|----|----|-----|---------|-----------------|----|----|-----|-------|-----|
| No. | S   | CS         | AV | CN | No. | S       | CS              | AV | CN | No. | S     | CS  |
| 20  | 150 | 101        | 43 | 15 | 14  | 323     | 46              | 31 | 13 | 6   | 4     | 100 |
| 21  | 98  | 66         | 84 | 38 | 37  | 323     | 30              | 20 | 26 | 12  | 12    | 100 |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Ítems 20. ¿Confía en el interés de las autoridades nacionales para lograr la reactivación del comercio? Siempre 46%, Ítems 21. ¿La nueva actitud frente a la forma de comerciar es un cambio positivo para el gremio? Siempre 30%,

**Subdimensión: Dependencia**

**Tabla 9.** Indicador: Intercambio

| No. | Frecuencia |    |    |    |     | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |    |     | Total |
|-----|------------|----|----|----|-----|---------|---------------|----|----|----|-----|-------|
|     | S          | CS | AV | CN | No. |         | S             | CS | AV | CN | No. |       |
| 22  | 246        | 33 | 18 | 17 | 9   | 323     | 76            | 10 | 6  | 5  | 3   | 100   |
| 23  | 110        | 84 | 55 | 41 | 33  | 323     | 34            | 26 | 17 | 13 | 10  | 100   |
| 24  | 180        | 91 | 32 | 20 | 0   | 323     | 56            | 28 | 10 | 6  | 0   | 100   |
| 25  | 180        | 91 | 32 | 20 | 0   | 323     | 56            | 28 | 10 | 6  | 0   | 100   |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Ítems 22. ¿Toda su familia vive de los ingresos del comercio? Siempre 76%, Ítem 23. ¿Reactivar el comercio depende únicamente del intercambio monetario con Venezuela? Siempre 34%, Ítems 24. ¿Los comerciantes se movilizan en busca de nuevas oportunidades para el comercio? Casi siempre 28%. Ítems 25. Considera que se debe crear un mecanismo de pago como el truke para dinamizar la economía en la región? Siempre 56%,

**Subdimensión: ventas**

**Tabla 10.** Indicador: Clientes

| No. | Frecuencia |     |    |     |     | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |    |     | Total |
|-----|------------|-----|----|-----|-----|---------|---------------|----|----|----|-----|-------|
|     | S          | CS  | AV | CN  | No. |         | S             | CS | AV | CN | No. |       |
| 26  | 10         | 15  | 38 | 120 | 140 | 323     | 3             | 5  | 12 | 37 | 43  | 100   |
| 27  | 150        | 88  | 60 | 15  | 10  | 323     | 46            | 27 | 19 | 5  | 3   | 100   |
| 28  | 100        | 113 | 68 | 27  | 15  | 323     | 31            | 35 | 21 | 8  | 5   | 100   |

Fuente: *elaboración propia (2021)*

Ítems 26. ¿Está satisfecho con el número de clientes que atiende a diario? Nunca 43%. Ítems 27. ¿Cree que los puertos de entrada y salida de mercan-

cías en la Guajira se deben remodelar? Siempre 46%, Ítems28. ¿Cree que mejorar la atención al cliente atrae más compradores? Casi siempre 35%,

**Tabla 11.** Indicador: Decisiones

| No. | Frecuencia |     |     |    | Muestra | Ítem/Promedio |    |    |    | Total |    |     |
|-----|------------|-----|-----|----|---------|---------------|----|----|----|-------|----|-----|
|     | S          | CS  | AV  | CN |         | No.           | S  | CS | AV |       | CN |     |
| 29  | 100        | 113 | 68  | 27 | 15      | 323           | 31 | 35 | 21 | 8     | 5  | 100 |
| 30  | 120        | 87  | 111 | 5  | 0       | 323           | 37 | 27 | 34 | 2     | 0  | 100 |
| 31  | 80         | 66  | 90  | 58 | 29      | 323           | 25 | 20 | 28 | 18    | 9  | 100 |

Fuente: elaboración propia (2021)

Ítems 29. ¿Cree que se deben buscar alianzas comerciales y relaciones con otros países? Casi siempre 35% Ítems 30. ¿Las decisiones del gobierno venezolano tienen impacto en la economía local? Siempre 37%, Ítems 31. ¿Cree que el trabajo conjunto entre el estado y la sociedad puede controlar la seguridad ciudadana? A veces 28%

## Discusión de resultados

Mediante las respuestas obtenidas en la dimensión social, la actividad comercial no ofrece posibilidades de ingresos para satisfacer las necesidades de los habitantes de la región, por lo tanto, se considera importante la presencia de otra fuente de ingresos diferente al comercio, considerando el flujo de personas migrantes y el estatus de protección temporal para los venezolanos como fenómenos latentes del desempleo. Contrastado con el punto de vista de Quintero & Mejía (2014pp28), quienes describen la conservación del trabajo en las fronteras desde las definiciones tradicionales de las migraciones, en el cual los espacios de origen, destino, residencia, se pueden alterar por circunstancias personales, familiares, grupales, de redes, imaginarios y las representaciones sociales de los actores que buscan con el cruce de los límites nacionales una mejoría de su situación económica actual.

Al respecto Castro (2012) más allá de las condiciones sociales, económicas, comerciales y políticas que demandan las organizaciones, se debe comenzar a plantear en Colombia propuestas enfocadas en términos de desarrollo en los ámbitos que promueve la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), con el fin de participar

activamente en las experiencias de mayores niveles de productividad , competitividad e incursionar en el crecimiento económico, en el flujo comercial, la inversión, bajo el concepto claro de responsabilidad social y manejo ambiental. Tal como lo plantean Villa Muñoz Julio & Solano (2020, Pág. 335), la cooperación internacional debe inspirarse en la protección y mejoramiento del medio ambiente. Junto al principio de prevención, se trata de evitar la acusación de un daño futuro frente a la necesidad de mejorar la relación entre los seres humanos y la naturaleza, en los países, regiones por grandes u pequeños que sean.

Su aplicación tiene como prerrequisito sensibilizar a la sociedad, en el análisis de los aspectos epistemológicos, pedagógicos y didácticos, en favor de orientar al hombre separado de lo natural, buscando transformaciones de formas de vida mejor, activar la conciencia social en la identificación de la resolución de problemas a través de las técnicas de conservación, producción amigable y evaluación del impacto ambiental. Mientras, que Reyes Jaramillo & Jayo (2017), sostienen que en el enfoque sociológico la perspectiva psicosocial concibe la relación entre lo individual y lo social a través del grado de participación activa de un individuo en los medios sociales donde transcurre su desarrollo y hace uso de los medios sociales que le permitirían cumplir ciertos fines de progreso Así, se relaciona con las actitudes, motivaciones, pautas de comportamiento, proyectos de vida y relaciones emocionales que los individuos van construyendo dentro de la red de relaciones sociales en la cual se inscriben. Por consiguiente, son entendidas en una dimensión de oportunidad y acceso a la estructura económico, social, mediante el intercambio simbólico y cultural, el cual constituye una relación con las dimensiones macro y microsociales, en un contexto histórico-cultural de identificación.

Señalando, el campo de la salud y la protección social, la línea de promoción reúne las acciones que debe liderar el territorio, convocando a los diferentes sectores, las instituciones y la comunidad para desarrollarlas por medio de proyectos dirigidos a la construcción de condiciones de calidad de vida a través del deporte y los factores de prevención en todos ámbitos. Al mismo tiempo, Duarte Ortega Ríos & Fernández (2007, Pág. 2) sugieren con el propósito de fortalecer el trabajo sanitario conjunto en la frontera entre Colombia y Venezuela, se creó el Comité Técnico Binacional en Salud (COPIAF) donde se desarrolla un modelo de atención intercultural teniendo en cuenta que históricamente el pueblo

wayúu, es un solo territorio ancestral. Así, se plantea seguir cultivando la tradición en la salud del indígena, rituales, con lo espiritual, la familia, la armonía de la persona consigo misma y el respeto de los derechos humanos transversales a toda política.

Cabe señalar, el alto nivel de dependencia comercial de Venezuela, las posibles amenazas por causas políticas, económicas obedecen según Esguerra Montes Garavito & Pulido (2009, Pág. 2), a la capacidad de trascender de la sociedad, al tipo de bienes que lo conforman y las ventajas naturales, las cuales deben ser altamente competitivas, calificadas, que propicien el nivel de desarrollo económico y social para la zona fronteriza

En lo anterior se referencia la necesidad de un cambio profundo a nivel político, económico y social como condición necesaria para la posible adaptación asertiva, la convivencia de los residentes y transeúntes del municipio de Maicao. Es decir, ofrecer alternativas que contribuyan al desarrollo económico, sociocultural, científico orientando por la validez del conocimiento del talento humano de la Universidad de La Guajira a través de un proceso de retroalimentación permanente que involucre los objetivos de la administración Municipal y Departamental.

## Conclusiones

A través de los hallazgos encontrados en el análisis se identifican los factores sociales que inciden en la dinámica del comercio fronterizo y se puede concluir que el desempleo, la falta de buena atención en salud, la inseguridad ciudadana, la migración venezolana son algunas de las expectativas de los comerciantes por cumplir frente al desarrollo de la zona fronteriza

Al mismo tiempo, se describe la dependencia económica de las políticas y medidas venezolanas, en relevancia con la insatisfacción de los servicios públicos un factor que disminuye las posibilidades de inversión económica en el nivel nacional e internacional así, existen desventajas económicas, físicas, mentales, de aislamiento, estigmatización, discriminación, identificadas, una limitante para el ejercicio y el goce efectivo de los derechos humanos fundamentales.

Las condiciones socioeconómicas permiten hablar de oportunidades para los habitantes en la medida de adoptar normas flexibles para la entrada y salida de mercancías y utilizar el mecanismo de pago como el truke dinamizador de la economía, coordinada con la puesta en marcha de la cámara de comercio para Uribá, Manaure y Maicao.

Es fundamental elaborar planes de seguridad social amplios, promover la cultura de la negociación de conflictos una estrategia de prevención y control en la zona fronteriza, persistir en eliminar los obstáculos que han impedido el desarrollo de la región, convocando al Gobierno Nacional e internacional a líderes políticos aliados del Municipio fronterizo.

A fin de trascender hacia una reforma fiscal aduanera atractiva, una amnistía en pro del derecho de los indígenas, de la paz mental, la hermandad de los dos países. Es decir, se trata de buscar el esquema que beneficie la creación de empresas, la diversificación del mercado y la reactivación de las actividades en la vitrina comercial con el trabajo proactivo de toda la sociedad.

De igual forma, de acuerdo a las exigencias del mercado globalizado, es necesario estimular el comercio entre los países, ofrecer nuevas oportunidades de expansión hacia el exterior, atraer la presencia de empresas nacionales y extranjeras, lo cual implica capacitar a los comerciantes del sector fronterizo en temas de atención al cliente, diversificación del comercio, actividades de promoción nacional e internacional, tales como conformar asociaciones de beneficio mutuo, participación en ferias, organización de eventos, reuniones con empresas, promoción del marketing comercial entre otros.

## Referencias

- Barrientos Ramírez & Tabares (2021) Sobre la dinámica de la pobreza en Colombia, revista de economía del caribe. ISSN impreso 2011-2106 DOI: <http://dx.doi.org/10.14482/ecoca.15.7524>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2013). Comisión de Comercio y Desarrollo. Quinto período de sesiones Ginebra, 17 a 21 de junio de 2013.

- Cubillos & Navas (2000). Inversión extranjera directa en Colombia características y tendencias: unidad de análisis macroeconómico. Departamento Nacional de Planeación
- Duarte Ortega Ríos & Fernández (2007) Comité técnico binacional en salud de la Comisión Presidencial de Interacción y Asuntos Fronterizos colombiano-venezolanos (COPIAF). Resumen ejecutivo
- Esguerra Montes Garavito & Pulido (2009). El Comercio Colombo Venezolano: características y evolución reciente
- Fernández, & Baptista, L. (2010). Metodología de investigación. (5ta edición). McGraw-Hill. México.
- Informe Defensoría Sobre las Zonas de Frontera Colombia (2017). Asistencia técnica y financiera de la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados, ACNUR. ISBN: 978-958-8895-38-3 Primera Edición
- Ministerio de Salud y Protección Social (2013). Plan Decenal de Salud Pública en Colombia (2012-2021) Editorial Grupo de Comunicaciones.
- Silva De Mello & Romero (2018). Reflexiones acerca del cambio social y participación política como campo interdisciplinar de producción del saber RIP: 20: ISSN: 2223-3033
- Reyes Jaramillo & Jayo (2017), Dimensiones de integración social en población colombiana y cubana que vive en Quito, Ecuador DOI: <https://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-5>
- Tabares Anzolina & Estrada (2014). La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de Medellín: un estudio de caso comparado. Estudios Gerenciales. Volumen 30, Issue 132,
- Villa Muñoz Julio & Solano (2020). Reconciliación Seres Humanos Naturaleza: una inspiración de impacto sostenible” Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria”. Vol. 26”. Venezuela





# Una aproximación al concepto de investigación desde la profesión de Trabajo Social: reflexiones y retos

*Ana Patricia Belalcázar España*

Trabajadora Social. Especialista en Pedagogía e Investigación en la Educación Superior. Magíster en Pedagogía. Docente de la Universidad Mariana, [abelalcazar@umariana.edu.co](mailto:abelalcazar@umariana.edu.co)

*Silvia Berenice Rocío Moncayo Quiñonez*

Trabajadora Social. Magíster en Educación con énfasis en Docencia Universitaria. Doctora en Trabajo Social. Docente de la Universidad Mariana, [smoncayo@umariana.edu.co](mailto:smoncayo@umariana.edu.co)

## Resumen

Este capítulo de libro se hace en el afán de conocer el significado de investigación desde la profesión de Trabajo Social y cuál es la concepción y los retos que tiene la investigación desde el Programa de Trabajo Social de la Universidad Mariana de Pasto - Colombia. A su vez se hace explícito el estado del arte que se convierte en la discusión de resultados y para el cual se tuvo presente dos categorías: investigación en trabajo social para el contexto internacional, incluyendo aspectos relacionados con: País, año, universidad, autor, título de la fuente, concepto de investigación, retos para trabajo social y conclusiones. La categoría estado del arte para el contexto nacional, en la cual se tuvieron en cuenta elementos tales como: País, año, universidad, autor, título de la fuente, tendencias temáticas, enfoque y conclusiones. Entre los resultados podemos mencionar que investigar los trabajos de investigación de los estudiantes, como resultante de sus procesos de aprendizaje, permitirá no solo, establecer el estado actual de los procesos metodo-

lógicos desarrollados, sus modalidades de investigación, áreas, niveles de intervención y contextos de aplicación, sino que también con ello, se posibilitará identificar las necesidades de reajuste curricular que se requieran en materia de investigación formativa, promoviendo así, la evaluación del impacto del currículo indicando los aspectos clave que se requieran fortalecer o mejorar para el desarrollo de competencias y proyectos investigativos con pertinencia social y académica.

**Palabras clave:** investigación en trabajo social, estado del arte, retos.

## ***An approach to the concept of research from the profession of Social Work: reflections and challenges***

### **Abstract**

This chapter has been Made with the interest of knowing the meaning of investigation for the social work profession and which are the conceptions and the challenges that the investigation has from the social work program in Mariana's university, Pasto, Nariño, Colombia. At the same time the state of art became explicit thought the discussion and the results. for the development of the state of art were Taken two different categories: social work investigation in the international context, including related topics with: country, year, university, author, title of the source, investigation concept, social work challenges, and conclusions; And the category state of art for the national context in which were taken into account elements like: country, year, university, author, tittle of the source, thematic trends, approach and conclusions. Among the results we can mention that investigating the research work of the students, as a result of their learning processes, will not only allow to establish the current state of the methodological processes developed, their research modalities, areas, levels of intervention and contexts of application, but also with this, it will be possible to identify the needs for curricular readjustment that are required in terms of formative research, thus promoting the evaluation of the impact of the curriculum indicating the key aspects that need to be strengthened or improved for the development of competencies and research projects with social and academic relevance.

**Keywords:** social work investigation, state of art, challenges.

## Introducción

Para el desarrollo de este artículo de revisión el primer capítulo se refiere a algunas concepciones que se tiene Trabajo Social de investigación a nivel internacional. Posterior a ello se presentan reflexiones a nivel general sobre la investigación; todo esto en articulación con la investigación y retos del Programa de Trabajo Social de la Universidad Mariana de Pasto - Colombia. Luego se presenta la discusión de resultados fruto de dos categorías como lo fueron: Investigación en Trabajo Social y estado del arte. Hacen parte además las conclusiones derivadas de las reflexiones descritas en el presente escrito.

## Desarrollo del tema

Para dar respuesta al primer planteamiento realizado por Carbonell de la Universidad de Zaragoza (2016) el cual la define como el conocer el campo en que se actúa y el objeto concreto que se estudia. También le llama investigación operativa (ejemplo: estudios sobre una comunidad, sobre las problemáticas de los individuos y características de los individuos con quienes se trabaja).

Por su parte desde la Universidad Santiago de Chile el autor Suárez Manrique (2016), considera que, para formar a los Trabajadores Sociales en la investigación, se hace necesario empezar desde los centros de formación académica, situación que no se hace evidente en este país, lo que ha traído consigo que las Universidades privadas lo han apreciado como amenaza de competencia. Es así como la Asociación de Escuelas de Trabajo Social (ACHETS), ha considerado que la investigación social es un aspecto primordial y que por ende debe tenerse presente en el campo académico.

Por lo anterior se puede asumir que la investigación social es un proceso que está presente en los académicos de las Universidades y en el ejercicio de los trabajadores sociales que tienen como reto para su permanente formación generar conocimiento a través de la implementación y ejecución de proyectos, unido al ejercicio profesional en donde se desenvuelven. También es conveniente mencionar que al no tener la Profesión un contexto metodológico propio por así decirlo, se corre el riesgo de que los procesos investigativos den cuenta básicamente de la postura de esta disciplina, perdiendo por ende la visión integral e interdisciplinar.

La ausencia de paradigmas metodológicos en la Profesión de Trabajo Social, ha traído como consecuencia, que esta disciplina opte por otros que no tienen pertinencia para ella. Es así que, en esta área específica, los procesos investigativos se distancian del conocimiento como también de los procesos de intervención. El valerse el Trabajo Social de otras ciencias sociales y el no guardar el rigor metodológico que se exige, tiende a que la lectura que se haga de la realidad tome un tinte más sociológico y económico, que el que puede ofrecer Trabajo Social.

La integración de métodos y técnicas de recolección de información al margen de la profesión y que se convierten en aplicaciones, se traducen en la principal limitante para que Trabajo Social pueda generar teorías válidas y acordes a su accionar profesional. Es preciso mencionar que los esfuerzos que se ha hecho desde la profesión para generar sus propios "conceptos", "métodos" e "instrumentos", que se validen como sello diferenciador para la profesión, no son nuevos. Este panorama que se presenta debe dar paso, asumir el reto de la sistematización de procesos investigativos, al planteamiento de propuestas propias del Trabajo Social, que busquen entre otros de sus objetivos el dar cuenta de la realidad en la cual interviene el Trabajador Social y de la calidad que ofrece este profesional, desde su esencia como ser humano.

Por lo anterior la investigación debe ser un área del conocimiento intrínseca al conjunto de competencias que deben promoverse desde el currículo y fortalecerse en el que hacer de la práctica profesional. Desde ésta área, se generan nuevos conocimientos que sustentan la pertinencia de la intervención como la manifestación del acervo teórico que respalda el cúmulo de realidades existentes en el contexto social.

Es por ello que la investigación en Trabajo Social se concibe como un proceso que promueve la producción de conocimiento en relación directa con la práctica profesional, convirtiendo a la teoría en una expresión sistemática de la realidad social.

No obstante, en este tema, debe reconsiderarse la debilidad que presenta el Trabajo Social como disciplina, en la generación de nuevo conocimiento puesto que se sabe de la escasa sistematización que ha hecho a lo largo de su historia, de los procesos de actuación y de investigación para recrear y/o contextualizar los ya existentes.

En este sentido Greenwood (como se citó en Falla Ramírez, 2009):

(...) establece una división de las ciencias sociales, habla de ciencias sociales superiores e inferiores. Entre las primeras ubica a las ciencias políticas, ciencias económicas, antropología, sociología y psicología, por considerar que poseen un cuerpo de conocimiento propio, el cual explica y aborda su objeto. En el segundo conjunto, entre las ciencias inferiores, ubica a la pedagogía, el Trabajo Social, las ciencias de la comunicación, sociología y psicología de las organizaciones, por considerarlas vinculadas estrechamente a la realidad social y al cambio social; y refiriéndose al Trabajo Social, en especial, plantea que es considerada como una de las ciencias aplicadas con menor estatus. (p.46)

De ahí que sea imperativo que el Trabajo Social fortalezca sus procesos de análisis y reflexión acerca de su praxis y compromiso social, teniendo como insumos los apoyos teóricos que involucra los métodos de intervención y metodologías, tradicionalmente manejadas en la mirada comprensiva de la realidad, y la proyección de una propuesta profesional con mayor impacto en el campo de las ciencias sociales. Sin embargo, cabe señalar que el Trabajo Social en las últimas décadas se ha preocupado por construir su propio sustento epistemológico; el movimiento de reconceptualización suscitado a mediados de los años 60 en Latinoamérica, da cuenta de ello, puesto que es a partir de este contexto, donde se inicia una mirada retrospectiva del quehacer y de las bases teóricas que soportan al Trabajador Social, reivindicando su práctica hacia la construcción de conocimiento; y hacia la acción profesional.

Desde esta perspectiva, la tarea del Trabajo Social, es contribuir a partir de la investigación formativa en la solución eficaz de problemáticas más allá del diagnóstico, para lo cual ha se hace necesario reconstruir y deconstruir el devenir del Trabajo Social; desde un estatuto disciplinario del Trabajo Social; posibilitando una reflexión analítica de la profesión para el cambio social requerida en los contextos de la sociedad actual. Por tanto, es imperativo asumir desde la propuesta curricular, un compromiso no sólo en el campo de la intervención, como tradicionalmente lo ha hecho, sino también, en la reflexión y creación de conocimiento, de los futuros trabajadores sociales fortaleciendo la formación investigativa como área fundamental en el desarrollo del quehacer profesional para la transformación de las realidades sociales.

Es por ello que, debe considerarse al Trabajo Social como una profesión o disciplina que está íntimamente ligada a la investigación y aunque a pesar de estar presente en los planes de estudio, en el ejercicio práctico de la formación investigativa, se ha hecho mayor énfasis en lo metodológico y procedimental, relegando lo epistemológico, quizás porque las finalidades operativas, ofrecen respuestas rápidas y concretas a las necesidades urgentes que ofrece la dinámica de las realidades actuales y aunque la investigación se haya constituido como un eje fundamental en la formación profesional, histórica y tradicionalmente, a ésta se le ha atribuido una función subsidiaria de la práctica, es decir, al servicio de los procesos de intervención y no como una lógica de intervención bidireccional donde ambos procesos se nutran y se complementen recíprocamente.

Por lo anterior, es menester que la Universidad, y en específico el programa de Trabajo Social incida desde su propuesta curricular en el proceso pedagógico para la formación investigativa adoptando como lo propone Gartner, un "Modelo Gerencial" de la formación investigativa en Trabajo Social desde donde se promueva una cultura organizacional investigativa que integre la investigación y la intervención (2006). De ahí que, promover un ambiente investigativo, se constituye en un imperativo para el fortalecimiento de los procesos de formación de la investigación, a partir del cual, se ofrecen las condiciones para motivar a los estudiantes en la participación de los procesos de investigación ya sea en calidad de semilleristas de investigación, investigadores principales, coinvestigadores o auxiliares de investigación, tal como lo señala el reglamento de investigaciones institucional en su capítulo V.

En consecuencia, la idea es que la investigación formativa trascienda los procesos de diagnóstico y de operativización de la investigación social, definiendo el enfoque de formación ya sea trabajadores sociales con fuerte formación investigativa para la intervención, o trabajadores sociales investigadores científicos con una sólida fundamentación epistemológica. En este sentido, debe promoverse con mayor impacto la inserción del estudiante en las investigaciones institucionales, para que contribuya no sólo desde lo procedimental de la investigación, sino también realice aportes de tipo conceptual, reflexivo y epistémico, generando así su vinculación en líneas y grupos de investigación. Para ello, se hace necesario que los docentes investigadores asuman un liderazgo responsable frente a la formación y desarrollo de habilidades investigativas de los estudiantes en el desarrollo de competencias cognitivas,

aptitudinales y actitudinales que transversalicen el currículo de formación en Trabajo Social a fin de aportar a la búsqueda de justicia social, equidad y modernización del país.

Desde las anteriores posturas los retos que tiene el programa de Trabajo Social de la Universidad Mariana frente a la investigación es el de considerarla como una actividad básica en la formación de los futuros profesionales, dicho reconocimiento debe hacerlo con base en las exigencias que los nuevos retos y transformaciones sociales que se le imponen al Trabajador Social para que a través de la investigación busque comprender la realidad y también aportar en la construcción de conocimiento (Mora, 2006).

Desde esta concepción sobre la investigación formativa, logrará comprender también como proceso de enseñanza – aprendizaje necesario para desarrollar en los estudiantes competencias coherentes con el perfil profesional y ocupacional que demandan los entornos sociales y laborales contemporáneos. Partir de los problemas sociales identificados, el programa de Trabajo Social de la Universidad Mariana, asume el reto de ofrecer respuestas de conocimientos coherentes y pertinentes a través de procesos investigativos, los cuales pueden configurarse como insumo para un posterior desarrollo de procesos de intervención.

Además, cabe señalar, que, a partir de las prácticas formativas, se generan procesos de investigación los cuales a su vez nutren y alimentan teórica, conceptual y metodológicamente, las acciones estratégicas de acompañamiento e intervención que los estudiantes desde la proyección social comunitaria.

En consonancia con los lineamientos institucionales de investigación que rigen en la Universidad Mariana, el Programa de Trabajo Social asume la fundamentación epistemológica adoptada de las posturas de la Escuela de Frankfurt, hace el reconocimiento de los paradigmas de investigación cualitativos y cuantitativos de acuerdo con la naturaleza de las preguntas orientadoras de los estudios y de sus correspondientes objetivos; de igual manera se postula la posibilidad de integración y complementariedad de los enfoques de investigación empírico analítico, histórico Hermenéutico y crítico social a partir de la inclusión del enfoque holístico en el estudio y abordaje de la realidad social (Mora et al., 2006).

Desde esta directriz, el programa de Trabajo Social reconoce la investigación formativa como un componente fundamental en el desarrollo de la formación del futuro Trabajador Social, incorporándola al currículo y al que hacer de la intervención profesional.

La investigación se ha constituido en un eje transversal en la formación de los estudiantes. Por esta razón, se han propiciado espacios orientados a promover la capacidad de indagación y búsqueda, y la formación de un espíritu investigativo, creativo e innovador. Desde este panorama, el paso a seguir ha sido el fortalecer el establecimiento de alianzas y convenios que permitan hacer la pasantía de estudiantes en entidades, empresas o instituciones públicas y privadas a fin de realizar un mayor intercambio de conocimiento y de contribución al contexto desde la investigación. (Documento maestro del programa de Trabajo Social para acreditación institucional)

## Metodología

Para la consolidación de este capítulo de libro se tuvo presente retomar conceptos que desde el contexto internacional se tiene sobre la investigación en Trabajo Social. Una vez realizada la revisión bibliográfica concerniente a este propósito, se retoma de la propuesta de investigación profesoral: Estado del arte de la investigación formativa en Trabajo Social 2012-2017 del Programa de Trabajo Social, lo relacionado con la formación en investigación de los Estudiantes de esta Unidad Académica. Posterior a ello, se hace el estado del arte, que se convierte en la discusión de resultados, fruto de la revisión bibliográfica de las categorías. Concepto de investigación en Trabajo Social a nivel internacional y del estado del arte en los contextos nacional y regional.

## Resultados

Para el desarrollo de este ítem se tuvieron en cuenta dos categorías las cuales se describen de la siguiente manera: Investigación en trabajo social para el contexto internacional, incluyendo aspectos relacionados con: País, año, universidad, autor, título de la fuente, concepto de investigación, retos para trabajo social y conclusiones. La categoría es-

tado del arte para el contexto nacional, en la cual se tuvieron en cuenta elementos tales como: País, año, universidad, autor, título de la fuente, tendencias temáticas, enfoque y conclusiones.

Con base en la anterior precisión, la narrativa del estado del arte se construye de la siguiente manera: para el año 2013 en España se adelantó una investigación en la Universidad de Murcia, a la que el autor Seller, denominó "Situación actual del Trabajo Social en España". Este estudio conceptualiza la investigación como la construcción de la identidad como proceso dinámico e interactivo (Arriete, Ferran y Segú, 2012) donde intervienen lo que se "hace", lo que se dice que se "hace" y la percepción que tienen la ciudadanía e instituciones. Es, por tanto, como señala Breznes (2008a, 2008b) que un constructo social elaborado desde lo que hacemos; sin olvidar que en ese hacer se reflejan las propias opciones y concepciones y se vislumbran las demandas institucionales y sociales, demandas generadas desde las imágenes que se transmiten de las intervenciones y discursos que se realiza.

Por su parte, en el año 2015, se desarrolla un estudio en la Universidad Santiago de Chile, la cual tiene por nombre "Trabajo Social, una intervención con identidad en la formación profesional", su autor Suárez Manrique, define la investigación como la realidad social en la cual intervienen los trabajadores sociales, como también como aquel proceso que permite abrir horizontes internos y constituir una necesidad para caracterizar disciplinariamente la relación que media entre los sujetos y el contexto. Hacia el año 2016 en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, se adelantó una investigación por parte de Farias, Veiga y Elverdin, autoras que conceptúan en su manuscrito: "Enseñanza de investigación en Trabajo Social. Tensiones y desafíos" que la investigación es una actividad de búsqueda de conocimiento o la argumentación de respuestas a determinados interrogantes la investigación no se reduce a la aplicación de un instrumento o a la simple observación de un hecho. Desde esta perspectiva, se puede decir, que la investigación, en Trabajo Social, se puede visualizar desde tres niveles (investigación básica; investigación microsocia que dé cuenta de dimensiones de la vida cotidiana, campos problemáticos, que están presentes en la intervención profesional y; una actitud investigativa del profesional (Rozas, 2005, p. 97- 98).

Como otro de los elementos que hicieron parte de esta clasificación a nivel internacional y desde la categoría, investigación, fueron los retos para Trabajo Social, frente a los cuales, en España en la Universidad de Murcia, los fija de la siguiente manera: Conocer e identificar los principales rasgos definitorios de la profesión y de los profesionales del Trabajo Social. Realizar un diagnóstico de la situación de la profesión y las/los profesionales en estos momentos. Identificar proyecciones y escenarios futuros de cara a la acción colectiva. Por su parte en la Universidad Santiago de Chile, establece como retos para Trabajo Social: Conocimiento en la acción, el cual se manifiesta en el "saber hacer" Reflexión en la acción, el cual se manifiesta en el "saber explicar lo que se hace" Reflexión sobre la acción y sobre la reflexión en la acción, se manifiestan en las verbalizaciones de los conocimientos que se generan a partir de la conjunción entre el conocimiento recepcionado como tal y el conocimiento recreado.

La Universidad Nacional de La Plata en Argentina, propone como retos para Trabajo Social: Investigar y enseñar a Investigar lo cual requiere de diferentes habilidades: por un lado, las reflexiones y revisiones sobre las prácticas investigativas (diseño de investigación, trabajo de campo, análisis de la información) y por otro lado, las formas de transmitir las bases teóricas, metodológicas y prácticas para el quehacer investigativo (Rizo García, 2006). Es así que Sánchez Puentes (2014) denomina esta diferencia como el oficio del investigador y el oficio del pedagogo.

Una de las advertencias que realiza Barriga y Henríquez (2004) es que más que enseñar "cómo se hace investigación" a modo de dar reglas sobre cómo actuar frente a una situación, ellos proponen decir y ejercitar el "cómo se ha hecho" puntualizando en problemas, dificultades, fortalezas encontradas en la construcción de un objeto de estudio o en experiencias en investigación. A la hora de enseñar se conjugan una serie de elementos biográficos, institucionales, de formación, capacitación, la experiencia y los intereses que hace que cada docente habite el aula de un modo peculiar. Se entiende que la enseñanza de la materia de investigación tiene que estar acompañados de prácticas y experiencias de investigación que permita analizar los problemas de investigación en casos concretos y mostrar que la construcción de conocimiento es colectiva (Gugliano y Robert, 2010).

A manera de conclusión, como una forma de responder a otro de los elementos que hicieron parte de la categoría: investigación, desde las

Unidades académicas, como la Universidad de Murcia en España, Universidad Santiago de Chile y Universidad Nacional de la Plata, se puede determinar que la investigación puede ser muy interesante y sobre todo muy necesaria para las juntas de gobierno de los Colegios que siempre han mostrado su interés en profundizar en el papel de los colegios profesionales, desde el punto de vista de la propia organización, así como para acercar la realidad a los profesionales; hacer una "foto" dinámica y pegada a la realidad de la profesión, mostrar que servicio prestamos a la ciudadanía como garantes de una buena praxis. En consonancia con los ejes del propio Consejo y fines de los Colegios Profesionales: buena praxis, ética, desarrollo profesional continuo.

El Trabajo Social que ocupa un lugar en lo académico tiene la responsabilidad de generar y abrir aún más la discusión y debate sobre la importancia y relevancia de la investigación al interior de la profesión. Igualmente tiene la responsabilidad de vincularse con la realidad profesional cotidiana desde el área investigativa y por último tiene la obligación de buscar un modelo pedagógico propio y activo en la formación profesional para responder a las demandas del contexto y no de los textos.

Los estudiantes de trabajo social no piensan en el trabajador social como investigador. La investigación no se avizora entre los principales campos de inserción profesional de los trabajadores sociales ya sea por las funciones históricamente asignadas, por su propósito de intervenir sobre los problemas sociales que se manifiestan en la vida cotidiana de personas, grupos, etc., pero principalmente, porque el grueso de los estudiantes, entiende que investigar, los aleja de cierta cercanía que se pretende con el sujeto de intervención en terreno, mientras que como trabajadoras sociales y docentes de investigación social, se entiende que la formación en teorías sociales y en investigación social son fundamentales para diseñar intervenciones rigurosas y más aún, que la falta de producción de conocimiento, de investigaciones exhaustivas por parte de trabajadores sociales y para intervenir desde la perspectiva del trabajo social, son responsables de muchos de los problemas que encuentran los profesionales al momento de la inserción profesional y el desarrolla de estrategias de intervención.

Para el rastreo bibliográfico a nivel nacional se tuvieron en cuenta iguales aspectos a los descritos anteriormente, pero con la inclusión de otros como: tendencias temáticas y enfoques. Haciendo esta claridad se pro-

cede hacer la correspondiente narrativa: los años que sirvieron, de base para la investigación que adelantó Gartner y Cifuentes, docentes de la Universidad de Caldas, en su estudio: "Investigación en Trabajo Social en Colombia", fueron 1995 a 1999, este estudio arrojó como resultados en cuanto a tendencias temáticas las referidos a: Familia, educación, organizaciones sociales y procesos comunitarios, diagnóstico y caracterizaciones socioeconómicas, inserción social, integración ciudadana, pobreza y desarrollo social. En lo referente a enfoques el de mayor prevalencia fue el de grupo. Desde la Corporación universitaria minuto de Dios, se adelantó un trabajo, el cual tiene como denominación: "Estado del arte de los trabajos de grado de los estudiantes del programa de trabajo social, sede principal en los períodos de tiempo 2013 y 2014. Este estudio fue adelantado por Bonilla Ruiz. Los resultados que arrojó permitieron identificar que las tendencias temáticas de mayor relevancia fueron: para el año 2013 educación, participación social, familia, identidad de género, discapacidad, conflicto armado, violencia sexual, pautas de crianza, medio ambiente y tercera edad. Para el año 2014 las tendencias estuvieron orientadas a: prostitución, participación social y educación. Y en lo referente al enfoque de mayor predominio fue el comunitario.

A manera de conclusión desde las dos Unidades académicas consultadas se explicita lo siguiente: considerando el panorama heterogéneo de las unidades académicas del país y muchos procesos que aún se encuentran en ciernes, es posible concluir que está trazado el camino hacia la constitución de comunidades académicas y la integración con diversas disciplinas para efectos de la práctica investigativa. Y desde la Corporación universitaria minuto de Dios: el proceso de retomar las tesis de grado de los estudiantes, ayuda a tener una mirada mucho más humana y a saber específicamente como se está desarrollando el proceso de tesis con los estudiantes, cuáles son sus principales intereses, en este proceso se pudo evidenciar que los intereses de los estudiantes van orientados al tema de educación aún cuando en el programa de Trabajo Social cuenta con un enfoque comunitario, en la lectura de las tesis se puede reconocer al estudiante como un sujeto que trasciende el plano académico, que tiene una historia que piensa en el Trabajo Social como una disciplina que no sólo sirve para cambiar los procesos comunitarios, como también su propia vida.

A nivel del Departamento de Nariño, desde la investigación denominada: investigación formativa y cultura científica en las Facultades de

Educación de Nariño”, de Sotelo Guerrero, da a conocer que la realidad investigativa no es diferente, en el Plan de Desarrollo 2012- 2015 se afirma que una de las características determinantes en el bajo nivel de competitividad y desarrollo productivo es la escasa oferta de capacidades científico técnicas, debido a que son pocas las instituciones encargadas de su fomento (Departamento de Nariño, 2012). Se reconocen las debilidades y existe la preocupación por mejorar la investigación, pero a pesar de dar pasos importantes en el desarrollo regional, aún se está lejos del deber ser. Es así como, Hernández (2002) sostiene que debe asumirse una reflexión de los procesos de formación y de las capacidades de aprendizaje permanente, necesarias a desarrollar en los futuros profesionales para ofrecerles probabilidad de éxito.

Realidad que condujo a plantear el interrogante: ¿cómo contribuye la investigación formativa en la adquisición de cultura científica de los estudiantes de las facultades de educación de la Universidad Mariana, Universidad de Nariño e Institución Universitaria CESMAG? Estudio que partió de la reflexión basada en la fundamentación teórica sobre la importancia de la investigación en el proceso educativo y continuó con la comprensión sobre cómo se la propicia en la formación de los educandos para desarrollar cultura científica. Se espera que los resultados sean utilizados en el fortalecimiento de aciertos y en el descubrimiento de vacíos para generar planes de mejoramiento en los procesos de formación epistémica y metodológica de los educandos que repercutan en la formación de una cultura científica para mejorar en ciudadanía y calidad de vida de las sociedades.

## Conclusiones

En todos los campos y áreas del saber, la investigación ocupa una posición preponderante como fuente de conocimiento para las instituciones de Educación Superior y sus graduados. En este sentido, los programas de formación profesional, deben fomentar desde sus planes de estudio la investigación formativa para que los futuros profesionales no sólo sean competitivos, sino además propositivos en tanto generen proyectos de impacto en la sociedad. Trabajo Social, como campo de formación profesional, se suma a este compromiso, aportando desde su acervo epistemológico, metodológico e interventivo, a la formación en investigación social, atendiendo a su naturaleza y campo de estudio en

respuesta a las necesidades de contexto identificadas. En consecuencia, investigar los trabajos de investigación de los estudiantes, como resultante de sus procesos de aprendizaje, permitirá no solo, establecer el estado actual de los procesos metodológicos desarrollados, sus modalidades de investigación, áreas, niveles de intervención y contextos de aplicación, sino que también con ello, se posibilitará identificar las necesidades de reajuste curricular que se requieran en materia de investigación formativa, promoviendo así, la evaluación del impacto del currículo indicando los aspectos clave que se requieran fortalecer o mejorar para el desarrollo de competencias y proyectos investigativos con pertinencia social y académica.

Son muchos los factores que afectan la calidad de vida humana y que conciernen con la salud, el hábitat, la identidad y diversidad cultural, los derechos humanos, entre otros, aspectos que necesariamente tendrán que constituirse en los núcleos generadores de problemas de conocimiento en torno a los cuales se susciten los procesos de formación para la investigación. Es por ello que el presente estudio, permitirá identificar las problemáticas sociales de contexto sobre las cuales los estudiantes de Trabajo Social, desde la investigación, han querido incidir en contribución a la transformación social de región y de país.

El estado del arte sobre la investigación formativa en el programa de Trabajo Social, se constituye en la mejor estrategia para identificar cuáles son las tendencias de investigación que desarrollan los estudiantes y qué aportes desde la especificidad de la profesión se hacen, al mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones más vulnerables a partir de la investigación. En esa medida, se requiere que el producto de las investigaciones sociales contribuya en el diseño de políticas públicas, ya que, según Falla:

(...) tradicionalmente, el Trabajo Social ha estado vinculado especialmente a la ejecución de las políticas públicas. Su quehacer ha estado ligado a la satisfacción de las necesidades de los sectores menos favorecidos. Pero también ha desempeñado un papel que ha permitido a las comunidades y grupos sociales desarrollar procesos de concientización y autogestionarios, que buscan generar una actitud crítica y problematizadora de sus propios entornos (2009, p. 318).

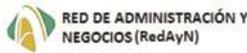
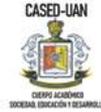
## Referencias

- Calvo, G. (1995). *La familia en Colombia, un estado del arte de la investigación 1980- 1994: Bogotá, Colombia*. Arte y fotolito ARFO Ltda.
- Carbonel, E., Del Olmo, E. y Nuria, V. (2016). *Reflexiones sobre investigación en trabajo social. Aportes desde la sistematización de la práctica*. Universidad de Zaragoza.
- Cifuentes G., M. R. (2008). *Resignificación conceptual y disciplinaria a la Intervención profesional de Trabajo Social en Colombia*. En: Seminario Internacional de Intervención en Trabajo Social. (1: 20 -21. Medellín: Colombia). Memorias. Medellín.
- Consejo Nacional para la Educación en Trabajo Social CONETS. (2006). *Encuentro Nacional sobre Formación Investigativa en Trabajo Social*. Santiago de Cali. Memorias del Encuentro Nacional sobre Formación investigativa en Trabajo Social.
- Falla Ramírez. (2009). *Uva Revista Tendencias de la formación Investigativa en el Trabajo Social contemporáneo*. Trabajo Social No 10 Vol. 1 Universidad de Antioquia Medellín Colombia.
- Farias, L., Veiga, S. y Elverdin, F. (s.f). *La enseñanza de investigación en Trabajo Social*. Tensiones y desafíos. Facultad de Trabajo Social - Unlp. Argentina.
- Gardner, L. (2006). *Modelo gerencial para la formación investigativa en Trabajo Social*. En: Encuentro Nacional sobre investigación formativa en Trabajo Social Marzo Medellín Memorias. Santiago de Cali: CONETS.
- Gómez, L. (2011). *Un espacio para la investigación documental*. En: Revista Vanguardia Psicológica Clínica Teórica y Práctica- ISSN 2216-0701 Universidad Manuela Beltrán, Programa de Psicología, Bogotá D.C. Colombia. Avenida Circunvalar 60-00, edificio académico, teléfono 57(1)-5460600, extensión 1107. Volumen 1, Número 2, octubre-marzo de 2011.
- Moreno, M. (1987). *Introducción a la metodología de la investigación Educativa*. Progreso
- Suarez Manrique, P. (s.f). *La investigación en y para el Trabajo Social, una intervención con identidad en la formación profesional: Entre la hegemonía conceptual y la crisis de la sociología*. Trabajador Social Utem. Chile.

El libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", Volumen 34, de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro es una publicación digital e impresa y cuenta con el apoyo de los grupos de investigación de: Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia - Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biondesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato - México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - Puebla - México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas - México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia - Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia. Tiraje: 1001 libros. Este libro se terminó de imprimir en Editorial Artes y Letras S.A.S. en julio de 2021.



Universidad Nacional Experimental Sur del Lago  
"Jesús María Semprum"  
La Casa de los Saberes del Pueblo



Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago  
"Jesús María Semprum"

## LIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIONES COLECCIÓN UNIÓN GLOBAL

El libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", Volumen 34 de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro es una publicación internacional, seriada, continua, arbitrada, de acceso abierto a todas las áreas del conocimiento, orientada a contribuir con procesos de gestión del conocimiento científico, tecnológico y humanístico. Con esta colección, se aspira contribuir con el cultivo, la comprensión, la recopilación y la apropiación social del conocimiento en cuanto a patrimonio intangible de la humanidad, con el propósito de hacer aportes con la transformación de las relaciones socioculturales que sustentan la construcción social de los saberes y su reconocimiento como bien público.

El libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", volumen 34, de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro cuenta con el apoyo de los grupos de investigación: Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia - Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biotecnología y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato - México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - Puebla - México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas - México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia - Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia y diferentes grupos de investigación del ámbito nacional e internacional que hoy se unen para estrechar vínculos investigativos, para que sus aportes científicos formen parte de los libros que se publiquen en formatos digital e impreso.

Este libro se terminó de imprimir en  
el Taller Artes y Letras S.A.S.  
en julio de 2021.





# Gestión del Conocimiento

*Perspectiva Multidisciplinaria*

El libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", de la colección Unión global, libro resultado de investigación, es una publicación internacional, seriada, continua, arbitrada, de acceso abierto a todas las áreas del conocimiento, orientada a contribuir con procesos de gestión del conocimiento científico, tecnológico y humanístico. Con esta colección, se aspira contribuir con el cultivo, la comprensión, la recopilación y la apropiación social del conocimiento en cuanto a patrimonio intangible de la humanidad, con el propósito de hacer aportes con la transformación de las relaciones socioculturales que sustentan la construcción social de los saberes y su reconocimiento como bien público.

El libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", Volumen 34, de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro, son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro cuenta con el apoyo de los grupos de investigación: Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia - Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biondesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato - México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - Puebla - México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas - México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia - Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia y diferentes grupos de investigación del ámbito nacional e internacional que hoy se unen para estrechar vínculos investigativos, para que sus aportes científicos formen parte de los libros que se publican en formatos digital e impreso.

**ISBNe: 978-980-6516-18-2**  
**ISBN: 978-980-6516-17-5**

Fondo Editorial de la  
Universidad Nacional Experimental  
Sur del Lago "Jesús María Semprúm"