

Articulación

Pensamiento Crítico - Tecnología

Un análisis de los niveles de desarrollo de pensamiento crítico, al implementar estrategias didácticas mediadas por TIC

Autores:

Decired Ojeda Pertuz

Ernesto Steffens Sanabria



CUL
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LATINOAMERICANA
INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR
1965

ISBN: 978-958-56452-8-8

Articulación Pensamiento crítico - Tecnología
Un análisis de los niveles de desarrollo de pensamiento crítico, al implementar estrategias didácticas mediadas por TIC

© Decired Ojeda Pertuz – Ernesto Steffens Sanabria

Editorial: Corporación Universitaria Latino Americana

Aprobación: Julio 2019

Articulación Pensamiento crítico - Tecnología

Un análisis de los niveles de desarrollo de pensamiento crítico, al implementar estrategias didácticas mediadas por TIC

Decired Ojeda Pertuz
Corporación Universitaria Latinoamericana

Ernesto Steffens Sanabria
Corporación Universitaria Latinoamericana



Articulación Pensamiento crítico - Tecnología

Un análisis de los niveles de desarrollo de pensamiento crítico, al implementar estrategias didácticas mediadas por TIC/ Compiladores:
Juan David De la Hoz Hernández, Leidy Haidy Perez Coronell -- Barranquilla:
Ediciones Corporación Universitaria Latinoamericana, 2019.

139 Páginas; tablas; 17x24 cm
ISBN: 978-958-52294-02

Deposito legal según el Decreto 460 de 1995. El fondo editorial Ediciones de la Corporación Universitaria Latinoamericana se adhiere a la filosofía de acceso abierto y permite libremente la consulta, descarga, reproducción o enlace para uso de sus contenidos, bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional.
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



© Ediciones Corporación Universitaria Latinoamericana
Calle 58 No 55 - 24
<https://libros.ul.edu.co/index.php/libros>
cinpro@ul.edu.co
Barranquilla - Colombia

Julio 2019
Hecho en Barranquilla - Colombia

Tabla de contenido

Prologo.....	12
Introducción.....	13
Capítulo I Las PYMES en un contexto global: Una mirada desde la realidad abordada.	14
Resumen.....	14
1. Clarificación del fenómeno.....	15
1.1. Develando el Problema.....	18
2. Interrogantes de la investigación.....	21
3. Propósitos de la investigación.....	21
3.1. Propósito General.....	21
3.2. Propósito Específicos.....	21
4. Razones e implicaciones.....	22
5. Descripción del contexto.....	23
6. Consideraciones Éticas.....	23
Reflexiones finales.....	24
Referencias Bibliográficas.....	24
Capítulo II Abordaje epistémico - metodología.....	26
Resumen.....	26
Abstract.....	26
1. Transitando los caminos pos positivistas.....	26
2. Paradigma epistemológico de la investigación.....	28
3. Fundamento epistemológico de la investigación.....	32
4. Métodos de la investigación.....	34
5. Diseño de la investigación.....	34
Momento I: Acercamiento a la Realidad del Fenómeno.....	36
Momento II: Abordaje epistémico metodológico.....	36
Momento III: Sistema Referencial.....	37
Momento IV: Develación de la Información.....	37
Momento V: Análisis y significado de los Datos.....	37
Momento VI: Hallazgos, Reflexiones finales y Recomendaciones.....	37
Momento VII: Teoría sustantiva sobre el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable en las pymes.....	37
6. Informantes clave.....	38
7. Técnica e instrumento de recolección de la data.....	39
8. Técnica para el análisis de los datos.....	41
Primera etapa: Simplificación de los datos.....	42
Segunda etapa: Agrupamiento y verificación.....	43
Tercera Etapa: Conclusiones y Teorización.....	43
9. Fiabilidad y validez de la investigación.....	44
Reflexiones finales.....	44
Referencias Bibliográficas.....	44

Capítulo III Sistema referencial desde	46
perspectiva teórica	46
Resumen.....	46
1.Capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica	46
2.Gestión estratégica sustentable.....	48
3.Desarrollo sustentable desde la base del capital social	50
4. Pymes como ente de acción del capital social.....	51
5. Principios de las pymes para la formulación de objetivos	52
Principio #1: La buena representación.....	52
Principio #2: Debe existir equilibrio entre las entradas y las salidas de dinero en una empresa	52
Principio #3: La ley de la siembra y la cosecha	53
Principio #4: No adquiera nada que no sepa exactamente cómo lo va a vender o utilizar.....	53
Principio #5: O bien vendido o bien corrompido.....	54
Principio #6: Nunca fiar	54
Principio #7: Tenga siempre una reserva de efectivo	54
6. Acciones que se emplean en el capital social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable	54
7. Capital social como gestión estratégica de la responsabilidad y el compromiso social.....	55
Reflexiones finales	56
Referencias Bibliográficas.....	56
Capítulo IV Develación de la información.....	59
Resumen.....	59
Introducción.....	59
Reflexiones Finales	107
Referencias Bibliográficas.....	107
Resumen.....	109
Capítulo V Análisis y significado de la información	109
1. Análisis de la data	110
2. Interpretación de la data.....	114
Precisar las formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación que se presentan en las personas en las pymes.....	115
Conocer las formas de cohesión e integración de las personas dentro y fuera de las pymes.....	116
Conocer las formas de asociatividad, colaboración y cooperación que se presentan en las personas en las pymes.....	118
Precisarla confianza interpersonal e institucional desde la dirección en las pymes.	119
Caracterizar los principios que inspirarían a los directivos de las pymes a la formulación de estrategias orientadas a la sostenibilidad desde la base del capital social.	121

Conocer las acciones que se emplean en el capital social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable.	122
Reflexiones Finales	123
Referencias Bibliográficas	123
Resumen.....	126
Hallazgos.....	126
Capítulo VI Hallazgos, reflexiones finales y recomendaciones.....	126
Reflexiones finales	128
Recomendaciones	129
Referencias Bibliográficas.....	130
Capítulo VII Teoría sustantiva sobre el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable en las PYMES.....	132
Resumen.....	132
Introducción	132
Capital Social como impulsor de la Gestión Estratégica en las PYMES	133
Reflexiones finales	137
Referencias Bibliográficas.....	137

Listado de figuras

Figura No 1. Diseño de la investigación	36
Figura No 2 diagrama de informante clave 1	70
Figura No 3. Informante clave 2	80
Figura No 4. Informante clave 3	89
Figura No 5. Informante clave 4	100

Listad de tablas

Tabla 1 Informante clave 1: Entrevista semiestructurada	60
Tabla 2 Informante clave 1. Entrevista semiestructurada	62
Tabla 3 Informante clave 1 Entrevista semiestructurada	64
Tabla 4 Informante clave 1 Entrevista semiestructurada	65
Tabla 5 Informante clave 1 Entrevista semiestructurada	66
Tabla 6 Informante clave 1 entrevista semiestructurada	68
Tabla 7 Informante clave 1. Entrevista semiestructurada	69
Tabla 8 Informante clave 2 Entrevista semiestructurada	70
Tabla 9 Informe clave 2 Entrevista semiestructurada.....	71
Tabla 10 Informante clave 2 Entrevista semiestructurada	73
Tabla 11 Informante clave 2 Entrevista semiestructurada	74
Tabla 12 Informante clave 2 Entrevista semiestructurada	75
Tabla 13 Informante clave 2 Entrevista semiestructurada	76
Tabla 14 Informante clave 2 Entrevista semiestructurada	77
Tabla 15 Informante clave 2 Entrevista semiestructurada	79
Tabla 16 Informante clave 3 Entrevista semiestructurada	80
Tabla 17 Informante clave 3 Entrevista semiestructurada	82
Tabla 18 Informante clave 3 Entrevista semiestructurada	83
Tabla 19 Informante clave 3 Entrevista semiestructurada	84
Tabla 20 Informante clave 3 Entrevista semiestructurada	85
Tabla 21 Informante clave 3 Entrevista semiestructurada	87
Tabla 22 Informante clave 3 Entrevista semiestructurada	88
Tabla 23 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	89
Tabla 24 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	90
Tabla 25 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	92
Tabla 26 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	93
Tabla 27 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	94
Tabla 28 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	95
Tabla 29 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	96
Tabla 30 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	97
Tabla 31 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	98
Tabla 32 Informante clave 4 Entrevista semiestructurada	99
Tabla 33 Triangulación subcategorial: formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación.....	101
Tabla 34 triangulación subcategorial: formas de cohesión e integración.....	102
Tabla 35 triangulación subcategorial: confianza personal e institucional.....	103
Tabla 36 triangulación subcategorial: variables del entorno que se tienen en cuenta para la formulación de estrategias	104
Tabla 37 triangulación subcategorial: principios que inspirarían a los directivos de las pymes a la formulación de estrategias orientadas a la sostenibilidad desde la base del capital social.....	105
Tabla 38 triangulación subcategorial: acciones que se emplean en el capital	

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable 106
Tabla 39 Esquema de triangulación 115

Introducción

El presente texto es el resultado del proceso de investigación realizado en dos Universidades de la ciudad de Barranquilla y el Departamento del Atlántico, con relación al desarrollo del pensamiento crítico a través de estrategias mediadas por TIC en educación superior. Durante el proceso, se utilizaron estrategias con la incorporación de herramientas TIC, para analizar el aporte de estas en el desarrollo de los niveles de pensamiento crítico.

Se parte de la idea que, en Colombia, es urgente la necesidad de formar a los estudiantes desde la concepción que se tiene de pensamiento crítico, pues es menester comprender, que los estudiantes de educación superior presentan falencias en el desarrollo de sus niveles de pensamiento, por lo que se hace fundamentalmente necesario encontrar ambientes que motiven el cambio mental de los mismos. En igual sentido, interesa tener en cuenta, que gran parte del sistema educativo colombiano, se ha caracterizado por una enseñanza fragmentada y muchas veces descontextualizada, que no ha hecho efectiva la integración de lo tecnológico con lo pedagógico, situación que ha generado desmotivación en los estudiantes. De allí que se reconozcan las TIC como eje fundamental en los procesos pedagógicos para despertar el interés de los mismos.

Algunos investigadores como, Parra (2003), López (2007), Velásquez & Figueroa (2011), Torres Miranda (2015), coinciden en que el problema radica en la manera como el docente genera desarrollo en los niveles de pensamiento de sus estudiantes, ya que es él, quien asumiendo el papel de orientador y mediador de los procesos, debe pensar y seleccionar las estrategias didácticas, los recursos, la estrategias evaluativas y las herramientas idóneas para contribuir al desarrollo y fortalecimiento de los niveles de pensamiento, de tal manera que el estudiante sea capaz de comprender, argumentar, inferir, solucionar problemas, proponer, etc.

La Comisión Nacional para el desarrollo de la Educación, estamento del Ministerio de Educación Nacional, en uno de sus informes realizados, explica la necesidad de proporcionar a los estudiantes estructuras de pensamiento crítico, que permitan el desarrollo de ideas, nuevos conceptos, emisión de juicios, entre otros. De allí que se valoren posiciones teóricas como la de Villarini (2004), quien señala que el pensamiento crítico es aquella capacidad para examinarse y evaluarse así mismo, es decir, como un pensamiento que se alcanza en la medida que se supera así mismo y lógicamente a sus formas más simple, hasta llegar al más complejo.

Las Instituciones de Educación Superior, deben fomentar el desarrollo del pensamiento crítico, a través de recursos y herramientas que fortalezcan y contribuyan al desarrollo de dicho pensamiento.

Es bien conocido que en la actualidad las TIC han impactado a toda la sociedad, tanto así que han modificado la manera como se gestiona y comparte la información a través del uso de estas mediaciones tecnológicas, que no han hecho más que penetrar en diferentes áreas del conocimiento y sectores de la economía. Su inclusión en educación ha logrado innovar y mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje y el desarrollo de pensamiento crítico, lo que ha provocado que muchas instituciones la incorporen en los procesos de formación, en aras de lograr que los estudiantes como centro del proceso educativo, adquieran un aprendizaje significativo.

En el campo de la educación se viene entonces, trabajando con múltiples herramientas tecnológicas como la plataforma MOODLE y la WEB 2.0, las cuales, ofrecen recursos que acompañados con estrategias pedagógicas innovadoras contribuyen al fortalecimiento de destrezas y habilidades de pensamiento, así como también, con el desarrollo de algunas competencias tanto genéricas como específicas de los estudiantes.

Hoy por hoy, a pesar de encontrar múltiples investigaciones relacionadas con el tema, muy pocas de estas investigaciones están orientadas a la articulación TIC – pensam-

iento crítico, relación que debe considerarse sobremanera puesto que en la actualidad surge la necesidad de fortalecer los niveles de pensamiento a través de nuevos ambientes de enseñanza – aprendizaje que motiven al estudiante que es un “nativo digital”, a pensar de manera crítica, a solucionar problemas y a aportar puntos de vistas coherentes.

El propósito de esta investigación fue, a través de una metodología mixta, analizar el nivel de desarrollo de pensamiento crítico, al implementar estrategias didácticas mediadas por TIC, apoyados en postulados de Villarini (2004), Subiría (2014), Arrieta, Flórez & Martínez (2010), Mota (2010) y Miranda (2003); los resultados de la investigación concluyeron que a los estudiantes a los cuales se le aplicaron las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje, presentaron una mejoría significativa en el desarrollo de sus niveles de pensamiento crítico.

Los resultados obtenidos de la investigación serán divulgados en el presente texto con la finalidad de concientizar a la comunidad académica (estudiantes y docentes) sobre la importancia del uso de TIC, como un ambiente que facilita y motiva los procesos de enseñanza-aprendizaje, y que impacta positivamente en el desarrollo de los niveles de pensamiento crítico de los estudiantes universitarios.

La manera como se estructura el texto busca que el lector reflexione en términos generales la temática para poder comprender los resultados obtenidos en cada fase de la investigación y así pueda confrontarlo con su realidad educativa.

Se desarrollaron cuatro capítulos en donde el primero se hace un análisis profundo sobre las categorías: Pensamiento crítico, inclusión de las TIC en el proceso de enseñanza – aprendizaje en Educación Superior, el segundo, explica la articulación TIC- Pensamiento crítico, a través de un conjunto de procesos metodológicos, que permitirán comprender si las estrategias didácticas mediadas por TIC, contribuyen al desarrollo del pensamiento crítico de los estudiantes. El tercero, analiza los resultados obtenidos al aplicar estrategias mediadas por TIC y su impacto en los niveles de pensamiento crítico de los estudiantes de Educación Superior. El cuarto plantea las conclusiones generales a las que se llegaron, proyectando la continuidad del estudio del tema a través de investigaciones que lleven a encontrar en las TIC Una mediación didáctica pertinente y contextualizada.

Capítulo I

Las PYMES en un contexto global: Una mirada desde la realidad abordada.

SOBRE PENSAMIENTO CRÍTICO

Partamos de una realidad que preocupa, los maestros solemos confundir “lectura crítica con pensamiento crítico”, por lo que se puede inferir que nuestros estudiantes también lo harán, y si bien es cierto que existe un matrimonio entre estos, hay una separación obligada que nos lleva a entender de manera clara la diferencia entre ambos.

Villarini (2004), expresa que todo ser humano desarrolla la capacidad para pensar a partir de unas ciertas condiciones biológicas naturales e histórico – culturales, idea que adquiere veracidad en la medida que se comprenda que el pensamiento debe entenderse como una representación mental de la relación que el hombre establece con su mundo físico, social y cultural.

Esta teoría parte del reconocimiento que todo ser humano desarrolla funciones mentales superiores tales como la percepción, la memoria, la solución de problemas y la toma de decisiones y que en el transcurso de su vida a través de estas funciones, el hombre no solamente va construyendo sus conocimientos, sino que también sus estructuras mentales, mediante las cuales construye su saber.

Desde esta perspectiva teórica, Villarini (2004), define al pensamiento como:

Aquella capacidad que se tiene para procesar información y construir conocimiento, mediante la combinación de representaciones, operaciones y actitudes mentales. Esta combinación puede ocurrir en forma automática, sistemática (reflexiva), creativa y crítica, de acuerdo con los propósitos que persiga el pensamiento. (Ver figura 1).

En igual sentido esta teoría considera que el pensamiento posee tres niveles importantes:

Figura 1. Niveles de pensamiento.

Fuente: Tomado de la revista Perspectivas Psicológicas, vol. 3-4, año IV, p. 38

Para alcanzar el nivel de pensamiento “crítico”, el pensamiento debe pasar por un proceso mental consciente, En ese sentido se analizan tres niveles:

Nivel de pensamiento automático

Entendido como aquel nivel en donde el ser humano da una respuesta inmediata a los diversos estímulos que le proporciona el ambiente, casi siempre es característico en este nivel el mecanicismo mental, es decir, las respuestas previamente aprendidas. En este nivel el

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

ser humano si tiene en cuenta las acciones que realiza, se podría decir, que “hace las cosas sin pensarlas”. Lo que explica que la mente del individuo no ejerce un mínimo esfuerzo por pensar críticamente.

En la acción pedagógica la presencia del nivel de pensamiento automático se evidencia cuando exploramos el conocimiento previo del estudiante y en donde él deja en evidencia la manera de entender e interpretar el mundo social que lo rodea, lo que es determinante para poder articular lo que la persona cognitivamente trae consigo y la teoría que necesita para cualificar el pensamiento que carece de valor teórico.

Nivel de pensamiento sistemático

Este nivel también se conoce como “reflexivo”, puesto que exige usar todos los recursos intelectuales que el hombre tiene a su alcance, tales como conceptos, destrezas y actitudes, con el propósito de crear y dar nuevas respuestas las situaciones. Lo que explica que el ejercicio mental se torna un tanto exigente. (Ver figura 2.)

Figura 2. Pensamiento sistemático.

Fuente: Tomado de la revista *Perspectivas Psicológicas*, vol. 3-4, año IV, p. 38

En este nivel, el pensamiento parte de una simple información, que va a ser entendida como el objeto de pensamiento. Dicha información para que adquiera el sentido de sistemática y reflexiva, debe pasar por tres momentos:

El primer momento es la Recopilación, en donde se hace una revisión detallada y profunda de la información para poder a partir de un proceso exploratorio transformarla en conocimiento. Encajan dentro de este nivel, actividades como sensoriales y mentales como: observar, recordar, comparar, identificar, ordenar, agrupar y clasificar.

El segundo momento es la Interpretación, en donde se le da sentido y significado a la información. Este nivel se constituye como un proceso que consiste en comprender la información a través de actividades del pensamiento lógico tales como deducir, descomponer el todo en cada una de sus partes, explicaciones y por último determinar su importancia. Aquí juegan un papel importante las destrezas de pensamiento de los individuos.

El tercer nivel es el de Concluir, que guarda una directa relación con los anteriores subniveles, en el sentido que una vez la información es recopilada y estructurada, es interpretada, para luego, a partir del proceso previo, se tomen decisiones eficaces y efectivas y se dé solución a posibles problemas.

Según el planteamiento que se sustenta en este nivel de pensamiento, puede pensarse que es decisivo para el desarrollo del pensamiento crítico, pues exige un esfuerzo cognitivo y reflexivo importante por parte de la persona.

En las prácticas de aula una vez el maestro hace revisión de las ideas previas de sus estudiantes, lo ideal es proceder a entregarle el conocimiento significativo para que este tenga la oportunidad de vestir de manera formal sus ideas, esto es en palabras de Tamayo Mario: “pasar de un conocimiento de carácter simple a un conocimiento de carácter riguroso”

De otra parte, (López, 1990), al realizar un análisis de segundo orden sobre la epistemología y didáctica de las ciencias, se refiere a que la didáctica ha hecho un uso indiscriminado de la epistemología, puesto que obliga al docente a hacer una permanente reflexión de su quehacer pedagógico y así pueda seleccionar la didáctica pertinente en los procesos de enseñanza. El abuso puede entenderse de la siguiente manera.

Siguiendo a Sanjuániii (1979:62-62) la Didáctica es la Ciencia de la Enseñanza y del Aprendizaje, por lo que se sustenta en los métodos y estrategias que puedan garantizar que el proceso se desarrolle de manera eficiente. Pero ¿es pertinente seleccionar previo a el acto de enseñar la didáctica de una ciencia? o ¿tal didáctica surge de la reflexión que el maestro hace de su praxis? analicemos el siguiente ejemplo:

En un aula en donde se forman y cualifican estudiantes de 9° y se sabe que poseen característica como las siguientes: cuestionan de manera permanente el conocimiento compartido por el maestro, realizan aportes distintos a los socializados en la clase y en los procesos pedagógicos se manifiestan activos de manera permanente, ¿es pertinente realizar actividades que verifiquen la comprensión y asimilación de temáticas como: ¿talleres entregables, exámenes escritos, guías de trabajo, lectura de textos y ejercicios por competencias entregables? si de lo que se trata es de explotar sus capacidades y aprovecharlas para fortalecer las características que los identifican como grupo. diferente de la idea de proponerles actividades que lo lleven a la discusión y a la construcción de su propio conocimiento, teniendo en cuenta estrategias mediadas por TIC.

(López, 1990), es claro en la propuesta que hace de reemplazar a la didáctica por la epistemología, pues al tener en cuenta la segunda en lugar de la primera, es de suponer que el docente hizo una crítica reflexiva de su proceso, de tal manera que el mismo acto que desarrollado con los estudiantes, le va indicando al maestro que estrategia didáctica utilizar, por tanto la didáctica será fructífera y garante de aprendizajes significativos.

Lo que se pretende es entender es que en la medida que los maestros hagan epistemología de su propia pedagogía, su enseñanza va a atender a las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes, de manera que la didáctica empleada será pertinente y contextualizada, que los lleve a desarrollar habilidades y capacidad y así fortalecer competencias como: argumentar e interpretar problemas que se le puedan plantear. Los foros de discusión en la WEB, constituyen una propuesta para lograrlo.

Se deduce entonces que la didáctica no es cuestión de improvisación, ni de planificación apresurada, ella surge en el mismo proceso pedagógico, indicándole al maestro los métodos y estrategias pertinentes que emplear.

Ahora bien, el estudiante que piensa de manera sistemática está en la capacidad de comprender contenidos significativos y articularlos con su realidad, para poder darle solución a problemas que se le puedan plantear, de hecho, si lo hace, no esta distante de alcanzar un nivel importante, es decir, de orden crítico.

Nivel de Pensamiento Crítico

El pensamiento crítico, es el nivel más complejo al que puede llegar nuestro pensamiento, puesto que parte de una categoría importante llamada: Metacognición, la cual exige hacer una autoreflexión de nuestro conocimiento, un constante autoexamen, autocrítica y autocontrol de nuestra capacidad de conocer. Si se tiene en cuenta lo anterior, el desarrollo del pensamiento crítico, tal como se describe en la figura 3.

Figura 3. Desarrollo del pensamiento crítico.

Fuente: Tomado de la revista Perspectivas Psicológicas, vol. 3-4, año IV, p. 39

En este mismo orden de ideas, Rojas (2000), considera que el pensamiento crítico es el que se toma sí mismo como objeto de estudio y análisis, a su vez, que es la capacidad.

conjunto de destrezas, conceptos y actitudes del pensamiento para examinarse a sí mismo, es el pensamiento propio de otros. Rojas (2000), en su texto explica que el pensamiento crítico se divide en cinco dimensiones: lógica, sustantiva, contextual, pragmática y contextual.

Dimensiones del Pensamiento

Dimensión lógica

Rojas (2000), explica que cuando reconocemos que el pensamiento tiene una estructura lógica, tenemos la facultad de pensar con mayor claridad, esto significa, darle valor a la idea que nuestro pensamiento posee, una estructura, una organización racional, que puede ir de lo simple a lo complejo. La dimensión lógica entonces se expresa en la claridad de conceptos, la validez de los mismos, coherencia, suficiencia, objetividad y precisión al expresar ideas.

Dimensión sustantiva

Si la dimensión lógica analiza la estructura formal del pensamiento, parafraseando al autor en mención, la dimensión sustantiva evalúa la veracidad o falsedad de la información que procesa nuestro pensamiento, es decir, examina al pensamiento en su contenido, en otros términos, la esencia del mismo. Esta dimensión exige entonces depurar la información puesto que es el fundamento, la justificación, la evidencia, las pruebas, los criterios de realidad de nuestro pensamiento.

Dimensión Contextual

Esta dimensión, se encarga de examinar el contenido socio-biográfico, en el cual se lleva a cabo la actividad del pensamiento, esto es, hacer una revisión interna de las ideas de nuestro pensamiento, con relación al mundo que nos rodea para establecer una articulación entre lo que se piensa y lo que se percibe en la cotidianidad. En esta dimensión, se resalta la importancia de conocer el contexto para poder interpretar bien un argumento, de allí que juegue un papel muy importante la Hermeneútica, luego entonces, la dimensión contextual constituye una parte y el todo de una situación compuesta de la estructura, época, sociedad, cultura y conjuntiva.

Dimensión Pragmática

En esta dimensión Rojas (2000), parte de las consideraciones de los filósofos, pero analiza profundamente las apreciaciones de Emmanuel Kant, al referirse a la razón práctica, la cual incluye una orientación a la razón y a su vez explica que las condiciones del conocimiento están relacionadas con la experiencia humana, de allí que cobren importancia las actitudes, efecto, emociones, valores, intereses, propósitos y los ideológicos de cada persona.

Dimensión Dialógica

La dimensión dialógica se refiere a la capacidad para examinar el propio con relación

al de otros, para asumir otros puntos de vista y para mediar con otros pensamientos. Esta dimensión, tiene la posibilidad de generar debate, puesto que se da a luz de otro pensamiento, permitiendo así que se evalúen los argumentos propios con relación al adversario.

Corresponde ahora referirse a Lectura crítica.

(Serrano, 2007), expresa que La lectura crítica es una disposición, una inclinación de la persona a tratar de llegar al sentido profundo del texto, a las ideas subyacentes, a los fundamentos y razonamientos y a la ideología implícita, para considerar explicaciones alternativas y a no dar nada por sentado cuando podría ser razonable ponerlo en duda, el autor, citando a (Smith, 1994; Cassany, 2004; 2006). Supone entonces no aceptar a priori las ideas y razonamientos del autor, sin antes discutirlos reflexivamente, prestar atención cuidadosa a las diversas connotaciones de las palabras o de los enunciados, discrepar de cualquier afirmación, principio o teoría, combatir y cuestionar imprecisiones u opiniones contrarias; identificar puntos de vista, intenciones, distinguir posiciones y contrastarlos con otras alternativas.

UN ACERCAMIENTO A LA DEFINICIÓN DE PENSAMIENTO CRÍTICO

(Montoya, 2011) en una de sus investigaciones orientadas al acercamiento al desarrollo del pensamiento crítico, un reto para la educación actual expresa que en nuestros estudiantes hay una evidente falta de pensamiento crítico, puesto que no cuestionan, no analiza, no obstante desarrolla las actividades de verificación que los maestros le asignan.

La Comisión Nacional para el desarrollo de la Educación, estamento del MEN, en uno de sus informes a partir de estudios realizados explica la necesidad de proporcionar a nuestros estudiantes estructuras de pensamiento crítico, de manera que los lleven a desarrollar conceptos y categorías fundamentales de las ciencias.

En nuestro país es fundamental formar a los niños y jóvenes desde la concepción que se tiene de pensamiento crítico, por qué, porque gran parte de nuestro sistema educativo, se caracteriza por una enseñanza fragmentada, acrítica, desactualizada e inadecuada que no permiten la integración conceptual con lo real, lo que no genera interés en los estudiantes.

Queda en evidencia entonces un problema, la falta de habilidades de pensamiento crítico en los procesos de enseñanza- aprendizaje, lo que obliga a los docentes reflexionar de manera urgente a hacer epistemología de su pedagogía para analizar cómo desde su acto pedagógico fortalece tales habilidades.

De acuerdo al aporte investigativo de este autor, se deduce entonces que la formación desde el pensamiento crítico es de orden mundial.

Ahora bien, se trata de tener un acercamiento al concepto de lo que implica pensamiento crítico, por lo que es válido cuestionarse sobre los siguientes juicios.

(ELDER, 2003), considera que una persona que piensa de manera crítica, en autónoma, es decir, que tiene el criterio para tomar decisiones, es curiosa, puesto que despierta a conocer la verdad y entender en mundo físico, social y cultural. Es una persona que posee un carácter intelectual, debido a que posee capacidad para expresar y defender sus ideas, creencias, puntos de vista, dicho de otro modo, mantener una posición determinada frente a algo. Es humilde, en el sentido que reconoce sus límites intelectuales y poder asumir con responsabilidad errores y poder corregir.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

De otra parte, Ennis. R. H. expresa que una persona que piensa de manera crítica posee unos atributos que guardan relación con la reflexión, la razonabilidad, la profundidad y la flexibilidad.

Lipman, sobre pensamiento crítico plantea que está asociado con las siguientes ideas: la capacidad de raciocinio y de juicio, comparar dos o más ideas para conocerlas, compararlas, criticarlas y delimitar sus relaciones, en igual sentido, resolver problemas y aprender nuevos conceptos.

Los anteriores soportes podrían darnos una claridad conceptual frente a la reconstrucción de un concepto de pensamiento crítico de tal manera que sea comprensible y desde el reconocimiento de las habilidades de pensamiento de nuestros niños y jóvenes entrar a fortalecer tal pensamiento.

Se propone entonces el siguiente concepto: pensamiento crítico es aquel proceso de cualificación del pensamiento, es una actitud intelectual que asume la persona para autoevaluar la estructura y consistencia de sus propios razonamientos, opiniones o juicios, que la gente valora en el contexto de la vida cotidiana. El pensamiento crítico se basa en valores intelectuales que tratan de ir más allá de las impresiones y opiniones particulares, por lo que requiere claridad, exactitud, precisión, evidencia y equidad, puede ser definido también como un proceso mediante el cual se usa el conocimiento y la inteligencia para llegar, de forma efectiva, a la posición más razonable y justificada sobre un tema, y en la cual se procura identificar y superar las numerosas barreras u obstáculos que los prejuicios o sesgos introducen.

Tecnologías de información y comunicación TIC

Tomando los fundamentos vigostkianos, Valencia (2012), expresa que las TIC son hoy día imprescindibles, dado que están en condiciones de ofrecer escenarios educativos didácticamente apropiados y pertinentes para apoyar y enriquecer la construcción de conocimiento; de acuerdo con Vigotsky, el aprendizaje es entendido entonces como un mecanismo de desarrollo donde la interacción social es el motor, destacándose así la importancia del contexto social en la construcción colectiva del conocimiento.

El papel que representan las comunidades en la construcción social del conocimiento conjugado al potencial de las TIC permite apreciar la presencia e influencia de nuevos lenguajes, herramientas e instrumentos culturales en los procesos de construcción de interacciones sociales sostenibles que deben ser objeto de mayor conocimiento y reflexión en torno al condicionamiento de escenarios innovadores de aprendizaje y enseñanza.

La incorporación de las TIC a la educación ha exigido en nuestro tiempo reflexionar sobre cuáles los retos de la educación y determinar posteriormente de qué manera y en qué condiciones la presencia de las TIC en las Instituciones de educación contribuye a ellos.

Es así, como desde las orientaciones generales para la educación en Tecnología, el Plan Nacional de Educación - MEN (2013), plantea un conjunto de políticas nacionales que van acorde con los requerimientos de los estudiantes y las necesidades que se presentan dentro de las instituciones educativas, entre las que se destacan el interés por integrar la Ciencia y la Tecnología al sistema educativo, como herramientas para transformar el entorno y mejorar la calidad de vida y, la necesidad de definir claramente los objetivos y las prioridades de la educación para responder a las demandas del siglo XXI, mediante propuestas y acciones concretas encaminadas a asumir los desafíos de la sociedad del conocimiento.

Según el MEN (2013), la educación colombiana requiere una renovación pedagógica

con el uso de las TIC, mediante procesos pedagógicos y de gestión que reconozcan la transversalidad curricular del uso de herramientas tecnológicas en el estudio pedagógico, que realizan los docentes, quienes manejan y se apropian de las TIC, permitiendo que los planes de estudio respondan a las necesidades de los estudiantes de una determinada comunidad.

En ese sentido, la implementación de estrategias didácticas que faciliten aprendizaje autónomo, colaborativo y el fortalecimiento del pensamiento crítico y creativo mediante el uso de las TIC, y que a su vez genere interés por la investigación y promover así la calidad de los procesos educativos y la permanencia de los estudiantes en el sistema MEN (2013). Es necesario indagar si la utilización de herramientas tecnológicas lleva a desarrollar en los estudiantes habilidades que posteriormente se refuerzan con las actividades que planea el docente para lograr una participación activa dentro de los programas académicos para desarrollar los contenidos.

De acuerdo con lo anterior, se tiene en cuenta los planteamientos de Yanes (2007), quien expresa que la introducción de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información TIC en la educación, sin duda alguna, se crea con un nuevo ambiente para comprender la relación que existe entre los contenidos nuevos y esquemas mentales o conocimientos previos existentes en las personas y partiendo de allí, se afirma que el aprendizaje es un resultado de las relaciones que se establecen entre distintos alumnos, y entre éstos y el profesor, los cuales interactúan a través de diversos medios tradicionales o tecnologías modernas, metodologías y modelos pedagógicos.

La sociedad de la información trae consigo una serie de disposiciones, históricas que la emparentan con el cambio de mentalidad desde la arcaica a la moderna. Las TIC en actuales momentos juegan un rol protagónico en la transformación de la sociedad y la vinculación de la información y promoción de nuevas tendencias que modifican el comportamiento humano a nivel mundial.

La idea anterior, explica que las TIC, pueden ser entendidas como el fruto del desarrollo histórico - científico, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico y modificando el sistema de valores vigente.

Si se hace un análisis de las consideraciones de algunos teóricos, encontramos que la incorporación de las TIC en educación en palabras de Cabero (2010), nos va a permitir nuevas formas de acceder, generar, y transmitir información y conocimientos; lo que nos abrirá las puertas para poder flexibilizar, transformar, cambiar, extender; en definitiva buscar nuevas perspectivas en una serie de variables y dimensiones del acto educativo, en concreto nos permitirá la flexibilización a diferentes niveles: temporal y espacial para la interacción y recepción de la información. Por tanto deslocalización del conocimiento; Para el uso de diferentes herramientas de comunicación; Para la interacción con diferentes tipos de códigos y sistemas simbólicos; Para la elección del itinerario formativo; De estrategias y técnicas para la formación; Para la convergencia tecnológica; Para el acceso a la información, y a diferentes fuentes de la misma; Y flexibilización en cuanto a los roles del profesor y su figura.

Más adelante, Cabero (2010), expresa que sin lugar a dudas una de las grandes características de las TIC radica en su capacidad para ofrecer una presentación multimedia, donde utilicemos una diversidad de símbolos, tanto de forma individual como conjunta para la elaboración de los mensajes: imágenes estáticas, imágenes en movimiento, imágenes tridimensionales, sonidos, etc.; es decir, nos ofrecen la posibilidad, la flexibilización, de superar el trabajo exclusivo con códigos verbales, y pasar a otros audiovisuales y multimedia, con las repercusiones que ello, tiene ya que vivimos en un mundo multimedia interactivo, donde los códigos visuales han adquirido más importancia que en el pasado.

Lo anterior implica entender que la incorporación de las TIC a la educación exige

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

pensar previamente cuáles son los objetivos y los retos de la educación y en igual sentido, determinar posteriormente de qué manera y en qué condiciones la presencia de las TIC en la educación contribuye a ellos. Lo primero y más importante es determinar el sentido de las TIC en la educación y cuál es el modelo pedagógico con el que se puede contribuir de forma más directa a mejorar la calidad y la equidad educativa. Por ello es imprescindible establecer la relación de las TIC con el desarrollo en los alumnos de su capacidad para aprender a aprender, para buscar información de forma selectiva, para tener una posición crítica ante la información disponible en la red, para fomentar los encuentros personales entre los iguales y no solo los virtuales, para ayudar a comprender la realidad multicultural iberoamericana y para fomentar los valores de tolerancia, respeto, solidaridad y justicia.

Características de la Tecnología de Información y Comunicación TIC

Según los planteamientos de Kustcher & Pierre (2001), las características de las TIC son tan variadas como las mismas TIC pero en términos generales se mencionarán las que los autores consideran primordiales. Las características que permiten delimitar las tecnologías de información y comunicación que consideran los autores en mención son las siguientes:

La potencia que permiten los aparatos al trabajar con una gran cantidad de diferente información y de forma simultánea. La miniaturización de los componentes de los aparatos, lo que los vuelve más compactos y portátiles.

Y la presencia de la fibra óptica como medio ultra rápido de transporte de la información en más y más redes (p. 31), así como también la comunicación inalámbrica entre los equipos digitalizados. Castells (1986), Gilbert y otros, (1992), y Cebrián Herreros, (1992), citados por Cabero (1994), señalan que las características de las TIC son:

- Inmaterialidad: su materia prima es la información en cuanto a su generación y procesamiento, así se permite el acceso de grandes masas de datos en cortos períodos de tiempo, presentándola por diferentes tipos de códigos lingüísticos y su transmisión a lugares lejanos.
- Interactividad: permite una relación sujeto-maquina adaptada a las características de los usuarios.
- Instantaneidad: facilita que se rompan las barreras temporales y espaciales de las naciones y las culturas.
- Innovación: persigue la mejora, el cambio y la superación cualitativa y cuantitativa de sus predecesoras, elevando los parámetros de calidad en imagen y sonido.
- Digitalización de la imagen y sonido: lo que facilita su manipulación y distribución con parámetros más elevados de calidad y a costos menores de distribución, centrada más en los procesos que en los productos.
- Automatización e interconexión: pueden funcionar independientemente, su combinación permite ampliar sus posibilidades así como su alcance.
- Diversidad: las tecnologías que giran en torno a algunas de las características anteriormente señaladas y por la diversidad de funciones que pueden desempeñar.

Estas características, sin duda hacen que las transformaciones sociales, culturales y económicas que enmarcan la sociedad del siglo XXI sean avasallantes. Además permiten su uso en los procesos de enseñanza y aprendizaje ya sea presencial o a distancia, en forma uni o bidireccionalmente, propician el intercambio de roles y mensajes, en otras palabras median el proceso de comunicación entre estudiantes, estudiantes - docentes y estudiantes - materiales, antes que consumen, producen y distribuyen información, que se puede utilizar en tiempo real o ser almacenada para tener acceso a ella cuando los interesados así lo requieran, incrementando la posibilidad de acceso a la educación a todos aquellos cuyos horarios del trabajo no le permitan asistir en un momento determinado.

Según lo anterior, se asume la postura de que las TIC deben ser entendidas como un ambiente en donde se favorece la interacción e interactividad entre docentes –estudiantes, estudiante – estudiante y estudiante - materiales de estudio. En igual sentido, pueden entenderse como un ambiente que favorece al trabajo cooperativo, contemplando la idea de que el ser humano tiene que interactuar permanentemente con el otro para enriquecer su pensamiento y que el estudiante puede ver en la figura del profesor un orientador que lo guíe en la toma de decisiones, en la selección adecuada de datos e información, y construcción del conocimiento, lo apoye no sólo en el contenido de la asignatura sino también en el uso educativo de las TIC.

Importancia de las TIC en Educación Superior

Salazar (2003), distingue cuatro etapas diferentes de avance en la incorporación de las TIC a la educación:

- a) La etapa emergente, cuando se ha tomado conciencia de los beneficios de las TIC en la educación.
- b) La etapa de aplicación, cuando las autoridades educacionales comienzan a realizar proyectos pilotos en escuelas seleccionadas.
- c) La etapa de integración, cuando las escuelas y las maestrías, cuentan con recursos tecnológicos, se han instalado procesos de capacitación de los docentes y se ha integrado el uso de las TIC en el currículum.
- d) La etapa de transformación, cuando las escuelas de post grado, han incorporado las TIC de manera sistemática e integral en el proceso de enseñanza - aprendizaje y en la organización de la tarea del docente.

La incorporación de las TIC a la educación es un proceso altamente dificultoso, pues supone el ‘injerto’ de un modelo (con sus conceptos, discursos y prácticas) originado en el exterior de los sistemas de enseñanza. El proceso inicial es siempre de “afuera” hacia “adentro” del sistema educativo, lo que genera múltiples resistencias. Gran parte de la resistencia proviene de los profesores, cuya educación se realizó de forma tradicional y no se encuentran familiarizados con las TIC y sus lenguajes. 54 Desde el punto de vista de los proyectos de informática educativa, “vencer la resistencia” de los docentes significa no solo que ellos aprendan a manejar los equipos sino, muy especialmente, que aprendan a utilizarlos con propósitos educativos, es decir, que puedan incorporar la tecnología al trabajo diario no solo en el aula escolar sino en la universitaria.

Para esos efectos los maestrías requieren de tiempo y apoyo para comprender la nueva cultura y expandir sus horizontes educacionales. También requieren de un cambio de actitud que les permita incorporar una cultura que abarca desde las prácticas pedagógicas hasta la discusión de temas éticos y estéticos que no les son familiares. Esencial para este cambio de actitud es vencer la percepción de amenaza respecto a que las tecnologías reducen o degradan el rol del docente, cuestión compleja puesto que el nuevo contexto que resulta de la presencia de los computadores en el aula efectivamente implica una revisión del rol tradicional del docente.

En ese mismo orden de ideas, Coll (2004), analiza el impacto de las TIC en la educación, como la tecnología que transforma la enseñanza y mejora el aprendizaje, debido a que es un instrumento de desarrollo social, modificando la comunicación y el acceso al conocimiento, haciendo posible la supresión de barreras espaciales y temporales para que más personas puedan lograr formación y educación.

Londoño & Valencia (2012), plantearon que las Tecnologías de la Información y la Comunicación están modificando la forma de elaboración, adquisición y transmisión de los conocimientos, brindan posibilidades de renovar el contenido de los cursos y los métodos

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

pedagógicos, y de ampliar el acceso a la Educación Superior. De allí que la nueva sociedad de la información requiere cambios a nivel educativo que sean flexibles a las demandas tecnológicas, que permitan dinamizar el trabajo, el diálogo permanente, favorezcan la construcción del conocimiento, mejoren las prácticas, promuevan calidad de la educación, respondan a los retos educativos y faciliten experiencias innovadoras en procesos de enseñanza y aprendizaje mediados por TIC. Las instituciones de educación superior, requieren compromiso por parte de los profesores de contribuir a la transformación educativa para incorporar nuevos retos desde las tecnologías de información y comunicación a nivel local, nacional e internacional.

Como lo plantean algunos autores, Duart & Sangrá (2010); Sigales (2004), la presencia de las TIC en la educación superior ha sido escasa, sobre todo si se pone la mirada en el aporte a los procesos de enseñanza y aprendizaje. Diferentes factores están haciendo que las universidades, inclusive las más tradicionales, se pronuncien y actúen en el tema de la incorporación de las TIC en sus procesos educativos.

Sigales (2004), señala que aspectos deben ser tenidos en cuenta al momento de incorporar las TIC a los procesos educativos en Educación Superior, expresa que estos están relacionados con la supeditación de la tecnología a una estrategia de formación definida, que responda a la misión y a los valores de la propia universidad y a sus objetivos docentes.

En tal sentido, Sánchez (2001), consideró que el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación está generando (o permitiendo que se manifiesten) nuevas y distintas formas de aprender que es no lineal, ni secuencial sino hipermedial. De aquí surge también un aprender con el apoyo de una variedad de medios para responder a una diversidad de estilos propios de un aprender multimedial. Del mismo modo, la tecnología está acercando la globalización al aula gracias al uso de las telecomunicaciones.

Ahora bien, cuando se tiene conocimiento del uso pedagógico de las TIC, se adquieren competencias que facilitan el uso de estas herramientas virtuales, como por ejemplo, navegar en Internet, calcular datos, usar un correo electrónico, etc. A pesar de todas estas ventajas, muchos docentes hoy en día no logran comprender a cabalidad la utilidad que puede significar el uso de las TIC en el desarrollo de sus clases y de qué maneras estas pueden favorecer al fortalecimiento de los niveles de pensamiento crítico de los estudiantes.

Por esto, las TIC adquieren importancia en la los procesos educativos y no sólo en la formación inicial, sino durante toda la vida profesional, debido a que cada vez más las TIC juegan un papel importante en el aprendizaje de los estudiantes, puesto que, por ejemplo, el uso de Internet cada vez adquiere más adeptos, lo que implica que la información es buscada y encontrada más rápido que dentro de la escuela o alma mater.

En ese orden de ideas, Tobón, Arbeláez, Falcón & Sánchez (2010), explicaron que:

La incorporación de las TIC en los procesos educativos, abre un abanico de posibilidades y horizontes para ofrecer otros modelos educativos en donde las tecnologías pueden ser concebidas como apoyo o complemento a la educación presencial, o propiciar la educación totalmente en línea; trayendo consigo las posibilidades de crear otras metodologías de enseñanza, potenciar modalidades de aprendizaje, estructurar nuevos sistemas organizacionales, viabilizar la ampliación de cobertura, ofrecer gran diversidad de recursos, enriquecer los procesos de interacción, lograr innovaciones en la práctica educativa, entre otros. (p. 22).

Quiere decir esto, que en cada campo del conocimiento y del trabajo profesional se han producido nuevos enfoques, tecnologías y procesos que obligan la incorporación de las Tic en la educación, que al fin de cuentas es el punto de partida. La innovación toca no sólo a las escuelas, sino también a las universidades y otras instituciones de educación, por lo que debe planificarse estrategias que estimulen al fortalecimiento de los niveles de pensamiento crítico y al

autoaprendizaje. De allí que se deduzca que los currículos tienen que flexibilizarse y adecuarse a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Entrar a la sociedad del conocimiento de manera tangible pero crítica es una obligación para con nosotros mismos y el país.

Por tales razones, las universidades deben:

- Propiciar en los profesores actitudes favorables hacia las TIC a partir del apoyo y el reconocimiento del ser humano
- Fundamentar los procesos de cambio en las modalidades de enseñanza a partir de la consideración de las TIC, con un sentido esencialmente académico y pedagógico
- Coordinar esfuerzos en pro de la utilización de las diferentes iniciativas de infraestructura y recursos tecnológicos disponibles, para el uso de las diferentes facultades y escuelas, así como el aprovechamiento equitativo del financiamiento a los proyectos relacionados con la enseñanza mediante TIC.
- Propiciar y apoyar la producción de contenidos, materiales y medios instruccionales, mediante el uso de TIC, a partir de la creación de un sistema de incentivos para el trabajo de diseño de los docentes.
- Integrar las TIC en la formación de pre y postgrado a partir de la actualización e incorporación de las mismas en los planes de estudio de las escuelas.
- Crear un sistema de pasantías para los estudiantes en las instalaciones y unidades que trabajen mediante las TIC.

Según lo anterior, resulta ventajoso el uso de las TIC en educación puesto que estas generan interés. Y motivación, permite la Interacción y la interactividad, se prioriza en la actividad intelectual, se aprende a partir de los errores, se garantiza una mayor comunicación entre profesores y alumnos, se promueve el aprendizaje cooperativo, se desarrollan habilidades de búsqueda, entre otras.

Si bien es cierto, en una sociedad la educación superior es del todo uno de los motores de desarrollo económico, pero si uno de los polos de la educación a lo largo de la vida. En las últimas décadas ha aumentado la población que solicita o requiere ingresar a instituciones de educación superior como uno de los caminos que le permite ascender en el nivel social es considerable, lo que nos permite entender que las Universidades deben estar a la vanguardia.

Esta visión nos permite entender el nuevo orden mundial en el que deberá desarrollarse la educación de nuestro país ya que ésta constituirá un factor que le permitirá a Colombia insertarse de mejor manera en el contexto internacional, de allí que sea necesario que se desarrollen sistemas educativos que aprovechen al máximo las TIC, y que permitan a estas, estar presente en la sociedad global que requerirá respuesta a necesidades distintas a las hasta ahora existentes.

De otra parte, Bricall (2000), considera que una de las bondades que ofrecen las TIC dentro del proceso educativo es que la información y el conocimiento de cualquier tipo imaginable pueden ser enviados, recibido, almacenado y posteriormente recuperado, sin ninguna limitación geográfica. En el informe universidad 2000 en el aparte relacionado con las TIC se señala que quienes acceden a la educación superior han de utilizar cada vez con mayor intensidad las TIC, lo cual hace que ellos mismos exijan su presencia en los currículos y en los métodos de enseñanza universitaria. “Al menos una cuarta parte de los estudiantes que finalizan la enseñanza secundaria en países como Australia, Canadá, Dinamarca, Islandia, Holanda, Nueva Zelanda, Suiza y Estados Unidos utilizan la computadora diariamente”.

Pero además, Bricall (2000), explica que desde la perspectiva de la oferta se ha verificado que estas tecnologías reportan importantes ventajas competitivas en la provisión de los servicios tradicionales de la Universidad, tanto en las tareas de formación, de comprobación de los expedientes académicos, de matriculación, de procesamiento de transacciones financieras y de la producción y distribución de materiales docentes como en la investigación, así como en la

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

gestión de los distintos procesos de organización desde la administración interna de la institución al fomento de la cooperación internacional de investigadores. Para ello la Universidad debe disponer de una red de intercambio de información, tanto formal como informal, para aumentar el flujo de la información dentro de la comunidad, por ello es imprescindible tener:

- Accesibilidad que viene a definir las posibilidades de intercomunicación y en la que no es suficiente con la mera disponibilidad tecnológica sino que sea adecuada y al alcance de los usuarios en el tiempo que este lo requiera
- Desarrollar la cultura de participación, cooperación, aceptación de la diversidad y voluntad de compartir, que estimulan la calidad de vida de la comunidad, ya que son unidades claves para el flujo efectivo y eficiente de la información. Si la diversidad no es bien recibida y la noción de colaboración es vista más como una amenaza que como una oportunidad, las condiciones de la comunidad serán débiles.
- Miembros con habilidades y destrezas: comunicativas, de procesamiento y gestión de la información, habilidad para acceder a la misma y pericia para explotarla.

Proceso de enseñanza – Aprendizaje a través de las TIC

En la actualidad, los sistemas de educación, requieren modelos de que permitan una amplia accesibilidad al conocimiento. Para ello, es necesario implementar en el marco de la sociedad de información un nuevo paradigma para los procesos de enseñanza- aprendizaje.

Desde ese punto de vista, se plantea una nueva forma de llevar el proceso de enseñanza-aprendizaje, en la que tanto el docente como el alumno, en un ambiente de aprendizaje puedan compartir sus conocimientos y su experiencia sobre diferentes áreas, desarrollar los niveles de pensamiento crítico y aportar ideas que contribuyan a la transformación de la sociedad, el rol del maestro deja de ser fuente del conocimiento para desarrollar funciones de guía, orientador, asesor y facilitador de recursos y herramientas de aprendizaje.

Es así como la incursión de las TIC no supone la desaparición del profesor como actor principal de los procesos de enseñanza y aprendizaje, aunque obliga a establecer un nuevo equilibrio en sus funciones. En este entorno, el profesor ha de tender a reemplazar su función de simple emisor y transmisor de información que con el advenimiento del cognitivismo y constructivismo han ido perdiendo vigencia en las aulas de clases, por la función de tutor del proceso de aprendizaje. Esto no hará más cómodo el trabajo de los profesores; más bien al contrario, ya que se les exigirá una mayor competencia pedagógica y un mayor grado de motivación. En este contexto virtual, el medio, la plataforma de Internet y los espacios electrónicos en los que armonizan los alumnos y el profesor se convierte en el ambiente, que emula la interacción que tiene lugar en el aula presencial pues busca la generación de aprendizajes, entendido éste “como un cambio en el significado de sus experiencias” Garza (2001).

Cuban (2001), afirma que los enfoques tradicionales en la enseñanza, como dependencia en los libros de texto, instrucción masiva, conferencias y pruebas de respuesta múltiple, están obsoletas en la era de la información. (Ver figura 4.).

Figura 4 .Proceso de enseñanza aprendizaje con TIC

Con respecto a lo anterior, Mauri & Onrubia (2008), consideró que con la integración de las TIC en el proceso de enseñanza y aprendizaje, lo que el profesorado debe aprender a dominar y valorar no es únicamente un nuevo instrumento, o un nuevo sistema de representación del conocimiento, sino una nueva cultura de aprendizaje. Lo anterior, corrobora que en la era tecnológica docentes y estudiantes se enfrentan a nuevos roles y retos por cumplir; con el fin de reflexionar acerca de su papel en el aula y transformarse para llegar a ser un maestro interco-

nectado, creativo, dinámico, innovador y crítico, algunos aspectos son necesarios para entender la forma cómo los estudiantes se ven influenciados por la tecnología y así poner en práctica didácticas innovadoras que beneficien todo el proceso pedagógico que orienta en la institución educativa en la que labora actualmente.

En la era de las tecnologías, el profesor que no es creativo, sólo utiliza y se ve retroalimentado por unos pocos elementos, en tanto que el creativo construye una red alrededor de su labor en el aula, en donde las opciones se incrementan y las relaciones sistémicas también.

En este sentido aparece en el panorama el concepto de PLE (Personal Learning Environment, el cual es un ambiente que el docente crea en torno a muchas herramientas, recursos, fuentes de información y actividades, las cuales propone a los estudiantes para cumplir un resultado en el aula; inmediatamente los estudiantes crean entornos personales y así se alimenta el proceso.

En ese mismo orden, la sociedad exige ser un profesor crítico, puesto que se pretende, analizar y reflexionar sobre el entorno y su práctica pedagógica, fomentando en sus estudiantes la toma de postura y la formación integral, más aún en la era de las tecnologías, en la cual los problemas éticos están a la orden del día.

Quintana (2012), quien cita a la filósofa y profesora americana Martha Nussbaum, afirma que existen tres capacidades para llegar a tal objetivo. En primer lugar se tiene el pensamiento crítico o examen crítico (noción socrática), que permite comprobar si lo que se lee o dice es consistente en su razonamiento y preciso en su juicio. Allí tiene mucho que ver la razón, ya que el individuo tomará postura después de un análisis, en el cual no intervienen las costumbres transmitidas o hábitos, sino la justificación racional. En este sentido, se fomenta en los estudiantes la reflexión acerca de la seguridad que deben tener en la web.

En segundo lugar, está la habilidad cosmopolita, que se centra en entender las diferencias entre los grupos, las naciones y los intereses comunes de los seres humanos que hacen que el entendimiento sea esencial si lo que se quiere es resolver los problemas comunes. Se trata de establecer un diálogo con diferentes puntos de vista e individuos en el mundo.

Y, por último, la imaginación narrativa, que alude a la habilidad para ponerse en los zapatos de personas diferentes, ser un lector inteligente de las historias de los demás y poder entender sus emociones y deseos. Justamente, allí, es el momento en el cual aparece el arte, la literatura, la historia y el cine, ya que cuando un ser humano, se acerca a un cuadro, a una obra literaria, a una pieza teatral, a una película o a un hecho histórico, éste está viendo una representación del ser humano, de otro ser humano diferente a él, que muestra a su vez una cosmovisión de otro ser más. De un acercamiento a ellas, se derivan razonamientos éticos respecto a la vida de otras personas, se imagina al otro en su contexto personal y global y se entienden y respetan sus emociones y sus deseos.

Lo anterior le permite pensar y anotar que desde la orientación de un proceso pedagógico mediado por la tecnología, el profesor puede desarrollar una ética en donde el “otro” desde su diferencia sea considerado un interlocutor válido; entonces ayudar en la construcción y formación de seres políticos que tomen postura como ciudadanos integrales y cosmopolitas en la diversidad de temas humanos que afectan al mundo. De allí nace su rol como profesor crítico en la sociedad. De igual forma, que las TIC, son importantes en los procesos de enseñanza – aprendizaje, debido a que contribuyen al desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que sin lugar a dudas permiten el desarrollo de los niveles de pensamiento crítico.

Capítulo II Abordaje epistémico - metodología

Epistemic approach – methodological

Resumen

En este capítulo, se explican los procesos los cuales caracterizan la metodología de la investigación, permitiendo atender las acciones que conllevan a los propósitos previamente establecidos, es decir, revelar el recorrido metodológico el cual según Hurtado de Barrera (2008:166), “debe estar en correspondencia al nivel de profundidad al que el investigador quiere llegar en el conocimiento propuesto, al método y a las técnicas que han de utilizarse en la recolección de la información”. Desde esta perspectiva, la metodología implementada para el desarrollo de este estudio, considera en sus argumentos los diferentes factores los cuales involucran al entorno social y junto con este a los individuos, quien en definitiva son los determinantes de las técnicas que se utilizan para el análisis de los datos obtenidos y los procedimientos. De esta manera, se puede contextualizar el conocimiento de forma explícita, sin embargo, es importante considerar la epistemología, en atención a ello, es prominente dar respuesta a las interrogantes de manera que logre obtener hallazgos relevantes.

Palabras clave: Abordaje, epistémico, metodológico.

Abstract

In this chapter, we explain the processes that characterize the research methodology, allowing us to address the actions that lead to the previously established purposes, that is, to reveal the methodological path which, according to Hurtado de Barrera (2008:166), “Must correspond to the level of depth to which the researcher wants to arrive at the proposed knowledge, method and techniques to be used in the collection of information.” From this perspective, the methodology implemented for the development of this study, considers in its arguments the different factors which involve the social environment and along with this the individuals, who in the end are the determinants of the techniques that are used for the analysis of the data obtained and the procedures. In this way, it is possible to contextualize knowledge explicitly, however, it is important to consider epistemology, in view of this, it is prominent to answer the questions in a way that achieves relevant findings.

Keywords: Approach, epistemic, methodological

1. Transitando los caminos pos positivistas

La fundamentación epistemológica refleja la posición del investigador, es la representación y origen de las ideas, logrando obtener por medio de esta postura respuesta a las situaciones que se quieren analizar, esbozadas en los estudios para dar contestación a interrogantes originadas de un problema desde la perspectiva científica.

De esta manera, la orientación hacia una postura epistemológica marca el estilo desde la acción cognitiva asociada con la capacidad que tiene el sujeto para generar conocimiento y refleja el pensamiento del investigador, en su forma de pensar frente al enfoque adoptado, en otras palabras, este se involucra desde lo personal y cognitivo para desarrollar un estudio, reflejado en el producto de la investigación.

Dentro del mismo orden de ideas, para Vargas (2010) toda investigación debe contar con una estructura epistemológica y metodológica que determine el camino concreto para la construcción del conocimiento, así como las posturas que habrán de ser asumidas en tal construcción. Por tanto, se debe conocer a profundidad el fenómeno o hecho de estudio, su estructura dinámica la cual da razón plena de su comportamiento y manifestaciones.

En este sentido, los enfoques epistemológicos muestran la representación desde la perspectiva ontológica y gnoseológica del investigador, lo que permite encausar las ideas, conocimientos y pensamientos hacia el objeto de estudio, mediante postulados que caracterizan el modelo a asumir para orientarlo a la búsqueda de la episteme, a la manera de una cosmovisión.

De acuerdo a esto, no se puede concebir una investigación que carezca de un origen el cual fundamente la orientación del pensamiento referente al análisis a asumir y tampoco plantee un camino adecuado el cual conduzca a lograr los propósitos planteados, por tal motivo, debe existir al menos un enfoque epistémico que oriente la aplicación de un método de investigación y refleje la postura del investigador en cuanto al objeto de estudio.

Además, Parra (2005), asume que el conocimiento es una creación compartida a partir de la interacción entre el investigador y lo investigado, en la cual, los valores median o influyen la generación del conocimiento; esto hace necesario insertarse en la realidad, objeto de análisis, para poder comprenderla tanto en su lógica interna como en su especificidad. La subjetividad e intersubjetividad se conciben a modo de medios e instrumentos por excelencia para conocer las realidades humanas, no siendo un obstáculo para el desarrollo del conocimiento.

En el caso que ocupa, se concibe la creación o generación de conocimiento desde el análisis directo de la realidad, el cual es, analizar el Capital Social como plataforma impulsora de la Gestión Estratégica Sustentable en las Pymes, por tanto, el estudio se orienta desde el fenómeno mismo en el cual está circunscrito y su influencia directa en el objeto de estudio.

Desde esta perspectiva, de Briones (2005), se concibe una investigación de enfoque positivista, porque se estructura a partir de los sucesivos hallazgos que se van realizando durante el transcurso de la investigación, es decir, sobre la marcha de ésta. La validación de las conclusiones obtenidas se hace a través del diálogo, la interacción y la vivencia, las que se van concretando mediante consensos nacidos del ejercicio sostenido de los procesos de observación, reflexión, diálogo, construcción de sentido compartido y sistematización.

En este orden de ideas, el análisis del Capital Social en las Pymes se construye a partir de los descubrimientos que el investigador realice, producto de la observación directa en las Pymes, la conversación o diálogo abierto concerniente al fenómeno de estudio, la comprensión de la realidad en la que se desenvuelve el Capital Social y la interpretación de los datos obtenidos con los sujetos objetos de estudios, para de esta manera concebir este capital como la plataforma impulsora de la Gestión Estratégica.

De acuerdo con, Arias (2008), los investigadores que se enmarcan en el enfoque positivista se concentran en la descripción y comprensión de lo particular del sujeto, más que en lo generalizable. Se preocupan por comprender la realidad social desde los significados de las personas implicadas. Estudian creencias, intenciones, motivaciones y otras características de los hechos sociales no observables directamente, ni susceptibles de experimentación.

Razón por la cual, la investigación realizada como soporte a esta obra, se ocupó de analizar el objeto desde su naturaleza misma, comprendiendo las interacciones que influyen las situaciones, observando a las personas de las PYMES como elementos fundamentales del objeto estudio, en cuanto al sujeto, en este caso el investigador, analiza el objeto desde sus conocimientos, creencias, cultura, permitiéndole inferir y entender en profundidad la situación desde su postura personal o subjetiva.

Por lo anterior, Sandín (2003) explica el enfoque pos positivista en el cual se consideran los hechos sociales desde una óptica interpretativa, holística, dinámica y simbólica, es decir, se asume el contexto o entorno como un elemento constitutivo de los significados sociales. El objeto de investigación es la acción humana (en oposición al término conducta humana) y las causas de tales acciones, las cuales se atribuyen al significado correspondiente para las personas involucradas, el objeto de la construcción teórica es la comprensión teleológica (relativa a los fines), antes que la explicación causal.

2. Paradigma epistemológico de la investigación

Una vez analizado el enfoque pos positivista de la investigación, es importante considerar los planteamientos de Guba y Lincoln citado por Escobedo (2005), quienes explican los paradigmas como aquellos vistos como un conjunto de creencias básicas (o metafísicas) relacionadas con los principios últimos. Representan una visión del mundo que define, para quien los detenta, la naturaleza del “mundo”, el lugar de los individuos en él, y el rango de posibles relaciones con ese mundo y sus partes, tal como lo hacen las cosmologías y las teologías. Las creencias son básicas en el sentido de ser aceptadas sobre la base de la fe.

Según lo anterior, para hablar de paradigma epistemológico de una investigación, se debe tratar de entender como el hombre, en su necesidad de obtener conocimiento, se ocupa de los problemas históricos, psicológico, sociales y demás que tengan injerencia en su ser, en especial, como considera la objetividad, la verdad o la realidad para lograr la episteme de las situaciones analizadas.

A razón de lo antes expuesto, Polit y Hungler citado por Mendoza Fernández (2012), señalan que el paradigma representa una visión del mundo global, una perspectiva general de las complejidades del mundo real, en que los paradigmas en la investigación humana a menudo van en función de las maneras en que se responde a interrogantes filosóficos básicos, encontrándose entre ellos el interrogante metodológico.

En consecuencia, se piensa que las características culturales de una sociedad, los hechos históricos de mayor relevancia demarcan la vida de cualquier hombre, los aspectos sociales que definen el estilo de actuación de los individuos, las corrientes filosóficas, las formas de pensar en la sociedad y los procesos de aprendizaje enfocados en las personas, enmarcan la orientación de los pensamientos de los autores, delimitando sus formas de actuar y razonar, por tanto, es el paradigma, quien define su proceder.

Además, Martínez & Ríos (2005:78) citando a Kuhn (1975), suponen que “un paradigma es una estructura conceptual, de creencias metodológicas y teorías entrelazadas que abre el campo de visión, de una comunidad científica específica, formando su concepción del mundo (cosmovisión), a la vez que la construye como tal”.

Lo anterior puede interpretarse, tomando en cuenta que el paradigma epistemológico de la investigación vendría a ser el cualitativo, cuya estructura coherente constituida por una red de conceptos a través de los cuales ven su campo los científicos, compuesta por creencias metodológicas y teóricas entrelazadas que permiten la selección, evaluación, crítica de temas,

problemas o métodos. La misma, involucra el compromiso entre los miembros de una comunidad científica, todo lo cual implica una definición específica del campo de la ciencia correspondiente, se expresa en una tradición orgánica de investigación.

Desde este punto, el enfoque cualitativo de la investigación, el proceso cognitivo del investigador y el diseño metodológico asumido, proceden de las ideas, hechos, creencias, dogmas, credos, conceptos previos, permitiéndolo interpretar el fenómeno así como configurar los datos que el objeto de estudio proporciona, concibiendo con ello la generación de un nuevo conocimiento, esto es, el investigador encuadra sus concepciones del objeto de estudio desde el paradigma que determina sus acciones, así como sus pensamientos.

Por todo lo expresado, la corriente pospositivista se enmarca en el concepto de paradigma cualitativo y dentro de esta orientación epistémica existe el enfoque fenomenológico hermenéutico el cual se puede apreciar como un paradigma, en la medida que su origen obedece a hechos históricos, los cuales condujeron a los pensadores, académicos e investigadores de la época a generar una perspectiva diferente para resolver los problemas de la sociedad, dejando las bases para abordar el análisis de dichas situaciones desde técnicas diferentes, hoy constituyen metodologías apropiadas para estudiar el objeto desde la realidad misma en el cual está suscrito.

Asimismo, el enfoque concibe una alternativa diferente de estudiar el problema, admitiendo la subjetividad como factor primordial de objetividad y la interpretación del objeto desde el fenómeno mismo como componente primordial en la obtención de los resultados y establece un camino para la construcción de conocimiento, en la medida, que aborda las características del objeto como determinantes del constructo del análisis, brindando elementos importantes para cualquier hecho desde su naturaleza misma.

Para los investigadores en las áreas de las ciencias administrativas, el paradigma fenomenológico hermenéutico, es adecuado y conveniente para abordar las situaciones existentes en las organizaciones, puesto permite, observar el medio en el que se desarrollan las acciones problemáticas, examinar a fondo las características de los sujetos objeto de análisis e interpretar los datos obtenidos para construir conocimiento y de allí generar información necesaria para fortalecer la gestión.

Si se considera desde su origen, León (2009) explica la fenomenología como una reflexión filosófica la cual se fundamenta firmemente la objetividad del saber mediante un método, cuya principal regla es dejar que las cosas mismas se hagan patentes en su contenido esencial, a través de una mirada intuitiva, tal como se dan inmediatamente para el que las vive y poniendo entre paréntesis el juicio sobre la validez de los presupuestos, opiniones o interpretaciones acerca de ellas.

En tal sentido, la fenomenología permite establecer los cimientos para el análisis y la construcción del conocimiento, partiendo desde la comprensión de la situación en la cual el objeto de estudio se desarrolla, para posteriormente emitir consideraciones a partir de la percepción del sujeto investigador, el cual está presente pero no se involucra, haciendo abstracción del fenómeno que le permita mediante juicio crítico entender la realidad.

En todo caso, para Heidegger (1989:78), esta orientación epistemológica cree que todo aquello lo cotidiano aparecido ante el hombre se denomina fenómeno, por ello, “la expresión griega *phainomenon*, a la que se remonta el término fenómeno, se deriva del verbo *phainestai*, que significa mostrarse. *Phainomenon* quiere decir: lo que se muestra, lo que es patente)”. A esto Gonzales (2013) señala lo fenoménico es la totalidad de lo puesto a la luz, descubierto, mostrando su esencia desde y por sí mismo. En este segundo sentido, fenómeno es lo que al mostrarse anuncia una alteridad, salvo quizás como ausencia, denegación o retención de un sentido que perdura oculto.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Por tanto, la fenomenología a diferencia del positivismo, concibe que el conocimiento se adquiere a partir de la realidad, envuelve el objeto de estudio, por muchos años no era apreciado como elemento importante para la investigación, además, la comprensión del objeto no es aislada de la realidad y en algunos casos pasa desapercibida para el sujeto, no contemplando factores de subjetividad que conduzcan a la objetividad del estudio.

A este respecto, De la Masa (2005), considera la fenomenología como una reflexión filosófica la cual quiere fundamentar firmemente la objetividad del saber mediante un método, cuya principal regla es dejar “las cosas mismas”, es decir, se hagan patentes en su contenido esencial, a través de una mirada intuitiva haciendo presente las cosas tal como se dan inmediatamente para el que las vive y poniendo entre paréntesis el juicio sobre la validez de los presupuestos, opiniones o interpretaciones acerca de ellas.

En este orden de ideas, Maturo (2007), plantea que el método fenomenológico supone el cumplimiento de una serie de pasos o reducciones; primero es la epojé fenomenológica, esto equivale a una temporaria exclusión del yo habitual, así como a una suspensión del juicio adquirido por teorizaciones y supuestos previos; segundo, es la epojé eidética, esta permite la indagación de la esencia del objeto captado por la intuición, intenta una captación del fenómeno mismo, por una profundización intuitiva, por último, se da una aprehensión del sujeto mismo que conoce así como del acto de conocer, a través de una epojé trascendental o fenomenológica propiamente dicha. El mundo no es negado sino neutralizado para volver la atención a la conciencia misma.

Si lo se examina desde la postura hermenéutica, este enfoque enriquece cualquier análisis, puesto que, considera factores del objeto los cuales no eran tenidos en cuenta por los positivistas, es decir, la visión centrada en la realidad del objeto conduce a concentrarse en factores subjetivos, estos interpretados apropiadamente, extraen elementos de análisis, propios de los sujetos objetos de estudios o del fenómeno, esclareciendo aún más la búsqueda del conocimiento que se desea obtener.

Según, León (2009), es Martín Heidegger quien da el paso decisivo desde una hermenéutica la cual asume una tarea particular de la filosofía hacia una filosofía propiamente hermenéutica, al hacerse cargo del fenómeno de la comprensión como algo más que una forma de conocimiento o un sistema de reglas metodológicas, a saber, cómo una determinación ontológica del hombre y un rasgo definitorio de la filosofía como tal, en tanto expresa la apertura del hombre al ser.

De acuerdo a, Grondin citado por Gonzales (2013), para Schleiermacher la hermenéutica se debía ejercer desde el inicio de la lectura o conversación, sobre aquello que se desea comprender, pues la posibilidad del malentendido emana desde el primer instante, pero nunca se comprenderá en su totalidad. De este modo “la hermenéutica es el arte de evitar el malentendido”, siempre que hay un sentido compartido se inicia el esfuerzo comprensión. “La hermenéutica como el arte de comprender correctamente el discurso del otro (...) es una búsqueda dialógica del saber”

De lo anterior se puede deducir, la hermenéutica como técnica de interpretación permite comprender mejor el fenómeno, descifrando la realidad y el texto del objeto de estudio previamente, pero si no se hace desde el mismo momento que el investigador quiere estudiar la realidad o el fenómeno se podría generar malos entendidos por no haber una comprensión clara y total de lo que se quiere investigar.

Sin embargo, para Heidegger (1923), la hermenéutica no es un modo de desmenuzamiento dictado por la curiosidad, artificialmente cultivado e impuesto impertinentemente a la existencia desde fuera. Desde la facticidad misma es desde donde hay que averiguar en qué medida además de cuándo esa facticidad exige algo así como la interpretación a la que se refiere al hablar de hermenéutica. La relación hermenéutica - facticidad no es la relación dada entre la

aprehensión de un objeto y el objeto aprehendido, donde la aprehensión simplemente hubiera de acomodarse, sino el interpretar mismo es un posible y señalado cómo del carácter de ser de la facticidad.

Visto de esta forma, el paradigma fenomenológico hermenéutico surge como una composición de dos paradigmas que contribuyen a generar un modelo de pensamientos orientado a descubrir repuestas y soluciones a problemas de investigación, basados en el análisis detallado del objeto de estudio sin intervenir, interpretando el fenómeno en su desarrollo natural.

Desde la misma perspectiva, González (2013), supone que este paradigma epistemológico se concibe como la interpretación de los testimonios textuales los cuales dan expresión al sentido esencial del peculiar ser en el mundo del existente. Para este mismo autor, el fenomenólogo extrae del fenómeno en cuestión (el texto místico) los conceptos fundamentales y las motivaciones habrán de guiar su análisis de la experiencia mística, teniendo siempre presente en todo acto de comprensión un diálogo entre el mundo propio del texto y el entramado de pre -juicios los cuales conforman el horizonte de comprensión del intérprete.

De lo expuesto hasta ahora, se puede considerar esta corriente epistémica, fundamentada en la interpretación de los signos que describen y definen el objeto de estudio, permitiéndolo observar, además de analizar sin intervención alguna, ni prejuicios, ni mucho menos preconceptos concebido los cuales sesgan la investigación. El sujeto investigador capta desde sus sentidos la realidad del objeto investigado, situado en un contexto unas limitantes que influyen en la desconstrucción y construcción de conocimiento.

Desde este punto de vista, González (2013), indica que el rasgo distintivo de la fenomenología hermenéutica es el reconocimiento de toda interpretación, esta posee un matiz proveniente de los pre -juicios del intérprete. No hay aprehensión pura de la esencia o la estructura de un fenómeno, debido a que toda interpretación está mediada por el horizonte de saberes previos. El modo más originario de ser en el mundo del existente es la comprensión la cual, al desarrollarse, deriva en la interpretación de aquello que le hace frente en su andar cotidiano. Interpretación que, en un nivel primigenio y vago, se enfoca en su estar mismo y en las múltiples significatividades abiertas por sus proyectos.

En concreto y tomando en cuenta los planteamientos anteriores, esta investigación sigue la orientación fenomenológica hermenéutica, la cual es un paradigma epistemológico que posibilita obtener conocimiento desde la destrucción, así como la construcción del objeto de estudio hasta lograr interpretar la verdad. Desde lo fenomenológico se mira más allá de lo que a primera vista se percibe, para lograr ver el ser en su esencia casi pura, respecto a lo hermenéutico se decodifica la realidad para interpretarla, con ello apropiarse de significados de las experiencias vividas o hechos observados.

3. Fundamento epistemológico de la investigación

Continuando con el análisis metodológico de la investigación, se revisa la teoría de Maturo (2007), el cual plantea que la fenomenología, atendida como punto de partida a lo dado en el marco de la existencia, ha tematizado una serie de nociones: el hombre es el ser en el mundo, en situación, encarnado, con los otros, tendido hacia su realización en el descubrimiento del sujeto trascendental.

De la aceptación de estas nociones, natural en las culturas antes de ser readquiridas por una nueva postura filosófica que les otorga mayor dimensión y profundidad, se infiere la importancia de pensar al hombre como hombre en el cosmos, en ineludible correlación con lo dado de éste. El sujeto, para la fenomenología, reconoce su situación en un espacio tiempo, aceptando su conformación psicofísica dispuesta para una correlación hombre-mundo.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Por tanto, el paradigma fenomenológico hermenéutico pertenece a la orientación pos positivista y se encuadra dentro de las ciencias del espíritu, en este sentido, desde su postura ontológica, el paradigma propone la comprensión del comportamiento humano desde todas las esferas del hombre, es decir, desde lo físico, afectivo, espiritual y social.

Desde lo ontológico, como lo plantea Nataliya (2012), la fenomenología se ocupa de la conciencia con todas las formas de vivencias, actos y correlatos de los mismos, es una ciencia de esencias que pretende llegar sólo a conocimientos esenciales, no fijar, en absoluto, hechos. Por otro lado, la hermenéutica como lógica de acción social, busca comprender al fenómeno en toda su multiplicidad a partir de su historicidad, mediante el lenguaje.

Por tanto, la fenomenología interpretativa ilumina los modos de ser en el mundo, donde la comprensión del mundo, vivencias, cotidianidad en la que interactúan los seres humanos, se logra interpretar mediante el lenguaje. Comprender significa, entonces, la manera fundamental de la gente existir en el mundo y se origina en la experiencia lingüística.

Respecto a su posición gnoseológica, el paradigma busca la verdad de los fenómenos de una manera interpretativa, exploratoria y descriptiva, pretende alcanzar el conocimiento en función del análisis de la naturaleza que rodean al objeto, haciendo uso de las limitaciones de percepción para capturar toda información subjetiva relativa a la verdad, con ello lograr su objetividad y manejando apropiadamente los preconceptos adquiridos por el investigador para dar significado a toda esa información que ofrece la verdad del objeto en su biósfera.

Por lo anterior, la generación de conocimiento depende únicamente del dominio que el investigador pueda dar a toda esa realidad del fenómeno, desde su posición como ser pensante, de la capacidad de análisis, la habilidad de apropiarse de todos los datos, signos lingüísticos y naturales para juntarlos, así como formar conceptos que den forma al conocimiento deseado del objeto de estudio.

Desde el aspecto axiológico, el paradigma expuesto procura por obtener conocimiento respetando la realidad en la que se asienta el objeto de estudio, es decir, analizando desde una perspectiva global, considerando los valores, las creencias, los mitos y pensamiento que lo individuos, sujetos de estudios, tienen o se forman de la realidad circundante.

4. Métodos de la investigación

Como se definió previamente el paradigma de la investigación estuvo orientado al pos positivismo, por tanto, la investigación es de corte cualitativa, específicamente se situó en la fenomenología hermenéutica, lo que conduce a utilizar este método como camino que lleva a cumplir el propósito general de analizar el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable.

En este respecto, Martínez (2010) plantea sobre el método fenomenológico que se centra en el estudio de las realidades vivenciales estos son poco apreciables y comunicables, pero son determinante para la comprensión global del fenómeno por cada sujeto actuante, en la medida que respeta la relación de las personas con sus vivencias, tratándose de acciones de tipo personal, no se podría cuestionar si vivió, sintió o percibió la realidad como la manifiesta.

De este modo, el método fenomenológico contribuye a tener en cuenta todos los factores de la realidad que tiene incidencia en el objeto de estudio y en particular del sujeto objeto de la investigación, en tal sentido, se describe el fenómeno sin alteración de la realidad, es decir desde su propia naturaleza, sin anteponer prejuicios preconcebido que modifiquen el contexto en el investigador está inmerso.

En cuanto a la hermenéutica, según Gurdían-Fernández (2007) es un método general de

comprensión y la interpretación es el modo natural de conocer de los seres humanos. La hermenéutica tiene como misión descubrir los significados de las cosas, interpretar lo mejor posible las palabras, los escritos, los textos y los gestos, así como cualquier acto u obra, pero conservando su singularidad en el contexto del que forma parte.

En relación a lo anteriormente planteado, por medio del método hermenéutico se puede profundizar en la investigación, toda vez, que permite interpretar los hechos y el diálogo con los sujetos los cuales son objetos de estudio al momento de aplicar técnicas de recolección de información, para su posterior análisis, complementando de esta manera al método fenomenológico, quien no concibe construir textos por medio de la interpretación y destrucción directamente de los datos, referente a los significados o símbolos derivados del objeto de estudio.

5. Diseño de la investigación

Luego de reconocer el enfoque de la investigación, siendo este cualitativo de tipo fenomenológico hermenéutico, es importante evaluar desde el diseño lo señalado por Salgado (2007), indicando que el término diseño en el marco de una investigación cualitativa se refiere al abordaje general utilizado en el proceso de investigación, es más flexible, abierto y el curso de las acciones se rige por el campo (los participantes o la evolución de los acontecimientos), de este modo, el diseño se va ajustando a las condiciones del escenario o ambiente.

Bajo esta perspectiva, el diseño de la investigación constituye la estructura por la cual se desarrollará el estudio, en él se pretende dar respuesta al problema planteado. El diseño es concebido como un plan o esquema general de la investigación utilizado por el investigador para configurar la metodología apropiada que conduzca a alcanzar los propósitos planteados, es decir, considera las partes de la estructura para abordar desde la problemática formulada, los distintos elementos que conduzcan a enriquecer la investigación y, por tanto, a reflejar en los resultados los fines esperados.

Desde este aspecto, el diseño responde a necesidades básicas que el investigador requiere satisfacer para lograr de manera sistemática la construcción de una estructura coherente con el paradigma epistemológico con el cual se identifica el autor, el método orienta la investigación y el análisis se desprende de la metodología utilizada para construir una teoría sustantiva sobre el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable de las PYMES.

Además, consecuente con el enfoque del paradigma expuesto previamente, se hace necesario identificar el problema mediante la clarificación de los presupuestos del estudio, para posteriormente explicar la metodología propuesta y desde allí entender el fenómeno, que permita construir desde la interpretación basada en la percepción del sujeto investigador la realidad circundante objeto de estudio.

De acuerdo a lo anterior, la investigación base de este texto, se desarrolló considerando siete momentos fundamentales cada uno concadenado con el otro y proporcionando herramientas necesarias para el momento de análisis de la información, en este caso, representa el último momento, pero el más importante por el aporte proporcionado para que el investigador pueda rehacer la realidad y a partir de ello construir lineamientos contribuyentes a desarrollar conocimiento sobre el Capital Social en Pymes, en especial, cómo puede constituirse como plataforma impulsora de la Gestión Estratégica Sustentable.

Por lo que se plantea el momento I como clarificación del fenómeno, en el momento II se hace un abordaje epistémico metodológico, el momento III se presenta el sistema referencial, el momento IV se devela la información el momento V se presenta el análisis y significado de los datos, en el momento VI se presentan los hallazgos, reflexiones finales y recomendaciones y en el momento VII se genera una teoría sustantiva sobre el capital social como plataforma



FIGURA No 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
Diseño propio, 2016

Momento I: Acercamiento a la Realidad del Fenómeno

En esta etapa de la investigación el sujeto investigador se desprende de las creencias, valores, objetivos que pueden incidir desde los procesos cognoscitivos en la percepción de los hechos, para conseguir con ello una visión global del fenómeno el cual presente una perspectiva amplia y real circunscrita del objeto de estudio, luego develar el problema, plantear los interrogantes las cuales orientan la investigación, establecer los propósitos, expresar las razones e implicaciones que justifican el desarrollo de la investigación, logrando establecer lineamientos conducentes al mejoramiento de las pymes.

Momento II: Abordaje epistémico metodológico

Esta parte de la estructura es crucial para especificar desde que aspecto se construyó el conocimiento propuesto, en la medida que se precisa cómo es el papel del sujeto investigador, se trata al objeto investigado y desde esta postura se relaciona con la realidad delimitando al fenómeno de estudio, es decir, se plantea claramente qué papel juega el objeto de estudio y desde la óptica abordada para el análisis de los datos para lograr los propósitos del estudio.

Por consiguiente, en esta etapa de la investigación se define claramente el paradigma epistemológico que enmarca la metodología del estudio, para ello, se plantea el enfoque epistémico contenido en el paradigma, el cual orienta el método apropiado para generar lineamientos de la temática escogida, junto a instrumentos de recolección de información vinculados a técnicas de análisis a emplear, todo esto con la definición clara de los informantes para suministrar datos acertados y la escogencia de herramientas adecuadas para la recolección de testimonios.

Momento III: Sistema Referencial.

En este punto el estudio desarrolla el contenido teórico que soporta el análisis de los datos obtenidos del entorno los cuales permitieron entender el fenómeno de estudio sin que el autor sesgue su postura, ni se contamine de ideas preconcebidas, todo esto con la intención de fortalecer el proceso de producción de conocimiento, razón por la cual se hace necesario abordar el trabajo a partir desde una perspectiva teórica sólida la cual permite darle un sistema coordinado, coherente, así como las proposiciones a fines de integrar el problema en el contexto particular. Desde este enfoque, las teorías expuestas en esta investigación resultan de la exploración documental bibliográfica basada en la recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos como definiciones las cuales sirvieron de base a esta investigación.

Momento IV: Develación de la Información.

En este momento se presentan los resultados, obtenidos por medio de la técnica de recolección de información, guardando de maneja fidedigna las opiniones emitidas por los informantes clave producto de sus experiencias, las cuales luego sirvieron para el proceso de triangulación, concatenando esta información con la de teorías generadas por expertos concedores de las

categorías de estudio, al mismo tiempo permitió al investigador proponer su punto de vista. En este momento se extrae información sobre las subcategorías que luego serán analizadas para generar los hallazgos del estudio.

Momento V: Análisis y significado de los Datos

Este momento de la investigación está completamente relacionado con cada momento previamente definido, en la medida, que en esta etapa del estudio se recurre al método propuesto, aplicando las técnicas de recolección de información, utilizando los instrumentos preliminarmente enunciados para tal fin y se fortalece la comprensión del problema anteriormente expresado en la clarificación del fenómeno con el sistema referencial, permitiendo con todo lo expuesto entender y analizar la realidad.

Por tanto, primero se recurre al componente descriptivo de este momento, el cual está enfocado a emplear la observación participante y la entrevista semiestructurada en los informantes clave, seguidamente se codifica la información con los protocolos establecidos para de esta forma realizar el proceso de categorización, por último, se desarrolla la etapa hermenéutica, que consiste en dar sentido y significado respecto de los datos suministrados por los actores sobre la realidad de estudio.

Momento VI: Hallazgos, Reflexiones finales y Recomendaciones

Luego de la triangulación de la información, se presenta en este momento los hallazgos obtenidos, toda vez que se analizó la información de los sujetos clave, la teoría referencial, así como su aporte a la categoría central y subcategorías, en este sentido, se producen los descubrimientos los cuales dan la innovación al estudio, permitiendo luego llegar a establecer las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Momento VII: Teoría sustantiva sobre el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable en las pymes.

Este es el momento final del estudio, donde se presenta una teoría sustantiva generada por el investigador, relacionada con el área sustancial o concreta de la categoría central en cuanto al capital social como plataforma impulsora de gestión estratégica sustentable en las PYMES, así como todas las subcategorías generadas por los hallazgos de la investigación. Se pretende que estos lineamientos sean generadores de cambios a nivel gerencial en las pequeñas y medianas empresas del contexto donde se desarrolló la investigación, pudiéndose ser una alternativa de mejoramiento, que dé un rumbo diferente a las Pymes, considerando las debilidades descritas en el momento inicial de este estudio.

6. Informantes clave

De acuerdo con Martínez (2009), el enfoque cualitativo presenta su forma propia de entender la muestra de la población estudiada que ofreció la información necesaria para realizar la investigación. La opción ontológica de quienes asumen esta postura exige una muestra que no podrán ser elementos aleatorios, escogidos al azar y descontextualizados, si no por un todo sistémico con vida propia, como es una persona, una institución o grupo social. Por ello se impone la muestra intencional, donde se prioriza la profundidad sobre la extensión y la muestra se reduce a su amplitud numérica.

De acuerdo a lo anterior, en la investigación cualitativa la muestra puede ser variada, pero su escogencia depende de su relación con el objeto de estudio, por tanto, no interesa escoger

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

un tamaño representativo en cantidad de la población, si no por el contrario, tomar unidades pequeñas que permitan entender holísticamente la realidad, en la medida, que se consideran valores subjetivos para este tipo de investigación los cuales resultan cruciales para lograr un conocimiento lo más acertado posible del fenómeno.

Según el mismo autor, la información se debe contrarrestar, corroborar y cruzar con otras obtenidas de una muestra definida, además, debe ser recogida en tiempos diferentes, usar técnicas de triangulación, por tal razón conviene que la muestra de informantes represente en la mejor forma posible los grupos, las orientaciones o las posiciones de la población estudiada, como estrategia para corregir distorsiones perceptivas.

En este orden de ideas, Salamanca & Martín Crespo (2007), considera que los investigadores cualitativos suelen evitar las muestra, puesto buscan son buenos informantes, es decir, personas informadas, reflexivas, lucidas y dispuesta a hablar ampliamente. De allí, la selección de informantes supone un escogimiento deliberado e intencional, en donde se eligen uno a uno de acuerdo a los criterios establecidos por los autores.

Esto quiere decir, que la certeza de la información puede verse afectada o variar en ciertos casos a causa de mentiras, olvido, omisión u ocultamientos de datos relevantes, en otras situaciones se presenta una distorsión del contexto, pudiendo afectar notoriamente el análisis de los datos, por tal razón, una muestra pequeña pero distintiva es adecuado para depurar y obtener información conducente a lograr un conocimiento pertinente y congruente con el objeto de estudio.

En este orden de ideas, Martínez (2007), establece que dependerá del investigador si escoge muchos o pocos sujetos para abordar la realidad, debido que será la profundidad del estudio quien determine un nivel de generalidad. Del mismo modo la opción ontológica estructural sistémica, asumida por la metodología cualitativa, exige que la muestra no podrá estar constituida por elementos aleatorios, si no por un todo sistémico con vida propia.

De esta manera los informantes se eligieron teniendo en cuenta la pertinencia de trabajar con directivos en PYMES que poseen el mismo nivel académico, con supuestos conocimientos y manejo de temas gerenciales, en particular parte del nivel administrativo alto de la organización, lo cual para este estudio se considera nivel estratégico, se toma este criterio de forma deliberada por la temática de estudio, sujetos con experiencia en talento humano, vinculación en el medio de estudio e imparcialidad por su grado de formación, que para este caso debe ser igual o superior a pregrado.

Estas personas dentro de sus responsabilidades en la organización, analizan las complejidades del entorno, definen las estrategias o colaboran en su formulación, establecen el direccionamiento estratégico, para ello, es indispensable un conocimiento global de cada aspecto empresarial, dominio en el trabajo en equipo, manejo del talento humano y conocimiento de la importancia de cada persona, grupo, departamento, equipo o unidades de trabajo para el logro de la misión, el alcance de la visión, así como la ejecución de los programas estratégicos previamente formulados.

De este modo, la selección de los informantes clave a los efectos de la presente investigación, fueron tomados de una población de cuatro empresas de pequeña y mediano tamaño en Colombia, estos se escogen sin ningún criterio muestral y estuvo representado por un grupo de personas que desempeñan funciones gerenciales.

No obstante, conviene escoger este grupo de personas de tal manera que representen de la mejor manera posible los propósitos perseguidos en esta investigación, para este caso es analizar el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable en pymes, debido que la información obtenida puede ser diferente y hasta contrastante. Basado

en este supuesto, la selección de los informantes se realizó en función que sean las empresas más representativas para la mayoría de las economías, los directivos posean el mismo grado de autoridad e igual poder en la estructura jerárquica.

7. Técnica e instrumento de recolección de la data

Es necesario tomar en cuenta la manera en que el investigador se apropia de la información para poder analizarla, en este sentido, Tamayo (2006), define la técnica como un conjunto de procedimientos para el aprovechamiento de los elementos que rodean los fenómenos sobre los cuales se investiga, También, considera que es un grupo de mecanismos, medios o sistema de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar, transmitir datos. Por su parte, Rojas (2003), plantea un conjunto de reglas y operaciones formuladas expresamente para el manejo correcto de los instrumentos, lo cual permite, la aplicación adecuada del método o métodos correspondientes.

De lo anterior se puede inferir, que la técnica empleada para la recogida de datos debe estar compuesta por una serie de instrucciones y criterios definidos en el medio o el modo para acceder a información pertinente para la investigación, mediante la utilización de instrumentos coherente con el medio donde se va aplicar la técnica definida por el investigador.

Por otro lado, Martínez (2010), manifiesta que los instrumentos, al igual que los procedimientos y estrategias a utilizar los dicta el método escogido. En concordancia con lo expuesto, la técnica para recoger los datos e instrumentos a utilizar están estrechamente ligados con el tipo de investigación, en este caso, se trata de un estudio de corte cualitativo orientado a la fenomenología, el cual supone un trabajo de campo que permita tomar datos en el contexto donde se desarrolla el fenómeno para realizar una descripción de la realidad, así como de los hechos circunscrito al escenario a analizar.

En este sentido, coherente con la metodología expresada previamente, se considera que las técnicas más apropiadas para recolectar información del objeto de estudio son las observaciones participantes y la entrevista semiestructurada, en la medida que consideran factores subjetivos como elementos fundamentales para lograr el propósito de la investigación, sin pasar por alto aquellos componentes considerados objetivos, obteniendo una mayor objetividad en el análisis.

Para DeWalt & DeWalt (2002), la observación participante es el proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades, así como personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades, provee el contexto para desarrollar directrices de muestreo, así como guías de entrevistas. Por su parte, Guasch (2002), considera el observar como una actividad de seleccionar un objeto para mirar sus detalles junto a sus características. La mirada es un acto de voluntad consciente el cual selecciona una zona real para ser vista.

De este modo, se considera importante esta técnica porque permite conseguir información del fenómeno de estudio tal cual como acontece, es una acción que se da premeditadamente por el sujeto investigador para poder percibir todos los hechos sucedidos en torno a una realidad, es un acto para examinar escenarios subjetivos los cuales pudieran ayudar a entender cómo se desarrolla el objeto de estudio.

Por tanto, es fundamental que el investigador entre al campo, se relacione con las personas, genere confianza, observe, percibe, registre datos a través de ademanes, guiños, gestos o posturas, es decir, el sujeto investigador debe generar un ambiente adecuado para capturar datos en un contexto natural, valorando tanto la comunicación verbal como la no verbal de igual manera para la comprensión del fenómeno y teniendo claro que la interacción con los participantes es fundamental para lograr los propósitos esbozados.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Posteriormente, reflexionar sobre la información que se obtuvo a fin de realizar un análisis de todo lo registrado, teniendo claro la posición asumida, el cual puede ser pasiva o activa, las emociones, gestos o actitudes durante la observación, en la medida que esto también puede influir a la hora de realizar las conclusiones, dado que es un sujeto cognoscente que involucra su proceso cognitivo y ontológico en el estudio que efectúa.

En cuanto a la entrevista semiestructurada, Mayan (2001), considera que es una técnica la cual permite recolectar datos de los individuos participantes a través de un conjunto de preguntas abiertas formuladas en un orden específico. En contraste con la entrevista no estructurada, la entrevista semiestructurada se enfoca sobre una serie de preguntas las cuales el investigador hace a cada participante.

De esto se deduce, que la técnica concibe la formulación de preguntas basados en conocimientos previos del investigador, pero no conoce a fondo, permitiéndole profundizar en el tema de interés del estudio, a fin de obtener información relevante, provenientes de informantes cercanos a la realidad, con experiencia y conocimientos de la temática, para el análisis que se quiere efectuar.

Para la aplicación de las técnicas enunciadas se requieren de unos instrumentos específicos que faciliten el acceso a los datos y posteriormente sus análisis, de acuerdo con esto, se hace necesario la utilización de un diario de campo el cual permita anotar detalles perceptibles justo en el momento de los hechos, el uso de este elemento no exige registrar todo cuanto se aprecia, sino escribir las novedades que tienen relación directa con el propósito del análisis, además, no requiere de unas características concretas, lo ideal es poder plasmar en él toda situación interesante por medio de lápices o bolígrafos.

Seguidamente, se emplea una grabadora fácil de usar, accesible a cualquier espacio físico, no distorsione la voz por emisiones de cualquier tipo de ondas, posea gran cantidad de almacenamiento y permita guardar su información en un computador o en medios electrónicos, para grabar todas las palabras que se digan al momento de realizar las entrevistas. Para su utilización se solicita permiso a los informantes clave, explicándoles que su voz será grabada para posterior estudio de las conversaciones a fin de realizar un análisis y obtener.

8. Técnica para el análisis de los datos.

Toda vez que se clarifica la técnica e instrumento para la recolección de la información, el investigador tuvo claro cómo fueron analizados los mismos, lo que para Spradley (1980), se entiende por análisis de datos cualitativos, el proceso mediante el cual se organiza y manipula la información recogida por los investigadores para establecer relaciones, interpretar, extraer significados. En correspondencia, Miles y Huberman (2004), consideran que este análisis forma un proceso interactivo, así como cíclico, dependiendo de las necesidades concretas que se vayan presentando en la investigación, en el cual cada aspecto se interrelacionara e influirán unos con otros.

Esta técnica requiere de unas series de pasos interrelacionados unos con otros, demarcando fines puntuales que conduzcan a facilitar el análisis de los datos, asimismo, consiente la posibilidad de volver a un paso previo para alimentar o mejorar la información en estudio, pudiéndose incluso devolver al primer paso y realizar todo el proceso, en aras de lograr una mayor comprensión.

De este modo, se plantean una serie de etapas que conducentes a generar lineamientos sustentable referente al Capital Social como plataforma de la Gestión Estratégica sustentable en Pymes, partiendo preliminarmente de un trabajo de campo para la recogida de datos, el cual consistió en plasmar lo percibido de la naturaleza en que se desenvuelve el objeto de estudio y grabar todo los conceptos y conocimientos de los informantes clave.

Primera etapa: Simplificación de los datos.

En esta etapa se pretendió asumir toda la información recolectada, que permita la separación de elementos semánticos de los demás los cuales pudiesen carecer de valor, identificación de términos considerados determinantes y agrupamiento de datos para hacer una reducción que conduzca a la comparación y análisis. Para ello, se requiere de unas series de pasos:

1. **Transcripción de los datos.** Se tomaron todos los datos recolectados y se transcribieron en un documento Word, tal cual, como manifestaron los informantes en sus entrevistas.
2. **División del contenido:** luego de realizar varias lecturas detalladas del documento Word, se hace un ordenamiento del documento en párrafos o conjunto de párrafos que delimiten un tema en particular, quedando reducido al tema inferido, la división queda sujeta al proceso cognosciente o proceso lógico del sujeto investigador, por tanto, es hermenéutico, porque se hace una interpretación de los textos suministrados por los informantes clave.
Este tema central representa la unidad de estudio, esto no es más que un conjunto de palabras, frases u oraciones reunidas gramaticalmente que toman valor a través del conjunto que la constituyen y definen, resumida en pocas palabras identificado como tema núcleo o central.

3. **Codificación:** consiste en colocar un código que puede ser numérico, alfabético o alfanumérico a cada uno de las unidades de estudio determinada por el investigador, accediendo con ello de manera ágil no solo al contenido de la entrevista sino también su ubicación en el documento, igualmente, se le puede asignar códigos a cada línea u oraciones del texto.

Según Aronson, (2002) estos códigos resumen el conjunto de datos reunidos en una clase, o al menos eso es lo que se espera, por tanto, se dice que los códigos “etiquetan” los segmentos, agregando información al texto a través de un proceso que abstrae las características del contenido agrupado y la sintetiza en un solo concepto o símbolo. Lo importante de ello es los códigos los cuales se orientan sobre las ulteriores agrupaciones, relaciones y/o interpretaciones del material codificado (cuyo resultado son las categorías) esto lleva a un análisis más profundo del mismo

4. **Categorización:** De acuerdo con Hernández (2004) Podemos definir a las categorías como los cajones o “casillas” en donde el contenido previamente codificado se ordena y clasifica de modo definitivo. Cáceres, (2003), considera que es necesario seguir, al igual que en el caso de la codificación, un criterio, pero en esta oportunidad, dicho criterio depende mucho más de elementos inferenciales, fundamentalmente razonamientos del investigador y elementos teóricos, esto permiten consolidar la categorización. Esto significa que las categorías representan el momento en el cual se agrupa o vincula la información incorporando la perspectiva crítica en el estudio, por consiguiente, el paso primordial para establecer nuevas interpretaciones, así como relaciones teóricas.

De acuerdo a lo expuesto, se pudiera creer que el investigador de acuerdo a su raciocinio interpreta y jerarquiza en importancia cada tema como categorías, pudiendo construir un conocimiento respecto al tópico analizado, requiriendo una codificación previa la cual acceda a enlazarla con otras categorías y con ellos ir configurando una serie de preceptos enriquecedores de la investigación.

Segunda etapa: Agrupamiento y verificación.

En este momento del análisis se pretendió revisar las codificaciones y las categorías expresadas, para luego realizar un agrupamiento general de todas las unidades de estudios, esta acción permitió analizar la información detalladamente y corroborarla con lo expuesto por los informantes clave. Para conseguir este fin se requiere de los siguientes pasos:

1. **Corroboración de Códigos y Categorías:** En este paso se examina cada codificación planteada a efecto de evitar errores o saltos de líneas, oraciones o párrafos y categorías definidas, mirando minuciosamente que los nombres de las unidades de estudios sean coherentes con lo plasmado en la transcripción, además, de representar los conceptos y

- palabras expresadas por los informantes.
2. **Agrupamiento de categorías:** se estableció meta categorías que dan forma semántica a las categorías, a fin de poder tenerlas agrupadas en términos que la definan y contribuyan a obtener conclusiones de sus significaciones, teniendo en cuenta cada una, así como su relación. Este paso se efectúa bajo la reducción fenomenológica trascendental, es decir, se pasa de la definición de categorías fenomenológicas esenciales individuales a la conceptualización de categorías fenomenológicas esenciales universales
 3. **Triangulación:** se compara cada categoría previamente definida de las entrevistas de cada uno de los informantes, para encontrar la conexión que tienen y se confronta cada una de estas unidades de estudio precisadas en los textos expresados por los informantes, de tal modo, que se pueda generar confianza en el análisis, evitando los errores por malas interpretaciones, falsedades o equivocaciones de transcripción al momento de conceptualizar las categorías o meta categorías. Etapa de la investigación que requiere un momento del estudio, para poder sustentar debidamente la información adquirida.

Tercera Etapa: Conclusiones y Teorización.

Esta etapa corresponde a la etapa final del análisis, en la cual se pretende enunciar una teoría sustantiva respecto al Capital Social como plataforma de la Gestión Estratégica Sustentable en Pymes, para lo que se hace necesario, expresar los supuestos obtenidos en las categorías y triangulación. Por tanto, se definen los siguientes pasos:

1. **Definición de supuestos:** La definición de categorías, su comparación y contratación generan una estructura conceptual en la mente del investigador, concibiendo supuesto orientados a fortalecer los conocimientos y a enunciar conclusiones que serán la entrada a la formulación de teoría o conceptos que nutran los pensamientos referentes a la gerencia estratégica desde la óptica del capital social.
2. **Teorización:** Una vez se tengan supuestos, conclusiones y reflexiones de la temática de estudio, se procede a generar una teoría sustantiva, soportadas en conocimientos plasmados en el sistema referencial.

9. Fiabilidad y validez de la investigación

Al considerar el tipo de paradigma, el cual se explicó es pos positivista de enfoque cualitativo, la fiabilidad de este tipo de estudio, se hace relativa, por ser cuestionable, por el hecho de que el investigador, es participante activo, en este sentido exclama, Perdomo (2007:128), que cuando una investigación carece de un tratamiento estadístico riguroso, se procede a utilizar una técnica de análisis lógica, el cual debe estar referido al progreso de los procesos de ordenación, sistematización y categorización de la información, tomando en cuenta la validez y fiabilidad de la información recolectada.

Reflexiones finales

La validez del estudio que soporta el material del libro, viene dada desde la posibilidad de que los autores manejen de manera apropiada los procedimientos y herramientas para plasmar la realidad tal cual es, es decir, que no exista manejo, obstrucción o variación de la información observada o provista por los informantes clave. Además, se toman en cuenta las consideraciones éticas que se establecieron en el principio del estudio.

Es conveniente considerar, que la investigación es sometida a la experticia de personas de idoneidad reconocida conocedoras de las categorías estudiadas y metodología desarrollada, lo cual aporta validez a la investigación en todas sus fases o momentos. De igual forma, la fiabilidad del instrumento aplicado a los informantes clave, evidencia la sostenibilidad del estudio realizado.

Referencias Bibliográficas

- Arias, F. (2008). Perfil del profesor de Metodología de la Investigación en Educación superior. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Aronson, J. (2002). Nova Southeastern University. Obtenido de <http://www.nova.edu/ssss/QR/BackIssues/QR2-1/aronson.html/>
- Briones, G. (2005). Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México D.F. Trillas.
- Cáceres, P. (2003). Análisis Cualitativo de Contenido: Una alternativa Metodológica Alcanzable. psicoperspectivas, 53-82. Editorial Santo de Díaz
- De la Masa, L. (2005). Fundamentos de la filosofía hermenéutica: Heidegger y Gadamer. Teología y ViLdUa, 122-138.
- DeWalt, K., & DeWalt, B. (2002). Participant observation: a guide for fieldworkers. Walnut Creek, CA: AltaMira Press. Editorial College. México.
- Escobedo, J. (2005). Paradigma Epistemológico e Inferencias Lógicas en la Investigación Demográficas. XXV Conferencia Internacional de Población. Tours.
- González, L. (2013). Aportaciones para una fenomenología hermenéutica de la mística. Estud.filos, 155-176.
- Guasch, O. (2002). Observación Participante. Colección Cuadernos Metodológicos, 10-11.
- Gurdián-Fernández, A. (2007). El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socio - Educativa. San José: PrintCenter.
- Heidegger, M. (1923). Hermenéutica de la facticidad. Recuperado el 11 de noviembre de 2014, de <http://www.heideggeriana.com.ar>.
- Hernández, R. (2004). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- León, E. (2009). El giro hermenéutico de la fenomenológica en Martín Heidegger. Polis.
- Martínez Marín, A., & Ríos Rosas, f. (2005). Los Conceptos de Conocimiento, Epistemología y Paradigma, como Base Diferencial en la Orientación Metodológica del Trabajo de Grado. Cinta de Moebio, 111-121.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

- Martínez. (2010). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. México D.F.: Editorial Trillas.
- Maturo, G. (2007). Fenomenología y hermenéutica: desde la transmodernidad latinoamericana. *Utopía y praxis latinoamericano*, 35-50.
- Maturo, G. (2012). La hermenéutica fenomenológica desde América. *Utopía y praxis latinoamericano*, 95-99.
- Mayan, M. (2001). *Una Introducción a los Métodos Cualitativos: Módulo de Entrenamiento para Estudiantes y Profesores*. Iztapalapa, México: Qual Institute Press.
- Mendoza Fernández, D. L. (2012). *Pensamiento Estratégico como base para establecer la Responsabilidad Social en Universidades Públicas Autónomas*. Maracaibo. Venezuela.
- Miles, M., & Huberman, A. (2004). *Análisis de datos Cualitativos*. Thousand Oaks: Expandedia.
- Nataliya, A. (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas. *Multiciencias*, 199-205.
- Parra, M. E. (2005). *Fundamentos Epistemológicos, Metodológicos y Teóricos que Sustentan un Modelo de Investigación Cualitativa en las Ciencias Sociales*. Santiago: Universidad de Chile.
- Perdomo (2007). *Elementos Básicos de Administración Financiera*. International Thomson Editores, S. A. de C. V
- Rojas, r. (2003). *Guía para Realizar Investigaciones Sociales*. México: Plaza y Valdes.
- Salgado, A. (2007). *Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación del Rigor Metodológico y Retos*. *Liberabit*, 71 - 78
- Sandín, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones*. Editorial McGraw-Hill. México.
- Spradley, J. (1980). *Participant Observation*. New York: Rinehart & Winston.
- Tamayo, M. (2006). *Diccionario de la Investigación Científica*. México: Limusa
- Vargas, X. (2010). *¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía para lo que hacen investigación por primera vez*. Unidad Académica de Contexto ITESCO Villafañe, J. (2005).

Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas. Editorial Pirámide.
Madrid, España.

Capítulo III Sistema referencial desde

Reference System from the theoretical perspective

Resumen

En la búsqueda del sustento teórico que aporte conocimiento y permita hacer una revisión del estado del arte de las categorías analizadas, se presenta el sistema referencial desde la postura de distintos autores del tema, los cuales a través de la identificación, descripción, comprensión y análisis plasman su perspectiva en relación con la categoría y subcategorías que le dan forma al estudio. En este sentido, para llevarlo a cabo, se hizo necesaria la revisión de antecedentes y bases teóricas de carácter bibliográfico, que guardan relación con el capital social como plataforma impulsora de gestión estratégica en las Pymes. Así es como, se edifica el cuerpo de ideas que dan firmeza conceptual al tema de investigación y permiten enfocarse en la fundamentación que da soporte al trabajo, con el ánimo de comprender los diversos campos de acción.

Palabras clave: Sistema referencial, perspectiva teórica

Abstract

In the search for theoretical support that provides knowledge and allows a review of the state of the art of the categories analyzed, the referential system is presented from the standpoint of different authors of the subject, which through identification, description, understanding and analysis Reflect their perspective in relation to the category and subcategories that shape the study. In this sense, to carry it out, it became necessary to review the background and theoretical bases of bibliographical character, which are related to social capital as a platform for strategic management in PYMES. Thus, the body of ideas that give a conceptual firm to the subject of research is built and allow us to focus on the foundation that supports the work, with the aim of understanding the different fields of action.

Keywords: Referential system, theoretical perspective

1. Capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica

Actualmente, existen grandes avances en todas las áreas del quehacer humano, logrando alcanzar un alto nivel de desarrollo tanto en la ciencia como en la tecnología. Un siglo atrás parecería una fantasía pensar que los seres humanos pudiesen estar interconectados de un continente a otro, a través de sistemas de comunicación como el internet, celular, otros, estos junto al transporte moderno han facilitado el comercio entre diversos países.

En este sentido, el capital social se ha convertido en un paradigma que llama la atención de las grandes entidades mundiales; convirtiéndose en una herramienta primordial para el desarrollo de la sociedad por medio de la integración de valores morales a las posibilidades de su entorno.

Por esta razón, es necesario concertar la satisfacción de los beneficios particulares en fun-

ción del interés social bajo los parámetros de justicia social, es decir, criterios ético económicos. Dentro de la visión del desarrollo económico de una nación, además de los grandes representantes (Estado, mercado y la sociedad) se necesita la cooperación de los individuos, gobierno, familias, instituciones, empresas, con sus respectivas creencias y valores, principios, comportamientos.

Considerando esto, Portes (2009:34), explica que se entiende por capital social “aquel activo intangible que se manifiesta en la capacidad de confianza, valores cívicos y asociatividad que pueda lograr la sociedad”. Este término es utilizado como una mezcla de distintas disciplinas estableciendo un marco conceptual conjunto. A pesar de que la economía convencional lo ha desconocido, el capital social tiene un peso significativo en las posibilidades de desarrollo económico de las sociedades,

Por otra parte, los niveles de desarrollo que han logrado el comercio, la industria y el sector de servicios le ha permitido a la humanidad elevar se nivel de vida. Al respecto, según francés (2008), el capital social de la empresa se ha convertido en protagonista, responsable de gran parte del auge económico, al concebir productos o servicios que han permitido mejorar la vida de la sociedad.

Desde esta concepción, la gerencia de organizaciones modernas, con el fin de permitir seguir siendo un actor clave en el desarrollo económico-social de la población, hace frente a nuevos retos relevantes para lograr los niveles de competitividad, sostenibilidad y sustentabilidad necesarios para el alcance de un equilibrio sano, por lo que promueve el desarrollo del capital social como impulsor de la gestión estratégica.

En este sentido, para George y Jones (2010:231), la gestión estratégica “es un proceso que consiste en la identificación de metas y líneas de acción apropiadas a objeto de establecer que acciones emprender para lograr los objetivos”. En correspondencia con estos planteamientos, según Cortina y Martínez (2008), la gestión estratégica, intenta construirse racionalmente, y así pueda reflexionar sobre la acción del hombre, hasta el punto crucial donde este pueda decidir entre varias opciones estratégicas como lo sostienen Thompson, Strickland y Gamble (2010), consiste en asegurarse de que los objetivos, tácticas, así como las estrategias emprendidas pasen la prueba del escrutinio moral.

Dentro del mismo orden de ideas, al incorporar el capital social dentro de la gestión estratégica, con la participación de los accionistas, en primera instancia la alta gerencia, para luego sensibilizar a la gerencia media, operativa, así como a todos los miembros, para desarrollar estrategias empresariales eficientes que generen como resultado una exitosa participación de mercado, rentabilidad, calidad integrada (procesos, productos y personas).

Lo anterior, trae como consecuencia un valor agregado para la organización, lo que a su vez promueve el desarrollo de activos intangibles, los cuales según Villafañe (2005) son aquellos activos de una empresa que no poseen materialidad, como la reputación corporativa, del cual se desprenden otros intangibles como: el capital relacional, capital intelectual, cultura organizacional, identidad corporativa, entre otros.

Este activo intangible hace, para Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008), que se convierta en uno de los propósitos más influyentes en la gestión estratégica, y se denomina “la gestión de los intangibles”, es decir, la gestión integral de los activos intangibles, los cuales aportan el mayor valor a las empresas, la cual se basa principios macro a tener en consideración por los estrategas en su planificación.

Es decir, integrar la misión, visión, estrategias, políticas, objetivos, tácticas entre otros elementos de la gestión estratégica, permitiendo el logro de los objetivos organizacionales, con un alto grado de compromiso con los valores morales, satisfaciendo las necesidades de clientes, empleados, proveedores, accionistas entre otros stakeholders.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Según George y Jones (2010) la gestión consiste en el proceso de seleccionar e identificar tanto las metas como las líneas de acción adecuadas, para el logro de metas de cualquier organización, considerándola como una de las funciones principales de la gerencia. En este sentido, si todos dentro de la empresa se enfocan en el esfuerzo de ser efectivos, las personas deben saber que se espera de ellos, allí se emplea la función de planeación, la más esencial de todas las funciones gerenciales.

Al considerar el campo empresarial ocupado por esta investigación, la gestión estratégica es el modelo o plan que integra las principales metas, políticas y cadenas de acciones de una organización dentro de una totalidad. Por último, según George y Jones (2010), la gestión estratégica consiste en un grupo o conjunto de decisiones y acciones relacionadas entre sí para el logro de las metas de una organización, de allí, la estrategia como la planeación sean tanto un proceso de toma de decisiones para formular o seleccionar las mejores alternativas de acción.

En este orden de ideas, cabe afirmar que el capital social adquiere relevancia, por cuanto le toca decidir de manera asertiva y éticamente las acciones a seguir para lograr los objetivos deseados por la directiva de la organización. En consecuencia, al elegir una alternativa estratégica, se encuentra de nuevo el elemento decisional como factor clave para el éxito corporativo.

Por ello, los autores consideran que la empresa debe contar con un capital social que le permita conducirse, competir, en una combinación particular de planteamientos o escenarios competitivos y operativos para llevar a la organización en la dirección deseada, fortalecer su posición en el mercado, así como su competitividad y mejorar su desempeño.

2. Gestión estratégica sustentable

Cuando un gerente pasa de los niveles tácticos-funcionales (relaciones industriales, finanzas, mercadeo, producción, entre otros) a los estratégicos, es común que tenga poco conocimientos y por ende no domina las principales teorías, las técnicas y las herramientas adecuadas para la administración total de la empresa, es por ello, que debe aumentar sus conocimientos de la administración general, personal, financiera o comercial a otra forma de gestión: la estratégica de la organización.

En este sentido, Sallenave (2010:101), la gerencia estratégica concerniente a la empresa moderna “requiere de conocimientos técnicos, así como de la comprensión de los factores sociales, estructurales y políticos que le dan forma”. La complejidad es cada vez más exigente, con el paso del tiempo y con la cantidad de situaciones que se presentan.

Es normal que la nueva visión se presente con gran incertidumbre, debido a la falta de experiencia no sabe por dónde comenzar, al enfrentarse a nuevas situaciones empresariales, en donde se entrelazan problemas técnicos y humanos. En consecuencia, se debe adquirir conocimientos especializados con otros conceptos, métodos e ideas en el proceso de análisis de problema para la adopción de decisiones, como lo es la conducción estratégica de la organización.

De acuerdo con, Strickland (2005:78), la estrategia de una empresa se puede definir como “el plan de acción que tiene la administración para posicionar a la compañía en la arena de su mercado, competir con éxito, satisfacer a los clientes y lograr un buen desempeño del negocio”. Tomando en cuenta esta definición, la estrategia entonces representa una amplia gama de acciones competitivas, así como una nueva misión organizacional que deben implantar los gerentes, para alcanzar el éxito deseado. Sin lugar a dudas, este enfoque estratégico moderno requiere de procesos profundos para adoptar decisiones, por cuanto se debe seleccionar el destino por medio de caminos seguros.

Según Robins (2008), la tarea se hace más compleja, al identificar y seleccionar un curso estratégico entre todas las opciones presentes, situación complicada, pues se debe justificar porque entre todas las trayectorias elegibles, se decidió seguir la dirección escogida confiando en que se configura como la mejor opción para posicionar a la compañía.

En consecuencia, la selección e implantación de un proceso de gerencia estratégica conlleva a decisiones gerenciales entre gran cantidad de opciones e indica el compromiso empresarial y estilo de actuación. Los expertos en planificación y gerencia estratégica Robins (2008), Chianato (2009) y Strickland (2005), coinciden que este proceso exista, debe estar representado por cinco actividades gerenciales indispensables:

1. Formular una visión estratégica de la estructura de la organización, hacia donde debe dirigirse, con la finalidad de identificar los mejores escenarios y proporcionar un camino a largo plazo, identificar en qué clase de empresa quiere transformarse, estimulando internamente una visión compartida, con el objetivo de reafirmar el verdadero propósito estratégico.
2. Establecimiento de objetivos, es decir, la conversión de la visión estratégica en resultados muy claros de la práctica que quiere conseguir la organización. Esto es convertir los fundamentos gerenciales de la visión estratégica y de la misión de la empresa en indicadores de desempeño, instrumentos que pueden ser utilizados para medir el progreso, en otras palabras, los objetivos son los criterios guías para dar seguimiento al ejercicio y al progreso de una organización.
3. Crear una estrategia, que garantice la consecución de los resultados deseados, esta pasa a ser la respuesta de la gerencia a los componentes tan fundamentales como si se debe estar concentrada en una o varias unidades estratégicas de negocio, es decir, son las acciones y enfoques de negocios que emplea la gerencia para garantizar un desempeño organizacional satisfactorio. Sin lugar a dudas la formulación e implantación de una estrategia exitosa debe ser una responsabilidad gerencial prioritaria en toda organización.
4. Implantar y ejecutar la estrategia seleccionada de una manera efectiva y eficiente, esto requiere de una valorización de los recursos tanto humanos como materiales para que la estrategia produzca los resultados esperados y así garantizar el momento oportuno al estilo de actuación seleccionado; así pues, esta actividad requiere de una competencia gerencial para innovar lo necesario para la implantación de la estrategia, ejecutarla en forma eficiente, garantizando así los resultados esperados.
5. Evaluar el desempeño y tomar las medidas correctivas tanto en la visión como en la misión, al igual que en el recorrido a largo plazo, los objetivos, la implantación de la estrategia, considerando los resultados reales obtenidos, las condiciones cambiantes del entorno, los procesos creativos y las nuevas oportunidades que se presenten. Este paso es necesario por cuanto la visión, los objetivos, la estrategia y el enfoque de la empresa a la implantación nunca son concluyentes.

3. Desarrollo sustentable desde la base del capital social

Desde la perspectiva de que el capital social tiene importantes implicaciones para el desempeño de las organizaciones, así como para los mismos ciudadanos, se puede decir entonces, este es un bien público basado en los aspectos de organización social, entre estos la confianza, las redes y reglas que superan los dilemas de la acción colectiva para alcanzar la eficiencia social.

El capital social es definido por Putnam (2003) como los elementos de la organización social, tales como la confianza, las normas y las redes que establecen relaciones de reciprocidad activadas por una confianza social emergente de dos fuentes, las normas de reciprocidad y las “redes de compromiso ciudadano”. Más ampliamente, Putnam (2003:167) define como capital social los “rasgos de la organización social como confianza, normas y redes que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad facilitando acciones coordinadas”, la cual resulta de un “proceso histórico, cuyas tradiciones asociativas son preservadas mediante el capital social” y que como

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

forma de organización “permite evitar los dilemas de la acción colectiva mediante lazos de confianza social”.

En este sentido, las relaciones de confianza llegan a generar una confianza social o confianza generalizada, esto cuando prevalecen normas de reciprocidad y redes de compromiso cívico. Para Lechner, (2000), el capital social se expresa en la relación existente entre relaciones de confianza y cooperación cívica. Bajo esta visión, a partir de los hechos sociales y con la orientación de la economía, Putnam (2003:212), define el capital social como “las características de organización social, tales como confianza, las normas y redes que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad mediante la facilitación de las acciones coordinadas”.

En concordancia, Etkin (2014), conceptualiza el capital social como los “mecanismos de la organización social tales como las redes, normas, y la confianza social que facilita la coordinación y cooperación para beneficios mutuos”. Desde este punto de vista, el capital social permite una mayor comprensión sobre los mecanismos de los ambientes de competencia en todos mercados, lo que enfoca su análisis del capital social en el fenómeno del liderazgo.

El capital social pasa a ser un recurso acumulable creciente en la construcción social para la operacionalización de relaciones sociales. Es, por lo tanto, un atributo colectivo más que una agregación de las conexiones sociales de los individuos, se puede explicar cómo el subproducto de otras actividades organizacionales y por lo tanto concierne un componente indispensable para la acción colectiva.

La acción colectiva debe ser estimulada por las instituciones propulsoras de actividades y relaciones de las personas. El capital social es un activo cuya propiedad conjunta entre los miembros y la organización beneficia a todos. Una organización nueva tiene la ventaja de poder crear su capital social organizacional, en tal forma que conserve un equilibrio óptimo entre los intereses individuales e intereses organizacionales.

El desarrollo social en un sentido sustentable depende en gran parte de la forma de capital social inherente a esa sociedad. Una comunidad cuenta con capital social cuando sus organizaciones se determinan por las relaciones de confianza que desarrollan, que hace predecible su comportamiento. La aceptación de la pluralidad política y cultural en procesos de autogestión y solidaridad facilita las bases morales, políticas e organizativas del desarrollo de las comunidades.

Los procesos que se dan en función de la sostenibilidad, pueden dar cierta estabilidad a los campos organizacionales, aunque estos siempre están evolucionando, resolviendo mediante consenso negociado socialmente las diferencias de interpretación. La capacidad de una comunidad se refleja en su nivel de desarrollo endógeno. Las organizaciones siguen estrategias habituales y las que siguen estrategias de nichos ocupan diferentes recursos ambientales, para dar respuestas innovadoras se forman vínculos interdependientes a otras organizaciones especializadas en otras industrias tales como estructuras de apoyo comunitario.

4. Pymes como ente de acción del capital social

Las pequeñas y medianas empresas, conocidas como PYMES, pueden ser descritas como una organización con características propias, que presentan dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros preestablecidos por los estados o regiones. Las PYMES pasan hacer agentes con lógicas, intereses, culturas y un espíritu emprendedor específicos.

Desde la visión de Cleri (2013:25), la pequeña empresa “es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece”. Además, su venta anual en valores no excede un determinado tope, el número de individuos que la con-

forma no excede un determinado límite, como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades existentes de la sociedad.

En este sentido, las Pymes sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas, por lo que la mayor parte de las grandes empresas se valen de la subcontratación de empresas menores para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste, de esta manera, existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas.

Explica Corma (2012), la mayor ventaja presente es las PYMES es su capacidad de cambiar velozmente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades, esto es mucho más difícil en una gran empresa, con muchos empleados y gran capital invertido. Sin embargo, el acceso a mercados específicos aumenta su riesgo de quiebra, por lo que es importante para las PYMES ampliar su mercado o sus clientes.

Lo anterior permite dilucidar, que las empresas pequeñas tienen más dificultad de encontrar financiación a un coste y plazo adecuados debido a su mayor riesgo. Para solucionar esto, Sandís y Ribeiro (2009), proponen para estas, recurrir a otras empresas con mayor capital, tomando en cuenta la rigidez laboral que presentan.

Para la constitución y funcionamiento de las PYMES, es importante la formación previa del empleado, así como el uso tecnológico adecuado, ya que, debido al pequeño volumen de beneficios presentado por estas empresas, no pueden dedicar fondos a la investigación, por eso deben asociarse con otras empresas o universidades.

5. Principios de las pymes para la formulación de objetivos

Uno de requisitos indispensables para el éxito de una empresa es el correcto manejo de su capital, esto no significa únicamente llevar bien las cuentas, sino además cual tipo de decisiones se toma con respecto al dinero de la empresa, por lo tanto, Martínez (2009), establece siete principios fundamentales que las Pymes deben considerar para la formulación de objetivos, estos son:

Principio #1: La buena representación

Una empresa requiere de tiempo y cuidados antes de poder dar los resultados esperados, en otras palabras, si el dueño de una empresa “extrae” recursos más allá de la capacidad de ésta, el efecto sería el no crecimiento de esta o la muerte antes de comenzar a producir. Para evitar esto, el empresario debe verse a sí mismo solamente como el administrador de la empresa, es decir, alguien a quien se le encargó su cuidado, y deberá entregar cuentas de su gestión. Es importante además no precipitarse al comprar bienes no necesarios, hay que ser paciente.

Principio #2: Debe existir equilibrio entre las entradas y las salidas de dinero en una empresa

En términos generales, existen solo dos formas importantes de lograr entrar dinero a la empresa: por una aportación de capital o por ingresos derivados de las ventas. En este sentido, estos últimos son los únicos que verdaderamente la hacen rentable y saludable, pues si no hay ingresos por ventas, cualquier aportación de capital será en vano. Por otra parte, las salidas de dinero se catalogan en costos, gastos de operación, inversiones y, por último, utilidades.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Es primordial respetar este rango en cuanto a las salidas de dinero, si se toman las utilidades y se queda a deber costos o gastos de operación, solo se está perjudicando la empresa, pues en realidad no hay tales “utilidades”. Es importante cuidar que no se gaste excesivamente, pero es más importante incrementar los ingresos por ventas.

Principio #3: La ley de la siembra y la cosecha

Éste principio guarda mucha relación con los dos anteriores. Como dueño o administrador se es ejemplo para los empleados, proveedores y clientes. Por ello, en la medida de las posibilidades de la empresa, se deben contar con salarios decorosos; sembrar al contratar un empleado más, si la actividad así lo demanda, en vez de exceder el trabajo del empleado que ya está; invertir en cursos de capacitación al año; invertir en materias primas de buena calidad y en proveedores confiables (aunque no sean los más baratos), darle un pequeño extra al cliente y contratar al menos un poco de publicidad.

Es importante asesorarse por profesionales para tomar decisiones de negocio importantes o mejorar su negocio. No se trata de reinvertir todas las utilidades obtenidas (aunque al inicio siempre es aconsejable), pero al poner en práctica esto de sembrar en vez de querer todas las ganancias verá los resultados, es decir, la cosecha abundante.

Principio #4: No adquiera nada que no sepa exactamente cómo lo va a vender o utilizar

Muchas empresas, sobre todo aquellas con poco tiempo de haber iniciado, que asumen desde un principio grandes gastos de operación e invierten fuertemente en mobiliario y equipo, sin embargo, no saben todavía cómo o a través de quién van a vender sus productos.

Es fundamental primero enfocarse en conseguir clientes y cerrar ventas, y no enfocarse en comprometer el capital de la empresa antes de conseguir el primer pedido. Evite las ofertas si realmente el negocio no las necesita en determinado momento. No se deben adquirir cosas innecesarias con la excusa de poder deducirlas de impuestos o por tener impuestos a favor, eso puede que ayude fiscalmente en el corto plazo, pero a largo plazo una práctica muy perjudicial.

Se debe tener en cuenta el objetivo de una empresa, el cual es ganar dinero vendiendo sus productos o servicios, no ahorrar en costos y gastos. En teoría, las ventas pueden crecer sin límite, pero también en teoría los gastos no pueden llegar sino hasta cero. Por eso, en vez de perder excesivo tiempo tratando de aprender a hacer algo, mejor páguele un precio razonable a un experto y dedique ese tiempo a atender los asuntos de su negocio.

Principio #5: O bien vendido o bien corrompido

Este es principio, refiere a que no se debe derrochar los productos o servicios de la empresa, sólo por vender cualquier cosa y a cualquier costo. Si no se cree en el valor de lo ofrecido, los clientes tampoco lo harán. Es de recordar que el margen de ganancia es de donde sale para pagar los gastos de operación, para las inversiones en el negocio, y en última instancia, para las utilidades.

Principio #6: Nunca fiar

En este punto, no se debe confundir con dar crédito, esto es distinto a fiar. Se puede otorgar crédito, pero antes se debe verificar las posibilidades de que pague, y además se debe contar

con un departamento de cobranza que cuenta con los instrumentos necesarios para cumplir su labor. De no cumplir con esto, simplemente se está fiando, y esto es lo más parecido a regalar el producto o servicio de la empresa.

Principio #7: Tenga siempre una reserva de efectivo

Este es probablemente el principio que requiere de menos explicación, simplemente, los imprevistos ocurren, aunque esto varía dependiendo del giro y tamaño de la empresa, en general se recomienda tener mínimo el equivalente a tres meses de gastos de operación como reserva de efectivo. Uno de los beneficios más importantes de aplicar estos siete principios es que están enfocados a proteger el capital de trabajo del negocio, los cuales permiten funcionar bien y generar ingresos por ventas.

6. Acciones que se emplean en el capital social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable

El capital social no se ve afectado por las pérdidas económicas, por eso explica Martínez (2009), que, en caso de números rojos, la empresa puede tratar de corregir con una parte del patrimonio reservada para tal fin, sin que el capital social de la compañía se vea afectado. Este sí puede disminuir, sin embargo, cuando la empresa termine en la quiebra y se vea en la obligación de liquidarse. Llegado a ese extremo, sí podría verse afectada la cuenta de capital social. Además, entonces alguno de los socios podría pedir la devolución de sus aportes.

En visión de Cleri (2013), el capital social indica el valor económico con que los accionistas dotan a la empresa para su accionar, más tarde no es un indicador que señale para nada el valor real de la empresa. Sin embargo, su cuantía sí es tenida en cuenta por las entidades bancarias a la hora de analizar la solvencia de la empresa.

En ocasiones, para poder financiar nuevas inversiones, una empresa puede aumentar su capital social, lo que permite incrementar los recursos propios de la compañía. De esto, Corma (2012), señala las formas más comunes de realizarla, en una sociedad anónima, son emitir nuevas acciones o aumentar el valor de las ya existentes, en síntesis, en pedir más dinero prestado a los accionistas de la empresa o en permitir la entrada de más inversores, algo mucho más barato que acudir a una entidad bancaria.

7. Capital social como gestión estratégica de la responsabilidad y el compromiso social

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), América Latina aún sigue siendo la región más diversa del mundo, por lo que, prosperar hacia una distribución de ingresos y otros activos de manera más adecuada, todavía es un trabajo pendiente más importantes en el futuro. Esta desigualdad perjudica profundamente a la dignidad humana, así como la falta de opciones educativas y laborales, la falta de acceso a servicios de salud apropiados, entre otras graves insuficiencias, se convierten en debilidad, lo que a su vez significa, falta de oportunidades de desarrollo, afectando directamente la calidad de vida de las personas.

Ante este hecho, Corma (2012), manifiesta que es pertinente resaltar la importancia y los beneficios del capital social abocado al compromiso social en general, sin dejar de reconocer el aporte del voluntariado en particular. Entre otras cosas, se convierte en constructor de capital social, además de un gran productor de bienes y servicios sociales, orientado hacia el desarrollo

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

integrado e inclusivo en América Latina.

Señala Etkin (2014), es relevante la acción social desarrollada por mencionar un caso, desde el ámbito universitario a través de sus diversas modalidades, esto debido a que, la universidad, como actor social, tiene grandes ventajas, como las comunidades universitarias, además de experiencias, conocimientos, estas poseen la valentía para no creer en imposibles, la esperanza y la generosidad que los impulsa a trabajar.

En este sentido, estos espacios tienen la capacidad de transformar la indignación en una fuerza transformadora, permitiendo cambiar las situaciones más adversas. Por estas razones, la Universidad tiene un papel preponderante para que los ideales de igualdad, equidad y justicia sean un hecho real.

Sin embargo, explica Etkin (2014), que también este compromiso social afronta grandes retos debido, a la complejidad de ese objeto de estudio, así como a la escasez de información sistemática y confiable, resultando difícil saber con exactitud cuántos individuos realizan alguna actividad solidaria, ya que no se cuenta con estadísticas al respecto, ni metodologías suficientemente probadas para el análisis de estas iniciativas. Sin embargo, algunos países ante esta situación han impulsado por medio de leyes o decretos, el capital social, desde el punto de vista de la responsabilidad social, induciendo a las pymes a tomar en consideración esta variable dentro de su gestión.

La mayoría de estas acciones sociales presentan registros desiguales, en algunos casos no exceden lo puramente descriptivo y vivencial, a veces se da por sabida información que sólo conocen los participantes directos, o se omiten los datos que distorsionarían una imagen idílica de la actividad.

Se sustenta lo planteado en lo expuesto por Valenzuela (2005:81), Vallaeys (2006) y Vallaeys (2007), cuando expresan desde la axiología, se parte de la importancia de la ética empresarial y poder comprender el porqué de la confianza como plataforma para la generación de capital social, ya que la ética empresarial conjuga elementos teóricos como la ética, desde la cual se pretende hacer reflexiones sobre el comportamiento y la empresa, que se constituye en un medio en el que el ser humano logra propósitos mediante las actividades que realiza.

Es así como la ética empresarial evalúa acciones de las empresas mediante los valores que orientan sus actos, es decir que los valores se relacionan con la axiología de la ética empresarial de tal manera que la calidad de la administración de las empresas es la que las legitima ante la sociedad o las desvirtúa, lo cual se traduce en la transparencia de sus acciones, en “hacer lo que se dice y responder por lo que se hace”.

Reflexiones finales

Las gerencias tienen la gran responsabilidad de desarrollar y profesionalizar sus áreas de compromiso social desde su capital social, puesto lo ejecutado, o dejen de ejecutar, redundará no sólo en su interior como organización sino en beneficio o deterioro de todo el entorno, en este sentido señala Etkin (2014:15), “somos lo que hacemos para cambiar lo que somos”, es decir, depende del talento humano de las pymes lograr impulsar su capital social abocado a estrategias de responsabilidad social.

Por otro lado, para lograr un desarrollo social eficaz y sostenido, es relevante la labor de todos los miembros de la organización, desarrollando esta acción sobre la base de una planeación estratégica de proyectos que inicien de un diagnóstico del entorno social, de las necesidades prioritarias de la sociedad, además que se diseñen y ejecuten con la metodología adecuada, por último se debe evaluar con indicadores apropiados los cuales permitan dar a conocer tanto el

impacto de los proyectos, como el impacto social u organizacional de los mismos.

También autores como Londoño (2009), López (2006), Moreno León (2005), Sudarsky (2007), Atria (2003), Paladino (2004), sostienen que el capital social como concepción está en total vinculación con definiciones como responsabilidad social, ética, compromiso, desarrollo y gobernabilidad.

Referencias Bibliográficas

- Atria, R., Siles, M., Arriagada, I., Robinson, L., y Whiteford, S. (2003) Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. (Compiladores). Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Universidad del Estado de Michigan. Santiago de Chile.
- Cleri (2013). El Libro de las Pymes. Ediciones Granica S.A. Naucalpan, México. Corma, F. (2012). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Editorial Díaz de Santos. Buenos Aires, Argentina.
- Cortina y Martínez (2008). Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y comunicación. Editorial Trota, S.A. Madrid, España.
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional. México D. F.: McGraw Hill.
- Corma, F. (2012). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Editorial Díaz de Santos. Buenos Aires, Argentina.
- De la Masa, L. (2005). Fundamentos de la filosofía hermenéutica: Heidegger y Gadamer. Teología y ViLdUa. 122-138.
- Durston, J. (2000). División del Desarrollo Social. CEPAL. Santiago de Chile, Chile
- Etkin, J. (2014). Capital social y valores en la organización sustentable. Ediciones Granica. Naucalpan, México
- Francés (2008). Capital Social y organizaciones no lucrativas. Editorial AHS. México.
- George y Jones (2010). El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Editorial CEPAL. Santiago de Chile, Chile.
- Lechner (2000). Obras escogidas: Crisis del Estado en América Latina. LOM Ediciones. Primera edición. Santiago de Chile, Chile.
- Londoño, I. (2009). Conceptos sobre Responsabilidad social, Capital social y Cadena de valor en el sector agroindustrial del departamento del Quindío. Armenia: Fundación Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

- López, S. (2006). Experiencias metodológicas de una investigación. Universidad Católica Popular del Risaralda, Pereira. Revista Páginas (74), 32- 4
- Martínez. (2009). Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa. México D.F.: Editorial Trillas.
- Moreno León, J. (2005). Capital social, Gobernabilidad democrática y desarrollo. Los retos de la educación. Universidad Metropolitana – Caracas, Venezuela. Recuperado de: <http://www.redelaldia.org/IMG/pdf/JoseIgnacioMoreno.pdf>.
- Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible. Conceptos, ejemplos y herramientas de la RSC o de la Empresa. Madrid, McGraw Hill.
- Paladino, M. (2004) La responsabilidad de la empresa en la sociedad: Construyendo la sociedad desde la tarea directiva. Buenos Aires: Ariel.
- Portes, A. (2009). Sociología económica, una investigación sistemática. Primera Edición, Centro de Investigaciones sociológicas. Montalbán, Madrid, España.
- Putnam, R. (2003). Capital social, trabajo y juventud. Editorial Complejo Editores. Buenos Aires, Argentina.
- Robines, S. (2008). Fundamentos de comportamiento organizacional. Quinta Edición. México.
- Sallen are, JP (2010). Gerencia y planeación estratégica. Grupo Editorial Norma. Colombia.
- Sandin, M. (2003). Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones. Editorial McGraw-Hill. México.
- Strickland (2005). Desarrollo Profesional de Instrucción Diferenciación: Una Herramienta Acción ASCD.
- Sudarsky, J. (2007). La Evolución del Capital social en Colombia 1997- 2005. Fundación Antonio Restrepo Barco. Recuperado de http://www.johnsudarsky.com/evolucion/I_introduccion.pdf
- Thompson, Strickland y Gamble (2010). Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases. Traducción: La elaboración y ejecución de la estrategia: La búsqueda de la ventaja competitiva: Conceptos y Casos.
- Valenzuela, L. (2005). Perspectivas de la responsabilidad social empresarial. Manizales:

Gráficas JES.

Vallaey, F., Carrizo, L. (2006). “Responsabilidad Social Universitaria: Antecedentes, Marco Conceptual y Herramientas”. Red Universitaria de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Política y Desarrollo. Banco Interamericano de Desarrollo BID.

Vallaey, F. (2007). Desarrollo Regional Sostenible con Responsabilidad Social. Primer Foro Itinerante Universidad + Empresa + Estado: Universidad del Quindío. Armenia.

Vargas, X. (2010). ¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía para lo que hacen investigación por primera vez. Unidad Académica de Contexto ITESCO

Villafañe, J. (2005). Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas. Editorial Pirámide. Madrid, España.

Capítulo IV Develación de la información

Development of information

Resumen

Este capítulo presenta los resultados obtenidos, afirmando que los mismos son válidos y muy interesantes, por lo que, cuando se llega a esta parte de la investigación, es sencillamente mostrar los datos y resultados que se fue lograda a través de los informantes clave, emanada de sus experiencias y conocimientos tanto dentro de su ambiente de trabajo en el cual desempeña sus competencias, como del paradigma que desarrolla la investigación, en sus argumentos se plasman sus puntos de vista de acuerdo a su percepción de la realidad, por lo cual la ecuanimidad del investigador aunado a la observación y la entrevista se convierten en componentes determinantes para descubrir la información buscando que esta signifique una efectiva contribución sin dejar de considerar la realidad.

Palabras clave: Develación, información

Abstract

This chapter presents the results obtained, stating that they are valid and very interesting, so when we get to this part of the research, it is simply to show the data and results that was achieved through key informants, emanating of their experiences and knowledge both within their work environment in which they play their skills, and of the paradigm that develops research, in their arguments are expressed their points of view according to their perception of reality, so that equanimity of the researcher combined with the observation and the interview become determining components to discover the information in order that this means an effective contribution without neglecting the reality.

Keywords: Development, Information

Introducción

Una presentación adecuada y clara de los resultados del estudio además de ser fundamental para contribuir a la discusión y difusión de los mismos, puede incluso ser esencial para lograr que sean aceptados en determinado campo de acción. Precisamente un buen punto de partida, no sólo sobre cómo presentar los resultados sino también ser analizados, contribuye a la aceptación de los mismos.

La información se origina de la subjetividad del sujeto, para lo cual las técnicas empleadas por el investigador son fundamentales, así como su capacidad de escuchar y discernir, buscando descubrir todo aquello que aporte para el enriquecimiento de la ciencia, por ello en este momento es importante establecer todos los fundamentos del entorno, así como los datos que el informante conceda a la investigación.

TABLA 1 INFORMANTE CLAVE 1: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 1
<p>Buen entorno laboral, Buen clima, Permanente comunicación Sentido de pertenencia Respeto</p>	<p>W: ¿Qué acciones ha establecido la gerencia para propiciar la asociatividad y cooperación entre los colaboradores?</p> <p>E: Principalmente hemos trabajado mucho en mantener un buen entorno laboral, que haya un buen clima laboral una de las cuestiones que más nos ha funcionado es estar en permanente comunicación con los gerentes de cada área y así sucesivamente estos gerentes que le transmitan a todos los empleados y que aprendan a querer a la empresa basados en un principio de respeto, en un principio de determinar sus valores de determinar sus condiciones, sus conocimientos y así hemos mantenido esa cultura.</p> <p>W: Para lograr ese ambiente ha hecho algunas acciones específicas.</p> <p>E: Si claro, hemos involucrando a todos los empleados activamente a través de comité, de hecho aquí hay unos programas especiales que se manejan, existe un fondo de empleados que participa también activamente y también hay unas estrategias internas que también nosotros hacemos que se apersonen para que se involucren y sientan que la empresa es tanto de ellos como de nosotros, esa es la parte que nos ha dado resultado y más que todo porque nosotros también fuimos empleados uno conoce la cultura de la gente entonces uno analiza cuando fue empleado cuando fue directivo y uno se da cuenta cuales son las diferencias</p>

Categorización	Texto Pág. 1
----------------	--------------

<p>Involucramiento</p> <p>Comité</p> <p>Empatía</p>	<p>W: ¿Cómo se da la colaboración entre el personal de la empresa?</p> <p>E: La colaboración se da constantemente, nosotros tenemos aquí un área de diseño que es un área que, que es un área que para estar a la moda uno tiene retroalimentarse mucho de ellos, por ejemplo, una de las cadenas más grandes del mundo almacenes Zara, nosotros hemos venido aplicando más o menos ese concepto de retroalimentarnos con ellos, ellos van a ferias nacionales e Internacionales, entonces ellos participan activamente tanto Los jefes de grupo y cogemos por sorteo a determinados Colaboradores como de punto de venta que conocen bien al público, que es lo que quieren y eso lo hemos transmitido hacia el departamento de diseño.</p> <p>W: ¿Y entre trabajadores como se colaboran?</p> <p>E: Se colaboran activamente por ejemplo en esta empresa que casi nunca lo hacen aquí existe un sistema, aquí se le llama de unas bonificaciones en ventas, que son tenidas en cuenta en el tema de prestaciones sociales y eso, ellos se colaboran muchísimo porque cada punto se puede prestar</p>
---	--

TABLA 2 INFORMANTE CLAVE 1. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 2
Gerencia de puertas abiertas	<p>E: la mercancía con otro punto de venta, por ejemplo, si una camisa de raya X, no la tenemos acá y la tiene otro compañero, inmediatamente se la pide y se la trae y lógicamente esa venta no el entra a este almacén sino a la persona que viene le hace el favor y se la trae igualmente la empresa le reconoce la venta al punto que hizo la gestión, eso nos ha dado mucho resultado.</p>
Uso de la tecnología para comunicar	<p>W: ¿Cómo se da la comunicación entre las personas de la empresa?</p> <p>E: La comunicación se da directamente entre los jefes y los intermediarios y directamente la gerencia, nosotros somos una gerencia de puerta abiertas y donde escuchamos permanentemente a nuestros empleados incluso tienen comunicación directa tanto telefónica como directamente para los que están cerca, para los que están en otras ciudades se comunican vía Skype, vía telefónica, vía internet, existe una plataforma tecnológica muy amplia en donde ellos constantemente se están comunicando con nosotros y existen unos buzones de análisis y de encuestas que hacemos internamente y ellos manifiestan allí, lo que creen ellos que le puede afectar y que los está afectando y todo eso lo estamos evaluando constantemente.</p>
Comité	
Programa de salud ocupacional	<p>W: Y entre los trabajadores como se comunican entre ellos mismos?</p> <p>E: Entre ellos mismos se comunican vía Skype, vía telefónica y se comunican personalmente.</p> <p>W: ¿Qué estrategias realiza la organización para para la socialización de las personas en los equipos</p>

Categorización	Texto Pág. 2
<p>Gerencia de puertas abiertas</p> <p>Uso de la tecnología para comunicar</p> <p>Comité</p> <p>Programa de salud ocupacional</p>	<p>W: ¿Qué estrategias realiza la organización para la socialización de las personas en los equipos de trabajo?</p> <p>E: generalmente se hacen unos concursos y esos concursos se hacen bajo unos estándares de calificación que tienen los departamentos, la calificación la hacen generalmente por los líderes, los que más se destacan, son los que obtienen las mayores calificaciones y esa ha sido una estrategia que la hemos utilizado para determinar los concursos de los gerentes de cada área porque cada punto de venta tiene un gerente, cada punto de venta tiene su cajera y cada punto de venta tiene sus colaboradores en ventas, aquí se les llama vendedores de vitrina.</p> <p>W: Usted nos comentó algo del comité</p> <p>E: si existen unos comités que se utilizan para compra tanto como para el manejo de talento humano usted sabe que existe también un programa de salud ocupacional que viene manejando la empresa y existen unos comités, el comité de seguridad, el comité de salud, todos esos comités que están creados, que los han ido creando ellos mismos y han sido de mucho beneficio, el comité de seguridad, el comité de planeación también existe el comité de producción entonces</p>

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

TABLA 3 INFORMANTE CLAVE 1 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 3
Reuniones semanales o Quincenales	E: todo eso interactúan y hacen reuniones semanalmente o cada quince día.
Identidad de marca	<p>W: cuando dice ellos se refiere a los trabajadores E: A los trabajadores</p>
Canales de comunicación	<p>W: ¿Cómo la acción social de la empresa se integra con sus clientes externos?</p>
Fidelización	E: Crea una identidad de marca, esa identidad de marca se ve reflejada en nuestros empleados porque les transmite a nuestros clientes que son los que usan nuestros productos que ellos se identifican a través de nuestra marca, también existen unos canales de comunicación con ellos que son acumulación de puntos todo lo que es el tema de fidelización de ellos, entonces estamos manejando esa parte y nos ha dado también mucho resultado. Los correos masivos que tenemos con nuestros clientes, que lo hacen nuestros empleados a través de nuestros medios de comunicación
Correos masivos	
Los comités	
Espontáneamente	
Encuestas Internas	<p>W: ¿Cómo la gerencia promueve la participación espontanea de su personal?</p>
Concurso Meritocrática	E: A través del comité, los comités influyen mucho en E: A través del concurso, tu sabes que en estas empresas del sector privado siempre la persona tiene que demostrar su capacidad
Personal a gusto	<p>W: Esos concursos son para aspirar a nuevos cargos E: Para aspirar a nuevos cargos</p>
Orgullo, sentido de pertenencia	<p>W: Según la planeación estratégica ¿Cuál es el nivel de involucramiento del capital social en la gestión estratégica?</p>
Buenas Condiciones Laborales	E: Yo creo que o es así, el capital social, lo tienes a través de ese departamento de recurso humano, que es una de las partes más valiosa que tiene esta empresa, son las personas que la integran de hecho nos caracterizamos de que generalmente el personal se sienta a gusto, que se sienta trabajando bien para la empresa de que se siente orgulloso y de que se siente que la empresa es de ellos y que adicionalmente las condiciones laborales en las que ellos están les permiten desarrollar esa filosofía o ese capital social.

TABLA 4 INFORMANTE CLAVE 1 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 4
<p>Disposición y motivación para los obstáculos</p>	<p>W: ¿Cómo el capital social favorece a enfrentar las amenazas del entorno? E: El capital social, repíteme la pregunta.</p> <p>W: ¿Cómo el capital social favorece a enfrentar las amenazas del entorno? E: Bueno las amenazas del entorno son muchas, se vive constantemente buscando asesores expertos en la materia psicólogos gente que tenga la capacidad de capacitar en ciertas áreas, fortalecemos el sistema de estímulos de la personas, analizamos constantemente la situación de la persona, aquí se presentó una situación en un momento una situación en un momento dado, hubo un nivel de endeudamiento altísimo de los empleados y en un momento dado el departamento de talento humano identifico eso, nosotros identificamos hicimos un estudio e identificamos que alrededor de un 20% se encontraba en ese riesgo y que era bastante alto y era una amenaza , entonces porque se endeudaban, por muchos factores por las matrículas de los hijo mala planificación financiera, entonces que hicimos, internamente nuestro fondo de empleados e conseguimos con el sector financiero , la empresa puso un capital y le conseguimos recursos sin intereses para que ellos se pusieran al día con sus obligaciones y se les proyecto eso a largo plazo y muchos incluso después de eso alcanzaron obtener sus viviendas sus vehículos, sus cosas esas es un aparte que nosotros les hemos estado trabajando</p> <p>W: Y cómo los trabajadores han ayudado a enfrentar esas amenazas? E: Generalmente manifestando, comunicándose a la gerencia, hubo un cierto grupo que le manifestó abiertamente a la gerencia, porque nosotros somos un grupo muy dado a que nos llegue la información</p>
<p>Económica Ex-presando Riesgos</p>	<p>W: Ellos manifiestan las amenazas del entorno E: Y nosotros lo evaluamos y también lo determinamos del entorno y también algo importante que hemos venido haciendo es tratar de identificar, vea como en esta empresa se crean grupos nosotros hemos intentado acercarnos a ellos, porque en esos grupos hemos debatido cosas que traen, errores de ellos mismos por su forma de ser, entonces hemos venido trabajando en esa parte, se le ha trabajado.</p>

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Categorización	Texto Pág. 4
Económica Ex-presando Riesgos	<p>W: ¿El personal está identificado con las bondades que al ofrecer el entorno? E: Bueno yo creo que sí.</p> <p>W: ¿Se lo manifiestan a usted? E: sí.</p> <p>W: ¿Y cómo se lo manifiestan? E: Lo hacen a través de cartas, lo hacen a través de correos.</p>

TABLA 5 INFORMANTE CLAVE 1 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 5
Capacitar a la gente	<p>E: lo hacen a través de los jefes, lo hacen directamente, inclusive tenemos empleados que no dependen directamente de la gerencia y tienen la posibilidad de acercarse a nosotros y manifestar en que los está afectando el entorno.</p>
Hacer partícipe	<p>W: ¿Qué aportes daría usted para mejorar la gestión del capital social? E: Capacitar a la gente constantemente, capacitación, hay que capacitar a la gente hay que tratar de apoyar al gobierno y en si apoyar a la empresa como tal, yo estaría de acuerdo que tal como se forman tantos impuestos porque no de esa forma, bajar los impuesto y obligar a la empresa privada a que todos los empleados.</p>
accionario al Colaborador	<p>en sí tengan una participación aunque eso es libre pero el entorno también te obliga a sostenerte de los que veníamos conversando, porque la competencia es dura, hay cosas muy impositivas del estado que no le permiten al empresario hacer esto que nosotros hemos tenido en mente para nosotros sería fabuloso que gran parte del capital social económico también tuviera participación el empleado, ese debiera ser el ideal.</p>
Liderazgo	<p>W: Cuáles de los principios formulados en la visión y misión están orientadas a la sostenibilidad? E: Bueno los principios en la Visión yo creo que están claramente si usted analiza la visión, dice: nosotros queremos ser líderes reconocidos a nivel nacional e internacional. Si nosotros queremos ser líderes a nivel internacional ese es un aparte que está muy ligado al capital social de la empresa, , si usted no tiene personas capacitadas que hagan parte de ese capital social de ese valor de</p>
Desarrollo de RRHH	
Categorización	Texto Pág. 5

<p>Competir con el Mercado</p>	<p>la empresa como vas a competir con el mercado tanto nacional como internacional, no habría forma de hacerlo, claramente en nuestra visión está Contemplada.</p> <p>W: ¿Se formulan estrategias que favorezcan la sostenibilidad de la organización desde la base de estos principios?</p> <p>E: Si claro constantemente cada día inclusive, dentro de las estrategias tenemos que los socios casi nunca retiran excedentes o utilidades todo se va reinvertiendo en la empresa y esto conlleva en crear más puntos de ventas, invertir más en la empresa creer más en la empresa pero para eso contamos con el personal que Tenemos.</p>
<p>Reinvertir</p>	<p>W: ¿Dentro de los elementos de la filosofía organizacional, cuales están más presentes dentro de las personas</p> <p>E: Repítamelo a ver.</p> <p>W: ¿Dentro de los elementos de la filosofía organizacional, cuales están más presentes dentro de las personas</p>

Tabla 6 INFORMANTE CLAVE 1 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 6
<p>Lealtad honestidad</p> <p>Motivar para el estudio Meritocracia</p> <p>Procedimiento de Reciclaje Estándares de Seguridad e Higiene internos</p> <p>s</p>	<p>E: Yo creo que el liderazgo, también está la lealtad, la honestidad</p> <p>W: ¿se plantean estrategias orientadas a la sustentabilidad de la organización? E: Me la puede repetir</p> <p>W: ¿se plantean estrategias orientadas a la sustentabilidad de la organización? E: Si se plantean</p> <p>W: ¿Cómo cuales por ejemplo? E: Motivar para que el personal se prepare tenga estudios de fondo, de que facilitarle los medios para que ciertas personas en determinados cargos se capaciten a través de medios que facilita la empresa.</p> <p>W: ¿Y cómo tienen en cuenta el factor del ambiente en ese diseño estratégico? E: El ambiente generalmente tienen que ser personas que logramos que se destaquen en esos comités se destaca porque no podemos, es decir esas personas que no se destaquen hay que buscar la forma de reorientarlas para que también se destaquen en su desarrollo.</p> <p>W: ¿Qué tareas o acciones enfocadas en la sustentabilidad requieren de un proceso colaborativo por parte de las personas? W: Le repito la pregunta. ¿Qué tareas o acciones enfocadas en la sustentabilidad requieren de un proceso colaborativo por parte de las personas? E: Bueno si los empleados para preservar el medio ambiente, es decir tienen unos procedimientos de reciclaje, existen unos estándares también de seguridad e higiene internamente, para eso están creados los famosos comité de los que les he venido hablando y eso está contemplado en el programa de salud ocupacional</p> <p>W: ¿Los empleados están enfocados hacia la sustentabilidad? E: Si están enfocados desde el vigilante hasta la gerencia</p> <p>W: ¿Cree usted que la socialización del personal contribuye a desarrollar estrategias sustentables? E: Si claro, si creemos si lo hacemos</p>

Categorización	Texto Pág. 6
Compromiso Políticas internas Para salvaguardar Espacio	<p>W: Porque lo cree cuénteme:</p> <p>E: Porque hay un nivel de compromiso de todos basado en el reglamento interno de trabajo, donde dentro de las políticas internas esta salvaguardar todos los espacios la iluminación, la utilización de los puestos de trabajo toda esa parte estructural que los beneficia a ellos pero si no los conlleva a trabajarlos de una manera adecuada.</p>

TABLA 7 INFORMANTE CLAVE 1. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 7
----------------	--------------

<p>Participación individual</p> <p>Apoyo mutuo, colaboración, gestión individual y colectiva</p>	<p>W: ¿Qué acciones ha establecido la gerencia para propiciar la asociatividad y cooperación entre los colaboradores?</p> <p>E: Es la participación individual o sea todos tienen derecho a opinar a dar sus ideas y escoger u organizar la mejor para hacerla funcionar dentro de nuestra organización, en el apoyo mutuo en la colaboración, en la gestión individual y colectiva.</p> <p>W: ¿Hay algunas acciones específicas que la gerencia haya establecido?</p> <p>E: Nosotros hicimos dentro de nuestras funciones cada procedimiento para que todo el grupo lo conozca y en dado caso de que alguien falte hay alguien que lo vaya reemplazando ó sea se van rotando los puestos las funciones para que así no nos afectemos en el momento que alguna persona no este.</p> <p>W: ¿Cómo se da la colaboración entre el personal de la empresa?</p> <p>E: La colaboración está dirigida a cada tarea o realización que tienen que hacer ellos dentro de la organización pero está apoyada, en el consejo en el manejo y de pronto en la decisión de la misma, un ejemplo, de pronto hay una actividad que no le corresponde a esa persona pero por fuerza mayor lo tiene que hacer entonces busca el apoyo en las personas que sí lo han hecho</p>
<p>Categorización</p>	<p>Texto Pág. 1</p>

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

<p>Involucramiento Asistencia en las tareas</p>	<p>anteriormente y entonces logran después hacer la actividad ellos o sea hay una comunicación, interactúan entre ellos y de pronto lo ponen al servicio de la empresa o de los clientes como tal.</p>
<p>Comunicación permanente, inter- acción</p>	<p>W: ¿Cómo se da la comunicación entre las personas de la empresa? E: Diaria y también hacemos reuniones técnicas, o sea en las reuniones podemos tratar algunos puntos que hayan afectado en algún momento a la empresa y que se hacen públicas dentro del grupo para que no sean repetitivas, va desde la atención al público hasta la realización de una actividad con el fin de que la satisfacción del cliente no se afecte esas reuniones se hacen semanales con el jefe de taller y con todo el personal administrativo y se toman las decisiones y se alimenta a todo el personal para que no se vuelva a repetir el suceso.</p>
<p>Reuniones Satisfacción del cliente</p>	<p>W: ¿Y dentro de cada una de las personas como se comunican ellos? E: Diariamente en la actividad hay una comunicación por la necesidad de cada puesto de trabajo es continua, es todo el día la comunicación en la necesidad que tenga tanto el área de producción como la administrativa.</p>
<p>Difusión de in- formación</p>	<p>W: ¿Qué estrategias realiza la organización para la socialización de las personas en los equipos de trabajo?</p>

TABLA 9 INFORME CLAVE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 2
<p>Experiencia Comunicación in- terna Respuesta oportuna Confianza Familiaridad Construcción de relaciones</p>	<p>E: ¿Qué actividades? W: ¿Qué estrategias? E: Pues normalmente es el día a día el que de pronto nos permite tener una vivencia y de acuerdo a eso establecemos que de esas vivencias debemos evitar algunas cosas o debemos poner por acción algunas cosas para que no nos afecten en el trabajo diario o sea estrategias como tal no utilizamos porque este negocio se maneja con el día a día y con la experiencia diaria no todas las experiencias son las mismas, entonces si de pronto nos montamos en una estrategia o en un modelo de pronto nos vamos a encasillar cuando todas las actividades en el día a día son diferentes. W: Pero las personas se socializan entre ellas.</p>
Categorización	Texto Pág. 2

<p>Satisfacción del cliente Respuesta oportuna</p>	<p>E: Claro, de pronto lo que yo te había comentado anteriormente en la comunicación que se tiene dentro de la empresa se logra que todos conozcan lo que pudo haber afectado a una o varias personas para que en un futuro eso se tome como una estrategia para que no se vuelva a repetir, pero realmente no tenemos estrategias establecidas porque esto es algo diferente cada día o sea las maneras como se puedan realizar las actividades allá afuera, de pronto se tiene un manual de funcione y un manual de procedimiento, pero hay momentos en que ya se salen de ese orden las cosas y la vivencia es lo que nos permite de pronto hacer las estrategias rápidamente no ponerla por escrito porque quizás por escrito no se puedan cumplir en su momento.</p> <p>W: ¿Cómo la acción social de la empresa se integra con sus clientes externos?</p> <p>E: Bueno de pronto hay una manera de trabajar con nuestros clientes y es que le brindamos confianza y muchas veces nuestros clientes después de utilizar nuestros servicios se hacen tan familiares o tan afines la relaciones de amistad que en cualquier momento o en cualquier situación nos llaman o nos piden información a cambio de nada porque quizás nosotros al principio aceptamos un cliente le hacemos un diagnóstico le hacemos un trabajo quedan satisfechos y entonces de allí, comienza la confianza con el cliente a llamar a preguntar y nosotros a querer solucionarles las cosas a cambio de nada sin seguirles cobrando por una atención simplemente porque estén familiarizados con nuestra empresa y vuelvan a hacer los servicios dentro de ella.</p>
--	---

TABLA 10 INFORMANTE CLAVE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 3
<p>Experiencia</p> <p>Contacto con el cliente cercano</p> <p>Confianza de Construcción de Relaciones</p> <p>Económico</p>	<p>W: ¿Cómo la gerencia promueve la participación espontanea de su personal?</p> <p>E: Bueno la participación espontanea en este tipo de empresa va más que todo al conocimiento que ellos tienen en cada trabajo o en cada especialidad, o sea la gerencia le permite a ellos poder transmitirle al cliente la seguridad de lo que están haciendo y que tienen el control y el conocimiento para reparar el vehículo o sea le permite que de pronto ellos puedan transmitirle al cliente el daño la prevención y un futuro o sea hasta ese punto sin llegar a comprometer de pronto algo o a prometer algo que no se pueda, en eso si tenemos nosotros, en eso siempre le hacemos énfasis al personal de que ellos tienen la libertad de transmitirle el conocimiento al cliente en cuanto a la duda o la necesidad que tenga en su momento su vehículo pero sin llegar a de pronto a crear expectativas que de pronto el cliente viene de otra parte que no espere en nosotros, todo es bajo una medida.</p> <p>W: ¿Cómo se permite involucrar a las personas?</p> <p>E: porque aquí el contacto con el cliente es cercano o sea el cliente deja el vehículo, pero tiene la libertad de quedarse aquí poder estar allí pendiente a lo que le realizan algunos no algunos trabajan y lo dejan porque confían en nosotros, pero algunos sienten estar allí, entonces tienen un acercamiento con el técnico y con el jefe de taller entonces eso permite que de pronto la amistad.</p> <p>W: Según la planeación estratégica ¿Cuál es el nivel de involucramiento del capital social en la gestión estratégica?</p> <p>E: Siempre y cuando se llegue a un momento bajo de producción, pues todos logramos reunirnos en ese momento y manifestar que ha disminuido la producción, se necesita hacer nuevamente los contactos, hacer seguimiento hacer ofrecimientos para que todos dentro de la organización con la ayuda de la llamada de la visita al cliente del seguimiento se logre que el cliente llegue nuevamente al taller o sea, hay si cuando la crisis llega o digamos no la crisis para no poner una palabra fuerte, digamos cuando se disminuyen la producción todos tenemos que entrar enseguida a buscar la manera de recuperar eso, recuperar el trabajo, entonces del capital de allí del trabajo se involucra porque es el directamente beneficiario si llega el ingreso al taller porque aquí todos los trabajadores trabajan para que, pues para que el objeto de la empresa lo permita a ellos tener bienestar</p>

Categorización	Texto Pág. 3
Desarrollo de RRHH	<p>W: ¿Cómo el capital social favorece a enfrentar las amenazas del entorno?</p> <p>E: Pues la especialización, la categorización en la mano de obra con relación al entorno pues es lo que nos permite</p>

TABLA 11 INFORMANTE CLAVE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 4
<p>Calidad, Responsabilidad Futuro</p> <p>Conocimiento del entorno</p> <p>Aumento del pie de fuerza</p>	<p>E: A nosotros tener la seguridad de que eso nos ayuda cuando vienen todos estos altibajos, no es lo mismo una formación de concesionario y de instituciones como en las que ellos vienen en donde el conocimiento teórico practico les permite a ellos hacer bien un trabajo, un trabajo con calidad, un trabajo con responsabilidad y sobre todo garantizado que muchas veces a nuestros alrededores nadie se compromete a dar una garantía sobre un trabajo simplemente viven el día a día no con futuro que es lo que nosotros aquí hacemos que sea constante el trabajo, que sea para siempre y que no se agote en un mismo día</p> <p>W: ¿El personal está identificado con las bondades que ofrece el entorno?</p> <p>E: Sí, porque ellos saben que tenemos a nuestro alrededor, cuales son las cosas que nos pueden amenazar en el momento cuales son nuestras debilidades y fortalezas en eso ellos si están bien preparados y de hecho de pronto la situaciones no se dan porque de pronto no esté preparado o porque uno tenga debilidades, sino porque hay momentos en que la situación económica es generalizada en ciertos puntos del año como los hemos podido establecer aquí, nosotros sabemos que hay ciertos meses del año en los que se baja la producción pero sabemos que hay unos meses del año que la producción es excelente para eso también ya nosotros hemos venido no acostumbrándonos sino que ya nosotros sabemos cómo manejar la situación cuando llega.</p> <p>W: o sea que el personal entonces conoce las oportunidades</p> <p>E: sí, cuando se da la oportunidad y hay trabajo pues se exceden y dan más de lo que puedan dar para poder aprovechar ese momento porque sabemos que de pronto a futuro vendrá otro que el tiempo será de receso y que ellos tendrán de pronto la oportunidad de descansar o de tener un esparcimiento.</p>

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Categorización	Texto Pág. 4
Calidad, Responsabilidad Futuro	<p>W: ¿Qué aportes daría usted para mejorar la gestión del capital social?</p> <p>E: Más capacitación este de pronto terminar de tener las herramientas que de pronto se necesitan en su momento o completar las unidades de negocio de la empresa para que sean un poquito más integro</p>
Conocimiento del entorno	<p>W: ¿Cómo así por favor?</p> <p>E: Hay herramientas y hay equipos que se necesitan dentro de la organización para aumentar el pie de fuerza en algunas áreas que no las tenemos y así nuestros clientes tendrían aquí un servicio integro completo y no tendrían que hacer una parte y otra parte en otro lugar, hay tendríamos</p>
Aumento del pie de fuerza	

Tabla 12 INFORMANTE CLAVE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 5
Servicio	<p>E: que implementar equipos y maquinaria y capacitar al personal para que también ejerza esa área nueva dentro de la organización</p> <p>W: ¿Cuáles de los principios formulados en la visión y misión están orientadas a la sostenibilidad?</p> <p>E: En la misión y visión nuestra nosotros sabemos de qué nuestro objeto social es mantener el trabajo a través del servicio es de pronto la manera de promocionar más nuestra empresa ofrecer servicio, tener un poco más de publicación de anuncios llegar directo a las empresas para que nosotros de pronto podamos fortalecernos más en eso. Nos conocen, pero falta que nos conozcan más de pronto en esa parte establecerías esas estrategias para poder ayudar en ese momento a la empresa</p>
Honestidad, transparencia	<p>W: Hay algunos principios formulados en la misión y visión</p> <p>E: He nuestros principio y valores no cambian esos siempre han estado allí que esta la honestidad la transparencia y la honestidad esos son unos principios que nosotros hemos acogidos a nuestra empresa y los hemos intentado llevar al máximo porque sabemos que este tipo de empresas en el medio no brinda la confianza que de pronto el cliente espera y sobre todo la transparencia en que su vehículo será arreglado y que no será enredado, como te digo este gremio tiene de pronto una fama de cambiar piezas por otras y no las que realmente el vehículo necesita entonces en esa manera de pensar y meterle a ellos la idea que somos una empresa diferente a lo que se venía dando en el medio, diferente en que , que nosotros nos vamos a engañar,</p>

Categorización	Texto Pág. 5
----------------	--------------

Diferenciación	no es nuestro interés querer engañar al cliente porque si nosotros engañamos al cliente nos engañamos a nosotros mismos estaría-mos dando unas garantías sobre algo que no debemos hacer nunca y vamos a tener garantías eternas y retorno a nuestra empresa y vamos a hacer un buen servicio, que el cliente se vaya contento, que de pronto regrese por otro y no por lo mismo o sea eso ha sido siempre el principio y el lema que hemos estado inculcando desde que se formó la empresa y es que somos una empresa diferente
Responsabilidad, imagen de la empresa	<p>W: ¿Se formulan estrategias que favorezcan la sostenibilidad de la organización desde la base de estos principios?</p> <p>E: Si, se formulan todos los días cuando vemos que de una u otra manera que todo no va a ser perfecto, de pronto que hayamos tenido una falla con el cliente y queramos de pronto recuperar esa confianza y esa transparencia y esa responsabilidad y esa imagen de la empresa nunca la podemos dejar caer entonces buscamos la estrategia</p>

TABLA 13 INFORMANTE CLAVE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 6
Mejorar	E: de que el cliente se sienta nuevamente atendido de que se le obsequie de que se le dé porque de eso se trata. Un cliente si se ha tratado mal en un momento tratar de recuperarlo para que sienta que de pronto fue un error o una equivocación pero que de aquí en adelante la atención podría estar mejor para con el
Buenos hábitos	<p>W: ¿Dentro de los elementos de la filosofía organizacional, cuales están más presentes dentro de las personas?</p> <p>E: De la organización desde el inicio que entran aquí al lugar es un proceso inicial del porque llega el vehículo al taller el diagnóstico y todo lo que se da se vuelve un ciclo porque el proceso desde que se recibe el vehículo hasta que se revisa y se liquide pues tiene que ser cada vez mejor que la mejora sea continua y que al momento de estar dentro ya de la organización no se obvие ninguno de los pasos que deben ser buenos hábitos y que siempre deben perdurar en el proceso diario de la empresa ósea porque de pronto por la rapidez podemos obviar un proceso y nos podemos equivocamos la idea es que se tenga presente todos los días lo que se hace y como se hace y que cada día sea mejor.</p>
Inscrito al DAMAS	
Categorización	Texto Pág. 6

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Mejorar	<p>W: ¿se plantean estrategias orientadas a la sustentabilidad de la organización?</p> <p>E: si se plantean sobre todo que las empresas de servicio como te hemos estado reiterando en todo este tiempo tienen altos y bajos el tratar de que la empresa mantenga esa sostenibilidad nos permite que de pronto podamos abordar algunos campos que antes no teníamos, un ejemplo nosotros antes llegábamos a clientes particulares o empresas, pero con Colombia siempre eficiente hemos logrado llegar hasta escalas de licitaciones de publicaciones de contratos estatales y lograr que la empresa también apunte a esos negocios con qué? Con la presentación de nuestra empresa y con los requisitos habilitantes que de pronto ellos tienen allí en su plataforma entonces vamos buscando nuevos campos no quedándonos siempre con los mismos porque sabemos que en cualquier momento ese campo baja entonces tenemos otro campo que nos va a mantener del ingreso constante de la empresa, entonces hemos buscado contrataciones, hemos buscado convenios, cosas que nos permiten mantenernos.</p> <p>W: y de acuerdo a lo que usted me dice cómo queda el medio ambiente</p> <p>E: Cumplimos unos requisitos estamos bajo el DAMAS, tenemos que estar controlando los residuos o los desechos peligrosos, debemos cumplir con el tema ambiental.</p>
Buenos hábitos	
Inscrito al DAMAS	
Control de desechos	

TABLA 14 INFORMANTE CLAVE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 7
<p>Orden y aseo</p> <p>Ubicación de desechos</p> <p>Canecas especiales para los aceites</p> <p>Todos están dentro del plan de orden y aseo</p> <p>No se puede verter líquido en las canales de agua</p>	<p>E: entonces nosotros también estamos cobijados por esa parte, anualmente se nos renuevan los decretos y la empresa que nos recoge debe cumplir con los requerimientos de Genisa</p> <p>W: ¿Qué tareas o acciones enfocadas en la sustentabilidad requieren de un proceso colaborativo por parte de las personas?</p> <p>E: Bueno en que cada uno de ellos dentro de la actividad que realice pueda manifestar que cada uno de ellos cuando ya tenga un planteamiento logren de pronto sacar más ventaja sobre eso o implementar algo que les permita crecer más rápido más aceleradamente en su puesto de trabajo, porque aquí en este tema del servicio pues más que todo está enfocado en que se haga bien y se haga rápido para que así la rotación de trabajo dentro de la empresa sea mayor y no nos limitemos al día a día</p>
Categorización	Texto Pág. 7

<p>Orden y aseo</p> <p>Ubicación de desechos</p> <p>Canecas especiales para los aceites</p> <p>Todos están dentro del plan de orden y aseo</p> <p>No se puede verter liquido en las canales de agua</p>	<p>W: Hay algunas tareas específicas</p> <p>E: Si hay unas tareas específicas para ellos, dentro de la organización ellos deben procurar uno en el orden y el aseo, 2. En la atención al cliente porque anteriormente eso estaba enfocado a una sola persona y dentro de su trabajo el acercamiento con el cliente también en el respaldo que se le dé al cliente en la necesidad o sea ya hemos ya ahorita hecho un trabajo como más personalizado de técnico a cliente antes pues se manejaba mediante una sola persona, se sigue haciendo pero sido de pronto el apoyo de que el técnico también interactúe con el cliente</p> <p>W: con respecto al medio ambiente hay alguna tarea específica</p> <p>E: Claro ellos saben dónde deben colocarse los desechos que le hacen daño al medio ambiente lo que se recicla lo que se debe votar aquí tenemos canecas especiales para mantener el aceite los cartones y esas cosas bien clasificados. Todos ellos están dentro del plan de orden y aseo y también todo aquello que en el momento sirva para una revisión porque la empresa está sujeta de que en cualquier momento vengan a hacer una revisión, no se pueden verter líquidos en las canales del agua lluvia todo eso ellos ha sido un proceso, pero lo han aceptado y en las jornadas de aseo cada quien sabe lo que tiene que hacer</p> <p>W: ¿Cree usted que la socialización del personal contribuye a desarrollar estrategias sustentables?</p> <p>E: si yo pienso que en las organizaciones sin los trabajadores o los que directamente trabajan en ella, si las organizaciones no tienen en cuenta de pronto las ideas</p>
---	---

Tabla 15 INFORMANTE CLAVE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 8
<p>Participación</p> <p>Ganar - Ganar</p>	<p>E: o los conceptos que ellos pueden en el día a día recoger y transmitirlos a la gerencia para que sean pulidos para que sean de pronto bien organizados y que sirvan para mejorar el sistema interno de la empresa o sea yo pienso que la participación del personal es muy importante dentro de las organizaciones hay algunas organizaciones que viven todavía en ese tiempo de que la gerencia o los administrativos son los que deciden y hacen y pues ya en este tiempo es necesario que los mismos trabajadores hagan sus aportes para el bienestar de todos</p> <p>W: ¿Cuál cree usted es la contribución que hace el capital social a las metas estratégicas de la organización?</p> <p>E: El capital social hace un aporte que es como digo yo es el motor es la gerencia o la administración puede lograr algunos contactos algunos negocios, pero todo está fundamentado en el buen desarrollo que tenga el capital de trabajo o sea sabemos que todo el personal es lo que mueve una empresa personal operativo o productivo en las empresas son las que la mueven nosotros simplemente los administrativos somos los que dirigimos o de pronto los orientamos a ellos para que las cosas se hagan como están establecidas en algunos estatutos, estatutos o políticas que tengan las empresas, pero yo creo que en este tiempo todas la empresas deberíamos apostar al motor fundamental que son los trabajadores sus condiciones sus necesidades y que también sean atendidos y que en el día a día se dé un gane porque muchas veces nosotros queremos más de los trabajadores pero también los trabajadores quieren más de la organización, entonces es como estar siempre manifestando cual es el interés de cada uno para lograr así la solidez de las empresas porque si un trabajador tiene un deseo o tiene un proyecto y tiene una meta pero si la organización de pronto no se la brinda o la organización está fallando y no sabe ella lo que de pronto se quiere si el crece carece la empresa y si la empresa crece el entonces yo pienso que la unión de esas dos áreas es lo más importante.</p> <p>W: Ellos contribuyen con las metas estratégicas.</p> <p>E: Así es</p>

FIGURA NO 3. INFORMANTE CLAVE 2

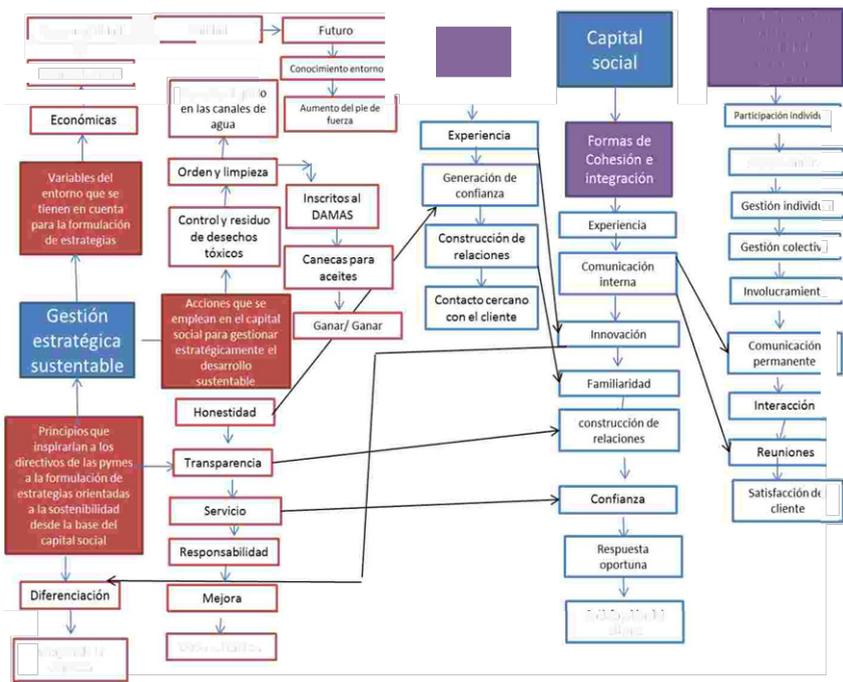


Tabla 16 INFORMANTE CLAVE 3 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 1
Actividades extra laborales	<p>W: ¿Qué acciones ha establecido la gerencia para propiciar la asociatividad y cooperación entre los colaboradores?</p> <p>J: Bueno la primera acción tiene que ver con actividades o medidas que se toman desde el departamento de gestión humana para promover la interacción entre las personas haciendo actividades extra laborales, deportivas todo lo que tiene que ver con el aspecto de bienestar social laboral. También se da una campaña a nivel interno de concientización de la cultura empresarial entonces la empresa tiene unas reuniones que se deben realizar de forma obligatoria en todas las áreas donde se convoca a las personas para hablar de temas referentes a las buenas maneras de comportarse a los aspectos que son positivos para la organización y para aprender de los errores que se cometen de pronto hasta identificando el cliente interno de qué manera algunas cosas que hacemos pueden afectar a nuestro compañero o al cliente interno.</p>
Campaña de concientización de la cultura	

Categorización	Texto Pág. 1
<p>Reuniones</p> <p>Encuesta de satisfacción</p> <p>Interacción</p>	<p>La otra medida se da también haciendo una especie de encuestas en las cuales se mide el grado de satisfacción del empleado con lo concerniente a la parte que tiene que ver con su bienestar social, es decir que tiene que ver con su comportamiento entonces al reflejo de esa encuesta salen indicadores de problemáticas o necesidades que tiene el empleado y se hace un plan de mitigación un plan para corregirlas</p> <p>W: ¿Cómo se da la colaboración entre el personal de la empresa?</p> <p>J: La colaboración se da reconociendo obviamente cada empleado reconociendo cuál es su parte del proceso identificando cuál es su interacción dentro de todo lo que es el proceso o la cadena de valor dentro de la empresa entonces cuando un empleado se reconoce que de alguna manera u otras está entregándole un producto a otra persona para que esta persona lo lleve y al final se reciba una satisfacción plena del cliente entonces esta persona comienza a identificar la manera en que puede desde su puesto colaborar a la otra persona, identificando, obviamente que el allí va identificar de qué manera puede ser allí más proactivo y puede beneficiarse inclusive en las relaciones interpersonales y en las relaciones que conllevan a toda la parte de cliente interno, obviamente que a eso hay que hacerle una serie de seguimientos procurando que las personas puedan resolver de manera oportuna a todo lo que es el procedimiento ya, el macro</p> <p>W: ¿Cómo se da la comunicación entre las personas de la empresa</p> <p>P: La comunicación se da por varias vías, lo que es por la parte institucional mediante una gran plataforma virtual web</p>

Tabla 17 INFORMANTE CLAVE 3 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 2
<p>Tecnología para comunicar</p> <p>Comunicación escrita Comunicación formal e informal</p>	<p>J: Allí están contenidas por ejemplo todos nuestro manuales de procedimiento las políticas, instructivos esa es la primera vía, hay una comunicación por medio de los correos electrónicos, hay una comunicación también por unas extensiones telefónicas, donde ya si se recibe comunicación directa y hay una comunicación escrita sobre la balanza de los documentos que hay 55 que entregar, documentos empresariales como memorándum cotizaciones, ordenes, órdenes de compra de esta manera se da la comunicación</p>
<p>Interacción</p> <p>Construcción de relaciones</p>	<p>W: Y como se da la comunicación entre los trabajadores.</p> <p>J: Bueno existe digamos que una comunicación formal y otra informal, la formal es la que acabo de describir y la informal se da por la interacción que tienen digamos en sus roles debido a la comunicación social que siempre debe haber entre las personas como normal, entonces allí es donde vemos que existe una comunicación abierta en los ratos libres que tiene el individuo donde se familiarizan y crean relaciones y también con lo que tiene que ver con aspectos concernientes al trabajo de apoyo y ayuda entonces allí se le dan recomendaciones, se crean lazos afectivos entre cada uno de los colaboradores y ellos constantemente están en esa comunicación, en ese feedback de comunicación.</p>
<p>Retroalimentación</p> <p>Proceso de inducción</p> <p>Integración a grupos Participación activa</p>	<p>W: ¿Qué estrategias realiza la organización para la socialización de las personas en los equipos de trabajo?</p> <p>J: Para esto lo que se hace, obviamente inicialmente es un proceso de inducción y de lo que debe ser un manual de incorporación a su cargo entonces ya allí cuando llevamos al empleado a esa inducción él sabe que tiene que tener en cuenta aspecto relacionado con la integración a ciertos grupos en los cuales él tiene que brindar una participación activa, esos grupos desde la inducción se les deja claro que, cuál sería el aporte de él y cuál sería la perspectiva que debe tener ante esos grupos debe existir inclusive desde el manual de funciones cual es la responsabilidad que se tiene con los diferentes grupos o con la colaboración en equipo que él tiene que realizar para que sea Interacción establecida la responsabilidad que tiene y la relación que tiene, la conozca y la pueda llevar a cabo y cuál es el alcance que es lo que se espera de él</p>
<p>Responsabilidad</p> <p>Expectativas sobre el colaborador</p>	

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Categorización	Texto Pág. 2
Responsabilidad Expectativas sobre el colaborador	<p>W: ¿Cómo la acción social de la empresa se integra con sus clientes externos?</p> <p>J: Se integra obviamente a través de la interacción propia de la operación del negocio nosotros consideramos como clientes externos a todos los grupos entonces tenemos el grupo de los que son nuestros clientes externos que tienen</p>

TABLA 18 INFORMANTE CLAVE 3 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 3
Identificación de clientes Planes de ayuda Escucha de necesidades Liderazgo Reconocimiento Gerencia de puertas abiertas Compromiso	<p>J: una relación contractual el grupo de los clientes que todavía no tienen una relación contractual que son prospectos los determinamos bien, el grupo de clientes también pero que son proveedores de servicio, o sea los que coadyuvan para, el grupo de clientes o de personas que de pronto se están afectando por el impacto de las diversas obras que nosotros estamos haciendo en los diversos proyectos urbanísticos y entonces lo que intentamos con cada uno de esos grupos es primero identificarlos y por medio del departamento de calidad de servicios de clientes que tenemos, saber la manera de cómo podemos ayudarlo y definir planes de acción para poder ayudarlos y fortalecer nuestra imagen nuestra posición y también fortalecer nuestra comunicación hacia ellos porque parte de lo que se quiere en estos grupos es que sean escuchadas sus necesidades y sus quejas</p> <p>W: ¿Cómo la gerencia promueve la participación espontánea de su personal?</p> <p>J: Se promueve básicamente a través del liderazgo hay que manejar al momento de uno interactuar con el grupo la posibilidad de dejar espacios desde esa misma imagen que se proyecta al grupo. ¿Cómo? Reconociendo sus aportes sus participaciones, haciendo una gerencia de puertas abiertas, valorando sus esfuerzos comprometiéndose en que ellos vean una persona que está comprometida en la ayuda y en su propia causa o sea que también vean a una persona que está preocupada por sus propios intereses y no solamente por los intereses globales.</p>

Categorización	Texto Pág. 3
<p>Trabajo en equipo interrelación de los procesos</p> <p>Reuniones</p> <p>Colaboración</p> <p>Compromiso</p> <p>Supervisión</p>	<p>W: ¿Cómo se permite involucrar a las personas?</p> <p>J: a través de una serie de grupos de trabajo entonces nosotros identificamos procesos que se interrelacionan, que tienen una interacción y que esa interacción en un momento puede ser crítica porque puede generar fallas en coordinación, entonces lo que hacemos es convocar a una serie de reuniones que hasta se realizan a veces con frecuencia semanal y allí tocamos aspectos en los cuales el empleado reconozca como puede desde su punto desde su puesto colaborar con el compañero o con la otra área o con el proceso en esa medida se definen una serie de compromisos y se establecen acciones de seguimiento para luego verificar que su compromiso se cumpla</p> <p>W: Según la planeación estratégica ¿Cuál es el nivel de involucramiento del capital social en la gestión estratégica?</p> <p>J: Bueno el capital social la empresa como te digo lo ha</p>

TABLA 19 INFORMANTE CLAVE 3 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 4
<p>Compromiso del personal</p>	<p>J: Tenido en cuenta como cliente al momento de definir todo el espectro de lo que son el tema externo, entonces al hacer la planificación estratégica, nosotros identificamos que allí hay unas oportunidades y que tenemos unas debilidades y que tenemos unas fortalezas y entonces trabajamos en esas debilidades esforzándonos internamente por responder a esas oportunidades que nos están ofreciendo esos grupos de interés obviamente que comprometemos al personal para que su interacción y su comunicación puedan responder ya a los intereses de imagen externa que tiene la compañía, entonces si tenemos a todo ese grupo de clientes tanto internos como externos involucrados en la estrategia empresarial de crear una mejor imagen de ver como una fortaleza y reconocerlo desde la alta dirección el hecho de la comunicación, el hecho de las relaciones interpersonales positivas y de crear una cultura organizacional acorde con los intereses de la empresa el ver solamente desde la dirección esa parte y verlo como una visión estratégica como de aprovechar oportunidades en el mercado, definitivamente si ya sabemos que esos aspectos los fortalecemos vamos a tener una excelente planeación estratégica.</p> <p>W: ¿Cómo el capital social favorece a enfrentar las amenazas del entorno?</p>

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Categorización	Texto Pág. 4
Empoderamiento Proactividad	<p>J: Favorece porque nos brinda la posibilidad de que cada empleado tenga esa técnica administrativa que se llama empowerment, es decir la posibilidad de ser proactivo y que pueda ante posibles fluctuaciones, cambios externos que afecten a la empresa pueda tener la flexibilidad a nivel de capital humano, la capacidad de cambiar su modelo de gestión y de trabajar en función de mitigar esas adversidades que se están presentado entonces nos brinda la flexibilidad la posibilidad de analizar las cosas desde una base situacional, es decir, que lo que está ocurriendo en el aspecto externo que pueden ser hasta cosas del mercado ver como nosotros a través de nuestra comunicación interna podemos resolver esos aspectos desde una manera flexible</p> <p>W: ¿El personal está identificado con las bondades que ofrece el entorno?</p> <p>J: En este momento este es el alcance que se quiere, pero falta obviamente tener unas tareas más para que el personal reconozca unas tareas inherentes a nivel externo y pueda ver las posibilidades que ofrece el hecho de tener una buena política o manejo de la base social en que nos puede beneficiar. Promover, a ver nos falta promover o hacer programas donde se mida la socialización y que las</p>

TABLA 20 INFORMANTE CLAVE 3 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 5
Compromiso Trabajar en función de la conservación del medio ambiente Motivos emocionales	<p>J: Personas o los trabajadores ya identifiquen cuales son las oportunidades que tienen a nivel externo</p> <p>W: ¿Qué aportes daría usted para mejorar la gestión del capital social?</p> <p>J: Tendríamos que definir en este momento en que nivel o en que estatus tiene la implementación de las políticas que ya tenemos y diagnosticar cuáles son esas barreras esos problemas o contratiempo no nos han dejado llegar hacia las metas que nos hemos propuesto, al identificar esos problemas establecer obviamente unas estrategias, unas tácticas o tareas que nos permitan resolverlas, entonces en ese orden de ideas yo creo que lo más conveniente sería, primero seguir con el plan o la implementación completa y llegar hacia todas las áreas de la empresa y trabajarlo como una política a nivel directivo, es decir crear un compromiso desde la gerencia desde la alta gerencia hasta los rangos más bajos de la organización</p>
Categorización	Texto Pág. 5

<p>Compromiso</p> <p>Trabajar en función de la conservación del medio ambiente</p> <p>Motivos emocionales</p> <p>Implementación de sistemas de normas internacionales</p> <p>Empoderamiento</p>	<p>W: ¿Cuáles de los principios formulados en la visión y misión están orientadas a la sostenibilidad?</p> <p>J: De esos principios enmarcados en la misión y que de hecho se convierte en un valor, es trabajar en función a la conservación del medio ambiente, si nosotros identificamos esto como nuestra misión y también como nuestra visión porque se convierte ya en una fortaleza el hecho de hacerlo ahora y proyectarlo para que sea una oportunidad y que el empleado reconozca que nosotros tenemos esos principios esos valores de la conservación del medio ambiente seguramente que vamos a llegarles a su corazón seguramente a su motivación y el empleado se va a sentir mucho más comprometido con la causa y con la razón de ser de la Empresa.</p> <p>W: ¿Se formulan estrategias que favorezcan la sostenibilidad de la organización desde la base de estos principios?</p> <p>J: Si definitivamente si al enmarcarnos dentro de una visión y misión inclusive de unas políticas valores y principios todas las estrategias están siendo conducidas inclusive en este momento hay estrategias de implementación de sistemas de cumplimientos de requisitos a nivel de normas que nos hacen tener estándares de calidad internacionalmente aceptables para que nuestros modelos de gestión sean acordes precisamente con esa misión y con esa visión y que eso sea demostrable para que también el empleado se sienta empoderado al momento de hablar de la imagen que representa la empresa a nivel de la sociedad</p> <p>W: ¿Dentro de los elementos de la filosofía organizacional, cuales están más presentes dentro de las personas?</p>
---	--

Tabla 21 INFORMANTE CLAVE 3 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 6
<p>Creatividad Innovación Responsabilidad</p> <p>Evaluación del desempeño Desarrollo de RRHH</p> <p>Políticas que benefician el ambiente y la responsabilidad social interés colectivo</p>	<p>J: allí dentro de esos elementos de nuestra filosofía los que están más presente son precisamente los valores que tienen que ver con la creatividad que tienen que ver con la innovación y que tienen que ver con la responsabilidad. Entonces estos elementos son los que más tiene arraigado el personal porque son los elementos en los cuales a través de los altos directivos se ha hecho mucho más énfasis en que el empleado los cultive y los proyecte en su gestión diaria porque son elementos que definitivamente han marcado la trayectoria de la empresa y que le han permitido tener una diferenciación a nivel de competencia a nivel externo, al empleado reconocer que esos principios fueron favorables para la organización y al socializarlos y al hacerlos parte de su actividad de su gestión ellos los tienen muy arraigados y la importancia que tienen</p> <p>W: ¿se plantean estrategias orientadas a la sustentabilidad de la organización?</p> <p>J: Si una de esas estrategias es evaluar constantemente el desempeño del empleado, evaluar su satisfacción eso ya se están realizando y no solamente eso no solamente evaluar sino sacar de esas debilidades que tiene el empleado de esas falencias sacar planes o programas como por ejemplo programas de capacitación programas de formación, al nosotros invertir en el capital social creo que también lo estamos haciendo pensando en la sostenibilidad a largo plazo y también estamos respondiendo no solo a intereses de lo que puede ser individualmente estamos respondiendo intereses colectivos porque las sociedades hoy buscan cada día que, tener políticas que beneficien el ambiente, tener políticas que vayan enmarcadas en temas de la responsabilidad social y la empresa a trazado su compromiso hacia esas políticas que creo que si tenemos en mente esos objetivos y esas políticas que buscan el interés colectivo también estamos respondiendo por lo que es el largo plazo a la Sostenibilidad</p> <p>W: ¿Qué tareas o acciones enfocadas en la sustentabilidad requieren de un proceso colaborativo por parte de las personas?</p> <p>J: Todas las tareas, todas las tareas requieren que nosotros tengamos una colaboración, por lo menos en el hecho de la aceptación y de que sea el común denominador en nuestras interrelaciones y hasta en nuestras formas de ver y de interpretar a la empresa entonces si bien es cierto que un grupo de funciones o tarea las vaya a llevar a cabo un grupo de personas determinadas de forma directa porque son las</p>

TABLA 22 INFORMANTE CLAVE 3 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

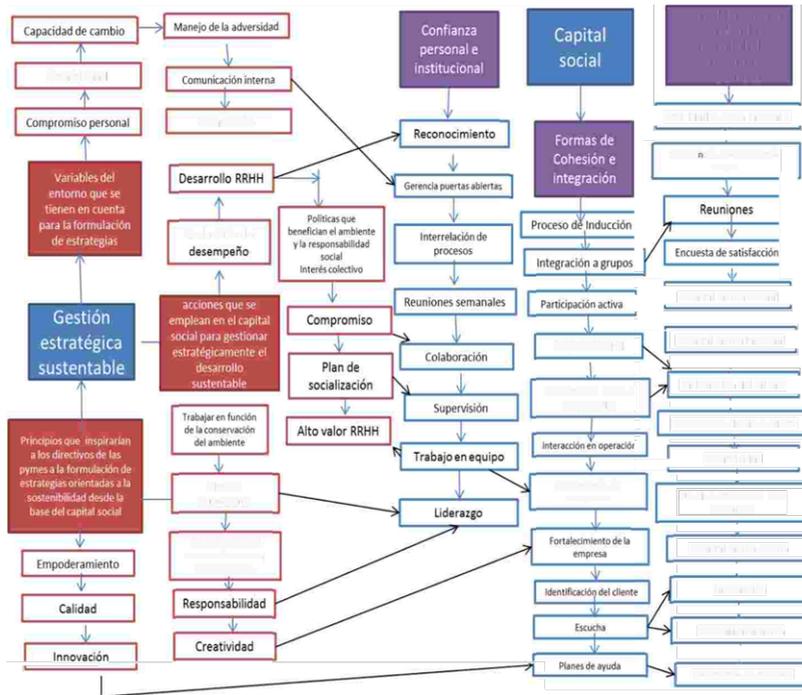


TABLA 23 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 1
<p>Reforzar lo que se espera del ambiente y relaciones laborales</p> <p>Reuniones</p> <p>Actividades extra laborales</p>	<p>W: ¿Qué acciones ha establecido la gerencia para propiciar la asociatividad y cooperación entre los colaboradores?</p> <p>P: yo como líder de la empresa siempre aprovecho cualquier oportunidad para afianzar o reforzar lo que se espera del ambiente laboral y de las relaciones que hay entre los empleados de la empresa se puede dar una situación donde hayan conflictos entre un par de personas o un departamento de la organización para yo intervenir o simplemente una reunión a nivel de cartera o a nivel de venta, siempre aprovecho para hacer énfasis en que debe primar una buena relación entre los trabajadores</p>
<p>Capacitación</p> <p>Confianza</p>	<p>W: ¿Y hay algunas acciones específicas que la gerencia emplea para propiciar la colaboración?</p> <p>E: Pues si hay integración, periódicamente, por ejemplo para hablar de los empleados de la planta hay partidos de futbol, los sábados un medio día, cada vez que hay un cumpleaños se hace un compartir en la sala de junta de la empresa es un espacio donde todo el mundo deja lo que está haciendo, todo el mundo</p>

Categorización	Texto Pág. 1
Motivación Respeto Promover buena cultura y clima	<p>viene a compartir y a cantar el cumpleaños, todo el mundo bien a hacer broma, todo el mundo está de buen humor de buen genio, la idea es compartir y tener un rato libre de esparcimiento y de relax, heee hay también, no sé si eso se puede interpretar como tal pero hay también capacitaciones que son apoyadas por la ARL que tiene la empresa afiliada en donde se le hace énfasis a los empleados en su auto cuidado en el uso de los implementos de protección en el respeto hacia el compañero de trabajo, todo ese tipo de cosas son los espacios, es la manera que uno brinda o la manera que uno ayuda a tener un buen clima</p> <p>W: ¿Cómo se da la colaboración entre el personal de la empresa? P: Hablemos de una situación particular y es que los socios de la empresa son trabajadores también y hay un nivel de confianza entre cada equipo de trabajo que está a cargo de cada uno de los socios, son tres socios hay uno que es gerente comercial hay otro que es gerente de producción y hay otro que es pues el gerente general de la empresa cada uno de ellos reúne a su gente y la motiva y le exige a su manera pero siempre con los mismos principios y la misma filosofía que tiene la empresa que es el respeto y promover una buena cultura y un buen clima organizacional</p> <p>W: ¿Cómo se da la comunicación entre las personas de la empresa? P: ¿La comunicación a nivel práctico?</p> <p>W: Usted puede decirnos si es a nivel formal o informal como se da P: No mira eso depende de la situación eso depende</p>

TABLA 24 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 2
Uso de la tecnología para comunicación Cara a cara	<p>P: situación hay veces que uno utiliza el teléfono para comunicar por vía interna telefónicamente por la extensión una situación, pero si ya es una situación que amerita un correo electrónico, un soporte pues se envía un correo electrónico, o simplemente se acerca uno, la empresa es pequeña al trabajador, al colaborador, al socio y le comenta uno. hay comunicación digamos, a nivel presencial, a nivel de correo electrónico y a nivel telefónico</p>
Categorización	Texto Pág. 2

<p>Respeto, camaradería Fortalecimiento de relaciones Construcción de relaciones Comunicación</p>	<p>W: Y entre los trabajadores utilizan el mismo sistema de comunicación o hay otro: P: si, salvo los trabajadores de planta que no tienen cuentas creadas de correo electrónico. Los trabajadores de producción son los únicos que no tienen asignadas cuentas de correo electrónico y teléfono puede ser ya que ellos pueden llamar desde portería y de noche si se presenta alguna novedad ellos tienen un celular donde pueden llamar si se presenta alguna novedad en producción. Ellos pueden llamar a su jefe de noche a cualquier hora, ya que él está dispuesto a responder y estar disponible siempre para atender la llamada</p> <p>W: ¿Qué estrategias realiza la organización para la socialización de las personas en los equipos de trabajo? P: Estrategias, de pronto están allí implícita en el manejo que le cada jefe a su equipo de trabajo, el buen ambiente y el clima de trabajo está, el respeto este, la camaradería esta, hay espacios como lo mencione en el primer punto que permiten fortalecer relaciones y de pronto podemos también mirarlo como una estrategia esos espacios que brinda la empresa donde se comparte con los empleados tanto a nivel laboral, mm, tanto dentro como fuera de la empresa para poder fomentar esa buena comunicación y ese clima que debe haber siempre aquí.</p> <p>W: Nos puede dar un ejemplo de cómo sería P: Por ejemplo hace poco hubo una visita a una empresa proveedora a una planta de producción de ellos, entonces el gerente de comercial saco a todo su equipo de trabajo, es más invito a todos a ir a conocer la planta a ver como es el proceso productivo de esa fábrica y a partir de allí después los invito a almorzar y almorzaron y compartieron, realmente las relaciones aquí entre los trabajadores es muy bueno, obviamente en cualquier momento se da un malentendido, cualquier rose, es apena normal y yo no soy machista ni nada ni mucho menos pero la mayoría de aquí de los trabajadores son mujeres y las mujeres rozan, es decir hay conflicto que se dan entre mujeres que entre hombres no se dan, que cosa tan rara pero es así, o al menos en el tiempo de experiencia que yo llevo es así</p>
---	---

TABLA 25 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 3
<p data-bbox="177 263 404 318">Inteligencia emocional</p> <p data-bbox="207 373 404 400">Ruedas de negocio</p> <p data-bbox="207 584 300 611">Afinidad</p> <p data-bbox="177 666 404 720">Respeto, Amabilidad</p> <p data-bbox="177 775 404 829">Manejo de proveedores</p>	<p data-bbox="422 238 1127 560">P: Cosas que son así, uno mira y se dan cosas entre dos mujeres que no deberían darse o uno puede intuir que entre hombres no debe darse. Pero que eso no vaya a ser mal interpretado bajo ningún punto de vista pero si lo lleva a uno a tener la inteligencia emocional, el tacto en su momento o buscar la manera de interceder si es necesario, porque hay veces que de pronto intercediendo terminan peor las cosas, hay veces que cualquier conflicto o eso solito se soluciona porque somos personas adultas, personas profesionales que tienen cierta experiencia en su trabajo y los conflictos se resuelven en su gran mayoría solos, cuando hay que meter la mano, hay que tratar de meter la mano de la mejor forma para solucionar rápido y que la cosa no termine peor.</p> <p data-bbox="422 584 1127 638">W: Pero no se han establecido ningunas acciones específicas</p> <p data-bbox="448 638 658 666">P: No realmente no</p> <p data-bbox="422 693 1127 748">W: ¿Cómo la acción social de la empresa se integra con sus clientes externos?</p> <p data-bbox="422 748 1127 1361">P: hay espacios donde se reúnen clientes proveedores, algunos comités algunas juntas hehe se llaman son reuniones que se dan entre clientes proveedores y distintos actores del sector para hacer negocio bajo un ambiente distendido en un hotel , un desayuno, un almuerzo, entonces eso es una oportunidad para conocer más y mejor a los clientes también a los proveedores y al final uno se relaciona es con personas, uno al final no se relaciona ni con un edificio ni con una casa ni con un almacena ni con una bodega, cuando uno se relaciona con X o con Y , proveedor, con X o con Y, cliente uno está tratando con personas tanto así que a veces es traumático cuando cambian un gerente, cuando cambian un vendedor, es traumático ,porque uno establece ciertos lazos de afinidad o por el contrario algunas veces son para mejorar porque no hay afinidad con un vendedor o con otro por eso es que hay que siempre tener presente en cuanto a nuestro vendedor, la fuerza de venta que es la que tiene contacto directo con el clientes que haya respeto, que haya amabilidad que sean personas que no choquen con los clientes, los proveedores los manejamos ya a otro nivel ,los maneja el gerente comercial o los manejo yo, hay que saber manejar a los proveedores, hay que saber estirar hasta donde uno puede estirar, donde se debe apretar cuando uno va apretar pero trabaja uno con personas entonces se da el espacio o se dan visitas como reuniones donde se puede avanzar en ese sentido..</p>

TABLA 26 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 4
<p>Gerencia de puertas abiertas</p> <p>Confianza</p> <p>Democracia comunicacional</p> <p>Involucramiento</p>	<p>W: ¿Cómo la gerencia promueve la participación espontánea de su personal?</p> <p>P: Siempre, mi puerta siempre está abierta aquí las personas yo siempre les digo si usted tiene algún inconveniente en el desempeño de sus funciones o algo que le obstaculice el desempeño de sus funciones saben que tienen entera y absoluta confianza para venir a acá y tratarlo conmigo es más la gente de la planta también lo puede hacer, lo que pasa es que la gente de planta debe manejar su conducta regular y podría no estar bien visto por el jefe de planta o por su gerente de producción que hayan llegado primero a mí que antes que llegar a ellos entonces, pero para cualquier efecto para cualquier tipo de situación la confianza esta, yo creo me atrevería a decir que aquí ningún trabajador piensa que no puede hablar conmigo, no se le ha negado, que el Sr Rubén sala de planta quiere hablar con usted, claro que sí que suba y se sorprende uno cuando las personas que son las que mejor conocen su trabajo le ofrecen a uno alternativas de mejora, obviamente, mire jefe eso lo podemos hacer así, lo podemos hacer pensado y van surgiendo formas de poderlo hacer bien.</p> <p>W: en este sentido como se permite involucrar a las Personas</p> <p>E: de la manera que ellos escojan tanto si quieren por escrito por, por correo electrónico, por telefónica, presencial, no tienen ningún tipo de restricción ningún trabajador de la empresa, ningún trabajador de la empresa tiene algún tipo de restricción para poder expresar cualquier cosa en la empresa, a su jefe o al gerente o a sus compañeros</p> <p>W: Según la planeación estratégica ¿Cuál es el nivel de involucramiento del capital social en la gestión estratégica?</p> <p>P: El nivel de involucramiento del capital social en la dirección de estrategias, pienso que total, el más alto, en la medida de alguna empresa pues su capital social, trabaje bien, se lleve bien eso va a permitir que la empresa desarrolle su trabajo de la mejor manera, aquí hay una situación bastante particular que como le comente los jefes son los socios y yo que soy gerente de esta empresa también soy gerente de otra empresa aquí mismo que es cliente y proveedora de productos y servicios de la otra empresa, hay allí, conflicto de intereses bien verracos, eso podría ser una tremenda amenaza para cualquier organización una persona que venga acá y diga que esto no es conveniente, pero hay un principio básico que hay aquí</p>

Tabla 27 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 5
Honestidad	P: y un valor también que es la honestidad y el principio
Confianza	de la confianza que yo firmo el cheque o el pago que va para la otra empresa, que es una empresa familiar de la cual yo soy socio también, mis socios saben que la confianza esta que aquí no se ha hecho nada indebido, entonces ese ejemplo de respeto y confianza que hay en los niveles más altos de la organización que es la asamblea de accionistas y los jefes de cada departamento es buen ejemplo para que todos los trabajadores sepan que si todos estamos orientados hacia los mismos objetivos a la empresa le va a ir bien y a todos nos va a ir bien
Respeto	
Dirección	<p>W: ¿Cómo el capital social favorece a enfrentar las amenazas del entorno?</p>
Unión	P: en la medida que vengan las dificultades que siempre hay dificultades, siempre va a ver dificultades siempre van a ver amenazas que afecten el buen desarrollo de las operaciones de la empresa, pues es mejor enfrentar las dificultades cuando uno está unido, cuando uno está fortalecido en sus relaciones dentro de la empresa porque imagínese estar enfrentando una adversidad una situación difícil con un mal clima, o sea si las cosas van bien a nivel de resultado en cuanto a la empresa con un clima o con un capital social que no esté dando lo que se pueda dar o que no esté siendo utilizado de la mejor manera ahora cuando venga de pronto la parte difícil de o el ciclo o un bajón en la producción o lo que sea no es lo mismo que estar mal en la buenas que estar mal en las malas, entonces, siempre, siempre es importante la unión y tener un capital social fortalecido para afrontar los retos que le imponen cualquier tipo de negocio
Sentido de pertenencia	<p>W: ¿El personal está identificado con las bondades que al ofrecer el entorno?</p>
	P: Yo quiero pensar que si, yoo quiero considerar que sí, hay personas que, por ejemplo, hay el caso de una persona que trabajo por varios años con la empresa y por razones familiares tuvo que dejar su puesto se iba de la ciudad y al regresar hubo una oportunidad y no lo pensó dos veces y quiso venir a trabajar con nosotros nuevamente yo creo que de verdad que ciertamente las personas en cuanto al clima y al ambiente que hay aquí en la empresa están satisfechas

Categorización	Texto Pág. 5
	<p>W: Pero estas personas identifican o conocen esas bondades que el entorno les ofrece P: Cuando hablamos del entorno a que nos referimos</p> <p>W: el entorno, me refiero a lo externo de la empresa, en el mercado que está inmerso la empresa, entonces si el mercado le genera algunas bondades a la empresa si el empleado está identificado con esas bondades P: a ver eso lo interpreto como si la empresa se esta</p>

TABLA 28 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 6
<p>Económicos</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>P: Desempeñando o se ha estado operando en un mercado bueno o está siendo competitiva eso puede ser así intuyo y claro nosotros tuvimos el año pasado un año difícil los trabajadores saben y yo sentí mucho apoyo de los trabajadores porque hubo medidas externas que no dependen de la gestión de aquí de acá de uno dependen del gobierno he implementaron una medida de salvaguardia para nuestra materia prima entonces comenzamos a trabajar con un sobre costo de 21,9 % difícil entonces los trabajadores saben conocen el ambiente, conocen el entorno y saben que pues la empresa de pronto no iba a dar los resultados que se esperan o nos tiene acostumbrados pero que era una época de aguante y de compromiso y eso fue lo que percibí por parte de ellos</p> <p>W: ¿Y cuándo hay oportunidades?</p> <p>P: Cuando hay oportunidades también aprovecha porque se le motiva para aprovecharlas a nivel comercial que no es lo que yo manejo pero digamos que es lo que uno de los ejemplos, digamos una de las áreas que más se puede adaptar a este ejemplo, cuando hay oportunidad de negocio Cesar no duda en motivar a la gente , si llegamos a este nivel de recaudo vamos por un bono así o si llegamos a este nivel de ventas vamos por un bono así, eso se hace, es difícil a nivel administrativo bonificar porque es difícil el cuantificar el logro de o alcanzar metas u objetivos que si es más fácil a nivel comercial o sea las personas que están si vendiste tanto o diste tanto yo te doy tanto pero por ejemplo la persona que está en la nómina o que está en la contabilidad, aunque intentamos dar un incentivo anual, pero no se le da a todo el mundo incluido el comercial, entonces he en definitiva, si se trata de bonificar al personal, si se trata de motivarlos y ellos entienden que cuando hay oportunidades pueden también ser bonificados con ese tipo de oportunidades</p>

Categorización	Texto Pág. 6
	<p>W: ¿Qué aportes daría usted para mejorar la gestión del capital social?</p> <p>P: todo mi tiempo y toda mi dedicación que sea necesario yo en eso no escatimo mi tiempo yo le doy prioridad a eso, cuando se ha presentado cualquier tipo de situación que amenace con poner en riesgo el capital social de la empresa yo le doy el tratamiento que se Merece</p> <p>W: ¿Cuáles de los principios formulados en la visión y misión están orientadas a la sostenibilidad?</p> <p>P: Yo pienso que un principio básico para este y cualquier negocio debe ser la satisfacción del cliente, porque si el</p>

TABLA 29 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 7
<p>Planteamiento constante de estrategias</p> <p>Planificación</p> <p>Honestidad, confianza respeto</p>	<p>P: Cliente no está satisfecho con lo que está comprando no está satisfecho, la empresa el negocio se cae se ve afectado, hay clientes de clientes hay clientes que es más fácil de atender que otros pero allí es donde está entonces el manejo que le debe dar las personas que trabajan en esa área de la empresa para poder atender de mejor manera cada tipo de cliente que la empresa tiene, entonces eso para mí es básico, entonces desde allí, la satisfacción del cliente depende de muchas cosas de la calidad del producto, del precio de la entrega todo ese tipo de cosas</p> <p>W: ¿Se formulan estrategias que favorezcan la sostenibilidad de la organización desde la base de estos principios?</p> <p>P: Si claro, si claro, la empresa pues la empresa funciona y está siempre atenta a poder sostenerse y se plantean estrategias constantemente depende de lo que se esté presentando en el entorno del mercado o del negocio en este momento si hay que de pronto, para hablar de la satisfacción del cliente si se sabe que va a ver un paro, por ejemplo paro a nivel de transporte hay que hacer todo lo posible por despachar antes, es apenas lógico, la empresa cuenta con dos vehículos hay que programar el mantenimiento de los vehículos en un momento en el que no vaya a afectar el despacho, hee si yo veo que estoy con un inventario de pronto alto yyyy el material tiende a bajar yo tengo que bajar o suspender las compras, la empresa cuenta con dos vehículos hay que programar el mantenimiento de los vehículos en un momento en el que no vaya a afectar el despacho, hee si yo veo que estoy con un inventario de pronto alto yyyy el material tiende a bajar yo tengo que bajar o suspender las compras,</p>

Categorización	Texto Pág. 7
----------------	--------------

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

	<p>hasta bajar el inventario para que el precio de reposición pueda favorecer a la empresa para yo poder ofrecer un buen precio al cliente si yo me estoy viendo afectado en un proceso o algo con la calidad entonces yo tengo que reforzar esas políticas de calidad que tiene la empresa para poder ofrecer a los clientes la calidad que el cliente se merece o que el cliente espera de la empresa sea y esas situaciones se presentan en cada momento y son muy variables y son muy flexible hay momentos en que es muy buen negocio importar material llevamos dos años hacia ese sentido, hace 3, 4 años no era tan buen negocio en este momento hay que importar todo lo que se pueda hasta lo que no se pueda hay que importarlos hay que hacer el esfuerzo máximo para importar para poder ser competitivos y obtener satisfacción del cliente a partir del precio</p> <p>W: ¿Dentro de los elementos de la filosofía organizacional, cuales están más presentes dentro de las personas? P: Yo pienso que la honestidad, la confianza el respeto</p>
--	--

TABLA 30 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 8
Solidaridad	<p>P: La solidaridad, todos sabemos acá que está mal visto una persona que no sea solidaria, que no le colabore a su compañero eso trasciende y la persona puede estar segura de que no va a ser bien vista por ninguno de los directores, directivos de aquí de la empresa</p> <p>W: ¿se plantean estrategias orientadas a la sustentabilidad de la organización? P: Me perdonan la ignorancia, pero a que se refieren con sustentabilidad de la organización</p>
Utilización de combustible no contaminante	<p>W: Cuando hablamos de sustentabilidad nos referimos a un desarrollo de la empresa en armonía con el medio ambiente P: La empresa tiene un proceso para la elaboración de un perfil de hierro que se denominaba platino, eso se hacía con un horno para precalentar y forjar y laminar esa materia prima, esa materia prima y fabricar las platinas mi padre toda la vida uso aceite quemado , es más algunas empresas que no voy a mencionar el nombre desechaban algunos productos en sus procesos que eran inflamables y eran unos químicos allí, que incluso lo regalaban era un precio muy barato y se trabajó mucho tiempo con eso, cuando en la empresa estaba ubicada en otro lado y yo empecé a trabajar con mi papa ya había ciertas, y llego un</p>
Categorización	Texto Pág. 8

Solidaridad	requerimiento de la Kraft e incluso al lado había una empresa que tenía que ver con procesamiento de alimentos, ellos mismos formularon una queja no directamente sino en el organismo que directamente les correspondía digamos que empezó un desarrollo de la empresa hacia la utilización de combustibles no contaminantes hasta lo que es hoy el proceso donde se utiliza el gas natural el horno trabaja con gas 100%, eso no es contaminante desde ningún punto de vista, nuestro proceso fue avalado por la administración municipal cuando nos mudamos, porque cuando se compró el terreno para construir las bodegas y que la empresa se trasladará para acá había ciertas dudas por parte del gobierno porque se entendía que era una empresa que procesaba hierro que hay fundición que hay emanación de algunos vapores contaminantes, todo fue revisado y todo fue avalado por parte de ellos, el compromiso de nosotros, nuestros procesos son limpios, el compromiso de nosotros esta, nuestros procesos no contamina y si en algún momento la empresa desarrolla otros tipos de procesos la parte ambiental la conservación y el aseguramiento de la calidad en ese sentido va a estar siempre presente como un principio para cualquier desarrollo que haga la empresa a futuro
Utilización de combustible no contaminante	

TABLA 31 INFORMANTE CLAVE 4 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Categorización	Texto Pág. 8
<p data-bbox="176 953 401 1057">Establecimiento de procedimientos con colaboración del personal</p> <p data-bbox="207 1139 345 1166">Compromiso</p>	<p data-bbox="417 844 1125 924">W: ¿Qué tareas o acciones enfocadas en la sustentabilidad requieren de un proceso colaborativo por parte de las personas?</p> <p data-bbox="417 924 1125 1190">P: Hace poco aunque no se genera mucho allí se trabaja con unos montacargas y cada tanto hay que cambiarles el aceite, entonces uno dice un cambio de aceite que tanto puede hacer que tanto puede contaminar pero de todas maneras se estableció un procedimiento donde se cuenta con la colaboración de las personas encargadas del manejo del montacargas y de su mantenimiento para que disponga de manera correcta con este tipo de elementos, entonces hay participación de la gente en una cosa tan pequeña como un cambio de aceite, seguramente si abran cosas en el futuro de un poco más de impacto obviamente se necesita de la participación del personal</p> <p data-bbox="417 1190 1125 1248">W: ¿Cree usted que la socialización del personal contribuye a desarrollar estrategias sustentables?</p> <p data-bbox="417 1248 1125 1354">P: Claro, claro que, si debe haber compromiso por parte de ellos, yo, a pesar de que en algún momento la empresa trabajo con esos elementos nocivos para la salud había ciertos controles, o ciertos mecanismos para mitigar el daño,</p>
Categorización	Texto Pág. 8

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

<p>Establecimiento de procedimientos con colaboración del personal</p>	<p>y ellos sabían y se sociabilizaba con ellos que era lo que debían hacer, como debían reaccionar para que la combustión fuese lo más limpia que se pudiera para que no se originara cualquier efecto nocivo para la salud de ellos que era lo que en algún momento nos preocupaba</p>
<p>Compromiso</p>	<p>W: Esa socialización contribuyo a desarrollar estrategias Sr Pablo P: He la empresa en ese momento era bastante simple bastante sencilla que ni siquiera uno pensaba en eso realmente y estoy hablando de hace más de 15 años lo que estábamos buscando allí es que no fuera perjudicial para el trabajador trabajar el horno de mala forma o que si se trabajaba mal iba a salir una humarada allí que se iba a ver y que claramente iba a ser reportada, nosotros hubiéramos podido coger y mudarnos para un monte hacia dentro tal como lo hacían muchas empresas fundadoras de plomo que tienen su zona por soledad y seguir nuestra operación allá, pero entendemos que una empresa debe crecer, mi papa dice: si el negocio no da para eso no es negocio hombre nosotros queremos seguir desarrollándonos, queremos avanzar queremos progresar vamos a hacer las cosas como deben ser porque uno no puede proyectar un negocio con algo que no es licito o que de pronto le van a poner la traba</p>

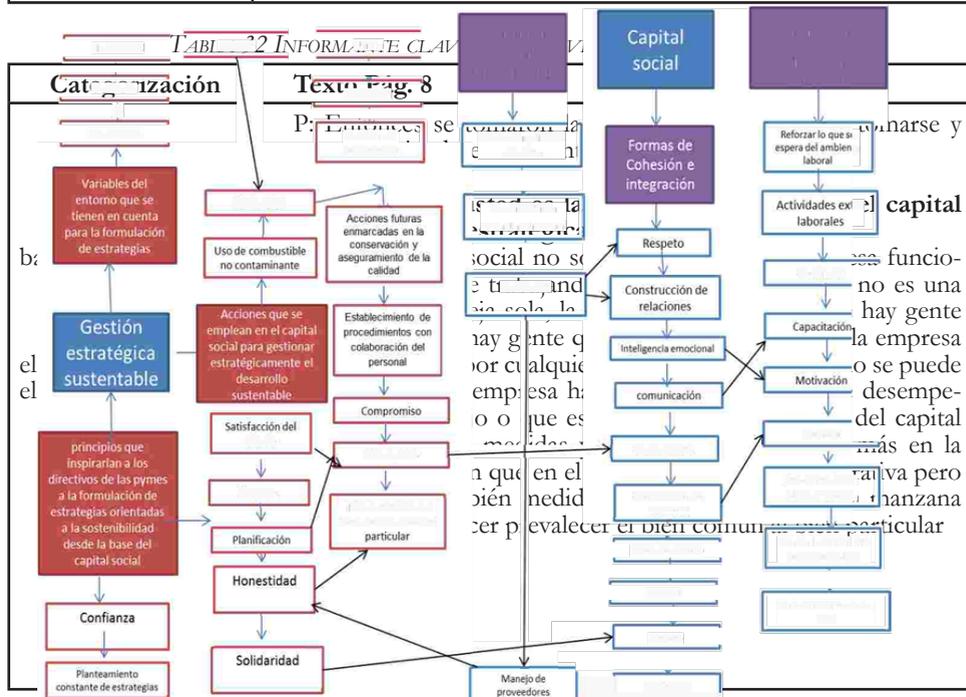


FIGURA No 5. INFORMANTE CLAVE 4

TABLA 33 TRIANGULACIÓN SUBCATEGORIAL: FORMAS DE INTERACCIÓN, COMUNICACIÓN, ASOCIATIVIDAD, COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN

Categoría de análisis: Formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación	Informe				Resumen Conclusivo
	Informe 2				
	Informe 3				
	Informe				

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Subcategorías	Buen entorno laboral					Buen entorno laboral
	Comunicación cara a cara					
	Reforzar lo que se quiere del clima					Actividades extra laborales Satisfacción del cliente
	Construcción de relaciones					
	Comunicación escrita					Buen clima
	Proactividad					
	Colaboración desde el puesto					
	Comunicación formal					
	Comunicación informal					Involucramiento
	Actividades extra laborales					Uso de la tecnología para comunicar Comunicación permanente
	Confianza					
	Capacitación					
	Motivación					
	Campaña de concientización de la cultura					Respeto Retroalimentación Interacción Reuniones
	Satisfacción del cliente					
	Buen clima					
	Involucramiento					
	Comunicación permanente					
	Uso de la tecnología para comunicar					
	Sentido de pertenencia					
Empatía						
Respeto						
Retroalimentación						
Conocimiento del cliente						

Subcategorías	Bonificaciones en ventas					
	Gerencia de puertas abierta					
	Participación individual					
	Apoyo mutuo					
	Gestión individual					
	Gestión colectiva					
	Interacción					
	Reuniones					
	Encuestas de satisfacción					

TABLA 34 TRIANGULACIÓN SUBCATEGORIAL: FORMAS DE COHESIÓN E INTEGRACIÓN

Categoría de análisis: Formas de Cohesión e integración		Informante	Informante 2	Informante 3	Informante	Resumen Conclusivo
Subcategorías	Concursos					Comunicación Construcción de relaciones
	Amabilidad					
	Manejo de proveedores					
	Rueda de negocios					
	Escucha					
	Planes de ayuda					
	Responsabilidad					
	Expectativas sobre el colaborador					
	Proceso de producción					
	Experiencia					
	Respeto					
	Identidad con la marca					
	Comité					
	Programa de salud ocupacional					
	Uso de los canales de comunicación					
Reuniones						

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Subcategorías	Estrategias de fidelización					Comunicación Construcción de relaciones
	Comunicación					
	Camaradería					
	Innovación					
	Familiaridad					
	Construcción de relaciones					
	Confianza					
	Respuesta oportuna					
	Satisfacción del cliente					
	Correos masivos					
	Inducción					
	Participación activa					
	Integración de grupos					
	Interacción en operación					
	Fortalecimiento de la empresa					
Inteligencia emocional						

TABLA 35 TRIANGULACIÓN SUBCATEGORIAL: CONFIANZA PERSONAL E INSTITUCIONAL

Categoría de análisis: Confianza personal e institucional		Informante	Informante 2	Informante 3	Informante	Resumen Conclusivo
Subcategorías	Reconocimiento					Reconocimiento Construcción de relaciones Confianza
	Gerencia puertas abiertas					
	Interacción de procesos					
	Reuniones					
	Colaboración					
	Supervisión					
	Encuestas internas					
	Trabajo en equipo					
	Liderazgo					

Subcategorías	Democracia comunicacional					Reconocimiento Construcción de relaciones Confianza
	Confianza					
	Experiencia					
	Construcción de relaciones					
	Contacto cercano con el cliente					
	Concursos					
	Comités					
	Espontaneidad					

TABLA 36 TRIANGULACIÓN SUBCATEGORIAL: VARIABLES DEL ENTORNO QUE SE TIENEN EN CUENTA PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

Categoría de análisis: Variables del entorno que se tienen en cuenta para la formulación de estrategias		Informante	Informante 2	Informante 3	Informante	Resumen Conclusivo
Subcategorías	Económicas					Económicas Compromiso
	Capacitación					
	Hacer accionista a los colaboradores					
	Desarrollo RRHH					
	Responsabilidad					
	Calidad					
	Futuro					
	Conocimiento del entorno					
	Aumento del pie de fuerza					
	Compromiso					
	Proactividad					
	Capacidad de cambio					
	Comunicación interna					
	Confianza					
	Respeto					
	Honestidad					
	Unión					
	Dirección					

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

TABLA 37 TRIANGULACIÓN SUBCATEGORIAL: PRINCIPIOS QUE INSPIRARÍAN A LOS DIRECTIVOS DE LAS PYMES A LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS ORIENTADAS A LA SOSTENIBILIDAD DESDE LA BASE DEL CAPITAL SOCIAL

Categoría de análisis: Principios que inspirarían a los directivos de las pymes a la formulación de estrategias orientadas a la sostenibilidad desde la base del capital social		Informante	Informante 2	Informante 3	Informante	Resumen Conclusivo	
Subcategorías	Satisfacción del cliente					Trabajar en función de conservar el ambiente Honestidad	
	Mejoras						
	Buenos hábitos						
	Diferenciación						
	Imagen de la empresa						
	Respeto						
	Planificación						
	Honestidad						
	Liderazgo						
	Desarrollo RRHH						
	Re invención						
	Competir en el mercado						
	Solidaridad						
	Confianza						
	Planteamiento constante de estrategias						
	Trabajar en función de conservar el ambiente						
	Motivos emocionales						
	Implementación de sistemas y normas						
	Responsabilidad						
	Creatividad						
	Empoderamiento						
	Calidad						
	Innovación						
Transparencia							
Servicio							
Responsabilidad							

Tabla 38 TRIANGULACIÓN SUBCATEGORIAL: ACCIONES QUE SE EMPLEAN EN EL CAPITAL SOCIAL PARA GESTIONAR ESTRATÉGICAMENTE EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Categoría de análisis: Acciones que se emplean en el capital social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable		Informante	Informante	Informante	Informante	Resumen Conclusivo
			2	3	4	
Subcategorías	Motivar al estudio					Acciones futuras enmarcadas en la conservación y aseguramiento de la calidad
	Meritocracia					
	Políticas para salvaguardar los espacios					
	Logros					
	Programa de reciclaje					
	Programa de SHAO					
	Compromiso					
	Colaboración					
	Desempeño					
	Control de residuos y desechos tóxicos					
	Plan de orden y limpieza					Compromiso
	No verter líquido en las canales de agua					
	Canecas para aceite					
	Inscritos al DAMAS					
	Ganar-Ganar					
	Desarrollo RRHH					
	Políticas que benefician el ambiente y la responsabilidad social Interés colectivo					Desempeño
	Plan de socialización					
	Alto valor RRHH					
	Uso de combustibles no contaminantes					
	Acciones futuras enmarcadas en la conservación y aseguramiento de la calidad					
	Solidaridad					
	Hacer prevalecer el bien común sobre el particular					

Reflexiones Finales

Fueron vaciados los datos en la matriz generada para su análisis, permitiendo establecer las categorías selectivas con su respectiva triangulación, llegando al siguiente resumen conclusivo: Acciones futuras enmarcadas en la conservación y aseguramiento de la calidad, compromiso y desempeño. Estos hallazgos se insertan en los aportes teóricos de Pelekais et al (2015), Arias (2008), Briones (2005), Cáceres (2003), Escobedo (2005), Etkin (2014), Francés (2008), González (2013), Hernández (1994), Hurtado (2008), Hurtado (2013), Martínez (2010), Maturro (2012), Miles et al (2004), Parra (2005), Salgado (2007), Sandin (2003), Tamayo (2006), Vargas (2010), Cortina et al (2008), De La Masa (2005), entre otros.

Referencias Bibliográficas

Arias, F. (2008). Perfil del profesor de Metodología de la Investigación en Educación superior. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Briones, G. (2005). Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México D.F. Trillas.

Cáceres, P. (2003). Análisis Cualitativo de Contenido: Una alternativa Metodológica

Alcance. psicoperspectivas, 53-82. Editorial Santo de Díaz

Cortina y Martínez (2008). Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y comunicación. Editorial Trotta, S.A. Madrid, España.

De la Masa, L. (2005). Fundamentos de la filosofía hermenéutica: Heidegger y Gadamer. Teología y ViLdUa. 122-138.

DeWalt, K., & DeWalt, B. (2002). Participant observation: a guide for fieldworkers. Walnut Creek, CA: AltaMira Press. Editorial College. México

Escobedo, J. (2005). Paradigma Epistemológico e Inferencias Lógicas en la Investigación Demográficas. XXV Conferencia Internacional de Población. Tours.

Etkin, J. (2014). Capital social y valores en la organización sustentable. Ediciones Granica. Naucalpan, México

Francés, A (2008). Capital Social y organizaciones no lucrativas. Editorial AHS. México.

González, L. (2013). Aportaciones para una fenomenología hermenéutica de la mística. Estud.filos, 155-176.

Guasch, O. (2002). Observación Participante. Colección Cuadernos Metodológicos, 10-11.

Gurdián-Fernández, A. (2007). El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socio - Educativa. San José: PrintCenter.

Capítulo V Análisis y significado de la información

Analysis and meaning of information

Resumen

En este momento de la investigación, se busca desarrollar el análisis y significado de la información que fue obtenida a través del instrumento aplicado a los informantes clave seleccionados para tal fin, quienes forman parte de las empresas Pymes que consideran el capital social como impulsor de la gestión estratégica, con base a sus conocimientos, experiencias y perspectiva, la opinión emitida por cada uno de ellos, se confronta con las teorías bases y el aporte cognitivo del investigador. En este sentido, existen aspectos clave, que deben considerarse en un mundo globalizado y cambiante, estas son las formas en que se interactúa, es decir, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación, ya que, no va hacer el tamaño la que condicione el éxito o no, sino la capacidad para las nuevas formas de relacionarse con los clientes o proveedores, con el propio personal, otros empresarios y con el sector financiero, es decir, con el entorno, de manera que pueda fortalecerse las capacidades y la economía.

Palabras clave: Análisis, significado, información

Abstract

At this point in the research, the aim is to develop the analysis and meaning of the information obtained through the instrument applied to the key informants selected for this purpose, who are part of the PYMES companies that consider social capital as the impeller of the strategic management, based on their knowledge, experiences and perspective, the opinion expressed by each of them, is confronted with the foundational theories and the cognitive contribution of the researcher. In this sense, there are key aspects that must be considered in a globalized and changing world, these are the ways in which it interacts, that is, communication, associativity, collaboration and cooperation, since it will not make size that conditions the Success or not, but the capacity for new ways of relating to customers or suppliers, with staff, other entrepreneurs and the financial sector, that is, with the environment, so that capacity and economy can be strengthened.

Keywords: Analysis, Meaning, information.

Introducción

Desde la visión de Gibbs (2012), al dejar de un lado los juicios, orientando los esfuerzos a la acción misma del análisis, se logra la categorización, la cual permite reconocer la idea central de la investigación, seguidamente se efectúa otra reducción, la cual es más concreta y específica, extrayendo lo esencial consolidando el análisis de la categoría a partir de la cual surge una nueva, denominada esencial. En este sentido, el autor menciona que este proceso requiere de profundidad colectiva de las ideas, evitando las particularidades, una vez que se hayan hecho las reducciones de estas categorías esenciales por medio de una nueva reducción se consiguen las categorías individuales, las cuales son parte del proceso final de teorización.

En este momento, es cuando se realiza el análisis sobre las teorías y experiencias de los participantes de la investigación, hasta llegar a la triangulación de las categorías que emergieron

con la información derivada de los textos, así como del mismo investigador y de las experiencias que emitieron los informantes clave en el momento de la entrevista, permitiendo el sustento necesario para posteriormente establecer hallazgos, reflexiones finales y recomendaciones de la investigación.

1. Análisis de la data

Con basamento en la información obtenida, se realiza el análisis respectivo, representado por la experiencia de los informantes clave, los cuales estuvieron conformados por cuatro individuos, de cargos Directivos, con respecto al paradigma del Capital Social como impulsor de la Gestión Estratégica para las Pymes, los que le dan verdadero sentido a la investigación, desde la perspectiva que generan la estructura central de la misma. A continuación, se explican cada una de las categorías que emergieron, por medio de las intervenciones provenientes de las informantes enfocadas en el tema de estudio.

Iniciando el análisis, se aprecia en primera instancia la categoría referida a las formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación, conformado principalmente por las experiencias que han experimentado los miembros de las empresas dentro de su desempeño, según este talento el capital social de estas empresas contribuye de manera directa al desarrollo de habilidades interpersonales que permiten incrementar y mejorar las experiencias comunicativas dentro de la empresas, reconociendo la forma en que todos los miembros de la organización mantienen este tipo de relación.

A continuación, se extraen participaciones de los informantes entrevistados que develan su percepción del ambiente laboral con respecto a estas formas de interacción:

Según verbalizaciones de los informantes clave en las pymes que fueron abordadas se constituye un entorno favorable para lograr formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación, expresando además que desde todos los niveles, las relaciones que se establecen están basadas en Buen entorno laboral, actividades extra laborales, satisfacción del cliente, buen clima, involucramiento, uso de la tecnología para comunicar, comunicación permanente, respeto, retroalimentación, interacción, reuniones.

Participación 1: un buen entorno laboral, que haya un buen clima laboral ...

Participación 2: estar en permanente comunicación con los gerentes de cada área

Otra de los señalamientos que se dejan ver en las participaciones que emiten los informantes, es que desde la Gerencia de la organización están pendientes de los detalles y se desempeña un buen trabajo, existe una dirección que trabaja desde la gente, involucrando al personal y con una escucha permanente, lo que propicia formas de interacción, asociatividad y cooperación permanente, logrando que fluyan las relaciones entre el personal:

Participación 3: hemos involucrando a todos los empleados activamente a través de comité.

Participación 4: nosotros también fuimos empleados uno conoce la cultura de la gente entonces uno analiza cuando fue empleado cuando fue directivo...

Participación 5: nosotros somos una gerencia de puerta abiertas...

En relación a las formas de cohesión e integración, se reconoce que hay comunicación y construcción de relaciones, estas mejoran en la medida que se toman acciones para ello, según lo plantean los informantes clave, existen canales apropiados para establecer vías de comunicación, lo que permite que la información fluya sin mayores dificultades, usando para ello la tecnología, de manera que se faciliten los procesos y todo el capital social de la empresa pueda intervenir en los asuntos que le competen.

Participación 6: comunicación directa tanto telefónica como directamente para los que están cerca, para los que están en otras ciudades se comunican vía Skype, vía telefónica, vía internet...

Participación 7: plataforma tecnológica muy amplia en donde ellos constantemente se están comunicando con nosotros y existen unos buzones de análisis y de encuestas que hacemos internamente.

Otros de los aspectos que distingue a una organización son los programas que le brindan tanto a sus colaboradores como a sus clientes, programas de salud ocupacional, actividades extra laborales, motivación, capacitación permanente, satisfacción al cliente, generando un sentido de pertenencia y fidelización, que contribuye a la gestión estratégica como parte de las acciones que le permite a las pymes mantenerse en el tiempo, de manera que pueda convertirse en una empresa con desarrollo sustentable.

Participación 8: existe también un programa de salud ocupacional.

Participación 9: Crea una identidad de marca, esa identidad de marca se ve reflejada en nuestros empleados porque les transmite a nuestros clientes que son los que usan nuestros productos ...

Participación 10: existen unos canales de comunicación con ellos que son acumulación de puntos todo lo que es el tema de fidelización.

En el mismo orden de ideas, la confianza personal e institucional, se denota como una categoría que se convierte en una herramienta importante para el desarrollo del capital social, en este caso particular dentro de las pymes como parte de una gestión estratégica, donde los informantes manifiestan por medio de sus verbalizaciones que existe una comunicación positiva y productiva, existen fuentes de estímulo como los reconocimientos y la capacitación como parte del enriquecimiento, lo que crea lazos de confianza en el personal, toda vez que un talento motivado, busca trabajar en equipo, colabora, es espontáneo y transmite confianza.

Participación 11: fortalecemos el sistema de estímulos de la persona, analizamos constantemente la situación de la persona...

Participación 12: manifestando, comunicándose a la gerencia, hubo un cierto grupo que le manifestó abiertamente a la gerencia, porque nosotros somos un grupo muy dado a que nos llegue la información ...

Participación 13: Capacitar a la gente constantemente, capacitación, hay que capacitar a la gente.

De lo anterior se desprende la idea de la importancia que tiene el conocer los niveles de confianza que posee el personal en sí mismo, pero además los niveles de confianza que la empresa tiene en esa persona y en el trabajo que desempeña, es importante desarrollar procedimientos y actividades que permitan medir tales niveles, por ello, es importante capacitar, ya que esto va a generar en el individuo que estos niveles de confianza se eleven y se mantengan cónsono con los lineamientos y normativas de la empresa.

Participación 14: Motivar para que el personal se prepare tenga estudios ...

Participación 15: tienen unos procedimientos de reciclaje, existen unos estándares también de seguridad e higiene internamente

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Participación 16: hay un nivel de compromiso de todos basado en el reglamento interno de trabajo, donde dentro de las políticas internas esta salvaguardar todos los espacios...

Participación 17: La colaboración está dirigida a cada tarea o realización que tienen que hacer ellos dentro de la organización, pero está apoyada, en el consejo en el manejo y de pronto en la decisión de la misma...

Es por ello, que las pequeñas y medianas empresas, buscan por medio de su capital social, variables del entorno que le permitan la formulación de estrategias, estas variables pueden ser de tipo económico o humano, creando compromiso con la organización, de manera que puedan conocerse el contexto en el cual se desenvuelve, lo que va a generar en el cliente una certeza de que es quien tiene el control de la relación empresa-cliente, sin sospechar que más bien forma parte de su estrategia.

Participación 18: las maneras como se puedan realizar las actividades allá afuera, de pronto se tiene un manual de funcione y un manual de procedimiento pero hay momentos en que ya se salen de ese orden ...

Participación 19: transmitirle al cliente la seguridad de lo que están haciendo y que tienen el control y el conocimiento ...

Cabe destacar que las estrategias requieren de una serie de capacidades o aptitudes, no existe una estrategia totalmente eficaz, sino infinidad de ellas, tantas como sea capaz de definir un pensamiento en correspondencia con una empresa determinada. Una buena estrategia asegura la superioridad de fuerzas en el punto decisivo, para ello hay que jerarquizar. De aquí, que las estrategias le permiten a la empresa posicionarse en el mercado y trabajar en función de la satisfacción del cliente, de manera que esta debe mantenerse en la búsqueda constante de estas que aseguren una buena gestión con principios de sostenibilidad.

Participación 20: se necesita hacer nuevamente los contactos, hacer seguimiento hacer ofrecimientos para que todos dentro de la organización con la ayuda de la llamada de la visita al cliente del seguimiento se logre que el cliente llegue nuevamente al taller ...

Participación 21: con actividades o medidas que se toman desde el departamento de gestión humana para promover la interacción entre las personas haciendo actividades extra laborales.

Participación 22: La otra medida se da también haciendo una especie de encuestas en las cuales se mide el grado de satisfacción del empleado con lo concerniente a la parte que tiene que ver con su bienestar social...

En el mismo orden de ideas y según los informantes clave los principios que inspiran a los directivos de las pymes a la formulación de estrategias orientadas a la sostenibilidad desde la base del capital social, buscan desarrollar dentro de la empresa la comunicación entre sus miembros, esto genera un sentido de responsabilidad que permite un mejor desempeño, así como la asignación de roles, evaluación de desempeño y evaluación de la satisfacción del cliente, por ello los principios se convierten en buenos hábitos que ayudan a la imagen de la empresa y que permiten a la organización conseguir sus objetivos institucionales, pero además le dan las herramientas necesarias para lograr la sostenibilidad.

Participación 23: comunicación formal y otra informal, la formal es la que acabo de describir y la informal se da por la interacción que tienen digamos en sus roles debido a la comunicación social que siempre debe haber entre las personas como normal...

Participación 24: evaluar constantemente el desempeño del empleado, evaluar su satisfacción eso ya se están realizando.

En este mismo orden ideas, dentro de los principios que inspiran a los directivos de las pymes, está la integración de los miembros de la empresa, la cual se debe buscar a través de la implementación de estrategias que promuevan las relaciones interpersonales, desarrollar además los principios de liderazgo, realizando periódicamente reuniones donde se definan las líneas de acción que debe seguir el capital social de la organización, esto puede generar la creación de Comités que tengan asignación de tareas y funciones específicas, lo que permita que todo el equipo este orientado a la consecución de una misma visión global, la cual entre otras cosas debe evaluar las ventajas y desventajas que ofrece el mercado, es decir, el entorno en que se desenvuelve la empresa.

Participación 25: evaluar constantemente el desempeño del empleado, evaluar su satisfacción eso ya se están realizando ...

Participación 26: hay integración, periódicamente, por ejemplo para hablar de los empleados de la planta hay partidos de futbol, los sábados un medio día, cada vez que hay un cumpleaños se hace un compartir en la sala de junta de la empresa es un espacio donde todo el mundo deja lo que está haciendo, todo el mundo viene a compartir y a cantar el cumpleaños, todo el mundo bien a hacer broma, todo el mundo está de buen humor de buen genio, la idea es compartir y tener un rato libre de esparcimiento y de relax...

Participación 27: hay espacios donde se reúnen clientes proveedores, algunos comités algunas juntas hehe se llaman son reuniones que se dan entre clientes proveedores y distintos actores del sector para hacer negocio bajo un ambiente distendido en un hotel, un desayuno, un almuerzo...

Participación 28: se plantean estrategias constantemente depende de lo que se esté presentando en el entorno del mercado ...

2. Interpretación de la data

Luego de haber realizado el análisis de la data, se procedió a contraponer con los aspectos teóricos ofrecidos por diversos autores que abordan las categorías objeto de estudio, con el fin de alcanzar el propósito general del estudio dirigido a Analizar el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable en las pymes, e ir generando la teoría sustantiva que permitirá proporcionar un aporte significativo al proceso de investigación.

De manera que, se organizó la información considerando cada uno de los propósitos específicos del estudio, donde se plasma la realidad desde la experiencia y perspectiva de los informantes clave, en contraste con la posición de la teoría de autores expertos en el estudio de las categorías y a su vez con la teoría generada por los autores, lo que da paso al proceso de triangulación dentro del paradigma cualitativo, que se puede diagramar de la siguiente manera:

TABLA 39 ESQUEMA DE TRIANGULACIÓN

Realidad	Información suministrada por los informantes clave, basada en sus experiencias y percepciones de la realidad del entorno, las cuales fueron extraídas de las entrevistas realizadas
-----------------	---

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Teoría referencial Tabla 44 Esquema de triangulación	información proporcionada por diversos autores, que son expertos en las categorías que han sido desarrolladas en la investigación, lo que permite profundizar en la comprensión y contribuyen al proceso de interpretación.
Aportes de los autores	Información que experiencial de la autora lo que permite conocer el punto de vista, saberes y aportes de este

Precisar las formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación que se presentan en las personas en las pymes.

Realidad

- Principalmente hemos trabajado mucho en mantener un buen entorno laboral, que haya un buen clima laboral... nos ha funcionado es estar en permanente comunicación con los gerentes de cada área... hemos involucrando a todos los empleados activamente a través de comité... uno tiene retroalimentarse mucho de ellos... conocen bien al público, que es lo que quieren y eso lo hemos transmitido hacia el departamento...
- comunicación directa tanto telefónica como directamente para los que están cerca, para los que están en otras ciudades se comunican vía Skype, vía telefónica, vía internet, existe una plataforma tecnológica muy amplia en donde ellos constantemente se están comunicando con nosotros y existen unos buzones de análisis y de encuestas que hacemos internamente.
- La colaboración está dirigida a cada tarea o realización que tienen que hacer ellos dentro de la organización, pero está apoyada, en el consejo en el manejo y de pronto en la decisión de la misma...
- También se da una campaña a nivel interno de concientización de la cultura empresarial entonces la empresa tiene unas reuniones que se deben realizar de forma obligatoria en todas las áreas donde se convoca a las personas para hablar de temas referentes a las buenas maneras de comportarse a los aspectos que son positivos para la organización y para aprender de los errores...
- hay un nivel de confianza entre cada equipo de trabajo que está a cargo de cada uno de los socios

Sistema Referencial

Portes (2009), explica que el capital social es aquel activo intangible que se manifiesta en la capacidad de confianza, valores cívicos y asociatividad que pueda lograr la sociedad. Este término es utilizado como una mezcla de distintas disciplinas estableciendo un marco conceptual conjunto. A pesar de que la economía convencional lo ha desconocido, el capital social tiene un peso significativo en las posibilidades de desarrollo económico de las sociedades.

George y Jones (2010), señala por su parte que la gestión estratégica es un proceso que consiste en la identificación de metas y líneas de acción apropiadas a objeto de establecer que acciones emprender para lograr los objetivos, donde se requiere de procesos de colaboración y cooperación para alcanzar las metas de la organización.

Cortina y Martínez (2008), el capital social intenta construirse racionalmente, de manera que se pueda reflexionar sobre la acción del hombre, hasta el punto crucial que este pueda decidir entre varias opciones estratégicas como lo sostienen.

Thompson, Strickland y Gamble (2010), aseguran que la gestión estratégica consiste en asegurarse de que los objetivos, tácticas, así como las estrategias que se emprendan pasen la

prueba del escrutinio moral.

Aporte de los Autores

El desarrollo de una mirada estratégica de una empresa, así como el ejercicio prospectivo para visualizar los posibles escenarios y el análisis de las propias capacidades de la organización, permiten el reconocimiento del marco económico en el que debe actuarse, es decir, constituyen vías de orientación para intentar salir airosos de los retos por venir.

Muchas son las variables que se deben considerar, que además influyen en el éxito de la empresa, pudiese mencionarse la capacidad de gestión y dirección, los procesos de innovación, uso y aplicación de las tecnologías de información y comunicación (TIC), colaboración interempresarial y distintas formas de asociatividad y conformación de redes, capacitación técnica y profesional del personal, la atención a asuntos relacionados con la preservación del ambiente, el compromiso con la responsabilidad social empresarial, y la definición de una estrategia efectiva.

Es importante referir entonces, la aplicación de un conjunto de medidas y acciones disgregadas o individuales al interior de la empresa, puede generar problemas en vez de beneficios, por lo que se debe definir una estrategia de desarrollo integral, sobre la base de un plan estratégico que asigne las responsabilidades que corresponde a persona o grupo dentro de la empresa, con un seguimiento y evaluaciones periódicas de los objetivos y metas alcanzadas.

Conocer las formas de cohesión e integración de las personas dentro y fuera de las pymes.

Realidad

- Hay veces que uno utiliza el teléfono para comunicar por vía interna telefónicamente por la extensión una situación, pero si ya es una situación que amerita un correo electrónico...
- Estrategias, de pronto están allí implícita en el manejo que le cada jefe a su equipo de trabajo, el buen ambiente y el clima de trabajo está, el respeto Esta, la camaradería esta, hay espacios como lo mencione en el primer punto que permiten fortalecer relaciones...
- A través del comité, los comités influyen mucho en el tema para que ellos espontáneamente y lo hacemos a través de encuestas internas...
- La comunicación que se tiene dentro de la empresa se logra de que todos conozcan lo que pudo haber afectado a una o varias personas para que en un futuro eso se tome como una estrategia...
- transmitirle al cliente la seguridad de lo que están haciendo y que tienen el control y el conocimiento...

Sistema Referencial

Villafañe (2005) el capital social desde sus formas de cohesión son aquellos activos de una empresa que no poseen materialidad, como la reputación corporativa, del cual se desprenden otros intangibles como: el capital relacional, capital intelectual, cultura organizacional, identidad corporativa, entre otros.

Jones (2010) cuando se trata de integración la gestión estratégica debe tener un proceso de selección e identificación tanto las metas como las líneas de acción adecuadas, para el logro de las metas de cualquier organización, considerando que más importante es tener en la gerencia las personas adecuadas para logra r tal fin. En este sentido, si todos dentro de la empresa se enfocan en el esfuerzo de ser efectivos, las personas deben saber lo que se espera que cumplan, allí se emplea la función de la planeación, la más esencial de todas las funciones gerenciales Robinns (2008), es el identificar y seleccionar un curso estratégico entre todas las opciones presentes, lo que es complejo porque se debe justificar que entre todas las trayectorias y acciones que se pudieron haber elegido, se decidió seguir la dirección escogida y confiar que es la

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

mejor opción para posicionar a la compañía. En consecuencia, la selección e implantación de un proceso de cohesión e integración conlleva a decisiones gerenciales entre gran cantidad de opciones e indica el compromiso empresarial y estilo de actuación.

Aporte de los Autores

Tal como lo señalan los informantes y los autores, para que los procesos de cohesión e integración se den dentro de la empresa, los responsables son todos los actores que están involucrados dentro de la gestión estratégica y que forman el capital social de la organización, ahora bien, dado que las PYMES tienen ante sí el reto de ser triunfadoras ante los desaciertos de la gerencia y la sociedad, existe la necesidad de implementar estrategias que promuevan estas dos indicadores de gestión la cohesión y la integración.

Para ello, se tiene que apelar a estrategias y tecnologías modernas, promover más innovación y adecuar los procesos administrativos y de producción para que sean más ágiles y satisfagan la demanda de los mercados internos y externos, recordando que la satisfacción de los miembros de la empresa también conduce a procesos de integración con las metas y propósitos empresariales.

Para abordar los procesos de cohesión e integración estructural de la organización, se requiere la capacitación y calificación del personal comprometido con el futuro de la empresa. Es de saber, que una de las debilidades fundamentales que confronta las PYMES hoy en día es que cuentan con personal débilmente calificado acorde a los paradigmas gerenciales de vanguardia.

De acuerdo con la afirmación anterior, lo que se debe solventar esta limitación, contratando externamente a personal especializado, que no es tarea fácil, sin embargo, se debe ver como una inversión y no como un gasto, o capacitar el personal que labora en la misma empresa lo que genera a su vez la integración entre los miembros. El capital social capacitado, cohesionado es el activo intangible más valioso que puede poseer cualquier empresa, que desee permanecer en el tiempo.

Conocer las formas de asociatividad, colaboración y cooperación que se presentan en las personas en las pymes.

Realidad

- Se colaboran activamente por ejemplo en esta empresa que casi nunca lo hacen aquí existe un sistema, aquí se le llama de unas bonificaciones en ventas, que son tenidas en cuenta en el tema de prestaciones sociales...
- y nuestro personal estuvo muy comprometido y logramos hacerlo lógicamente con la colaboración y el desempeño de ellos...
- Es la participación individual o sea todos tienen derecho a opinar a dar sus ideas y escoger u organizar la mejor para hacerla funcionar dentro de nuestra organización, en el apoyo mutuo en la colaboración, en la gestión individual y colectiva...
- La colaboración está dirigida a cada tarea o realización que tienen que hacer ellos dentro de la organización, pero está apoyada, en el consejo en el manejo y de pronto en la decisión de la misma...
- También se da una campaña a nivel interno de concientización de la cultura empresarial entonces la empresa tiene unas reuniones que se deben realizar de forma obligatoria en todas las áreas donde se convoca a las personas para hablar de temas referentes a las buenas maneras de comportarse...
- como líder de la empresa siempre aprovecho cualquier oportunidad para afianzar o reforzar lo que se espera del ambiente laboral y de las relaciones

Sistema Referencial

Putnam (2003), dentro del capital social de una empresa deben estar presentes los elementos

como la confianza, las normas y las redes que establecen relaciones de reciprocidad activadas por una confianza social que emerge de dos fuentes, las normas de reciprocidad y las redes de compromiso ciudadano.

En un sentido más amplio, Putnam (2003:167) explica que los rasgos de la organización social como confianza, normas y redes que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad facilitando acciones coordinadas, resulta de un proceso histórico, cuyas tradiciones asociativas son preservadas mediante el capital social y que como forma de organización permite evitar los dilemas de la acción colectiva mediante lazos de confianza social.

Etkin (2014), relaciona la asociatividad del capital social como mecanismos de la organización social tales como las redes, normas, y la confianza social que facilita la coordinación y cooperación para beneficios mutuos. Desde este punto de vista, el capital social permite una mayor asociatividad y comprensión de los mecanismos de los ambientes de competencia en los mercados, lo que enfoca su análisis del capital social en el fenómeno del liderazgo.

Robbins (2008), existen importantes experiencias exitosas en la materia de colaboración y asociatividad, pero en casi todas ellas se observa la importancia que ha jugado el hecho de que los gobiernos y las asociaciones empresariales hayan sido capaces de diseñar políticas e instrumentos para promover nuevos espacios de asociación.

Es por ello, que se hace imperativo el desarrollo de una estrategia integral que impulse a las pequeñas y medianas empresas a hacer uso de los nuevos conceptos de negocios basados en la conformación de redes y asociaciones. Hay diversos modelos de asociaciones tales como clusters, distritos industriales y redes sociales.

Aporte de los Autores

En correspondencia con los informantes quienes a su modo de ver tienen dentro de sus empresas estrategias de colaboración y asociatividad positivas, aunado a lo que los autores plantean, añadiendo elementos de confianza, normas y comunicación, el investigador aporta que una de las debilidades fundamentales que presentan las PYMES, son precisamente la ausencia de estos factores, los que no por casualidad son además los que le brinda a las pymes la flexibilidad y agilidad necesaria para dar respuesta al dinamismo del mercado, sin embargo, es el reducido tamaño o la imposibilidad de generar estrategias colaborativas (asociativas) lo que muchas veces no les permite ser competitivas en los mercados mundiales.

Es por esto, que una de las formas para solventar ésta y otras limitaciones en una PYME es recurrir a modelos asociativos, ya que estos, son un mecanismo de cooperación para el desarrollo de alianzas estratégicas entre dos o más actores, que pueden ser indistintamente públicos o privados, con el propósito de lograr un objetivo común. Es por ello, que el proceso de asociatividad no es tan sencillo como parece y abarca una amplia gama de modalidades que se dan a partir de la necesidad de adquirir una ventaja competitiva, de manera que pueda tener una mejor posición en el mercado.

Además la asociatividad, así como la cooperación, es también una oportunidad para la integración y competitividad de las PYMES y su articulación con las empresas de mayor tamaño, como se ha demostrado en muchos países asiáticos y europeo, lo que brinda la oportunidad de posicionarse en el mercado e ir ampliando su mercado, pudiendo además implementar nuevas estrategias que le permitan mantenerse en el tiempo.

Precisar la confianza interpersonal e institucional desde la dirección en las pymes.

Realidad

- ... Bueno de pronto hay una manera de trabajar con nuestros clientes y es que le brindamos

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

confianza y muchas veces nuestros clientes después de utilizar nuestros servicios se hacen tan familiares

- ...Hablemos de una situación particular y es que los socios de la empresa son trabajadores también y hay un nivel de confianza entre cada equipo de trabajo que está a cargo de cada uno de los socios...
- ...comienza la confianza con el cliente a llamar a preguntar y nosotros a querer solucionarles las cosas a cambio de nada sin seguirles cobrando por una atención simplemente porque estén familiarizados...
- Siempre, mi puerta siempre está abierta aquí las personas yo siempre les digo si usted tiene algún inconveniente en el desempeño de sus funciones o algo que le obstaculice el desempeño de sus funciones saben que tienen entera y
- absoluta confianza para venir a acá y tratarlo conmigo es más la gente de la planta también lo puede hacer...
- ...y un valor también que es la honestidad y el principio de la confianza queee yo firmo el cheque o el pago que va para la otra empresa, que es una empresa familiar de la cual yo soy socio también, mis socios saben que la confianza esta que aquí no se ha hecho nada indebido, entonces ese ejemplo de respeto y confianza que hay en los niveles más altos de la organización...

Sistema Referencial

Cleri (2013:25) los niveles de confianza dentro de una empresa contribuyen de una manera racional al mejoramiento en el proceso de toma de decisiones. Es mediante el mismo que se identifican las opciones disponibles para llegar a un resultado deseable y probable. Este incluye los siguientes elementos: liderazgo, conocimiento organizacional, competencia, arquitectura de la firma y formulación de estrategias. En términos generales, estos se encuentran inmersos en la gestión estratégica de una empresa.

Robbins (2008), señala que, a administración efectiva de las PYMES latinoamericanas y caribeñas, requiere de altos niveles de confianza interpersonal e institucional, como parte de un conocimiento de diversas áreas, de las cuales sin duda la capacidad de confiar en la gestión que se hace cobra cada día mayor relevancia. La capacidad de gestión está referida a áreas tales como, la gerencia y la planeación de las actividades o proyectos, la mercadotecnia, el recurso humano, el análisis económico y financiero y la adopción de nuevas tecnologías, en este sentido la confianza institucional es vital para el logro de objetivos y el desarrollo de estas diferentes áreas.

Etkin (2014), Toda empresa establece criterios que definen su dirección de trabajo principal, con vistas a cumplimentar las metas y propósitos empresariales a lo largo del tiempo, es aquí, donde la confianza juega un papel fundamental, cuando las PYMES a partir de su concepción del negocio, definen la misión y la visión que guiará a la empresa, los cuales suelen revisarse cada cierto período de tiempo, para que la planeación estratégica pueda disponer de acciones controlables, a lo largo del tiempo, para lograr las metas establecidas.

Aporte de los Autores

Tomando en cuenta, los planteamientos anteriores, la confianza primeramente en el diseño del negocio, luego en las estrategias que se fijan y están representadas en acciones, además la confianza de quien asignan recursos y quienes son responsables de administrarlos, confianza de quienes se encargarán de llevar a cabo la consecución de los objetivos a corto y a largo plazo, confianza en el análisis y la selección de las estrategias que implican una acertada toma de decisiones basadas en supuestos de información, por lo que a veces resulta necesaria la aplicación de correctivos, en otras palabras, la confianza debe ser un elemento imperante en la creación, desarrollo y avance de la empresa.

Inclusive dentro de la gestión estratégica, se deben implementar estrategias que eleven los niveles de confianza tanto personales como institucionales, esto supone obligatoriamente definir las acciones, recursos, responsables y tiempo establecido para crear afinidad, congruen-

cia, visión global, sentido de pertenencia y altos niveles de confianza.

Caracterizar los principios que inspirarían a los directivos de las pymes a la formulación de estrategias orientadas a la sostenibilidad desde la base del capital social.

Realidad

- ... Bueno los principios en la Visión yo creo que están claramente si usted analiza la visión, dice: nosotros queremos ser líderes reconocidos a nivel nacional e internacional...
- ... En la misión y visión nuestra nosotros sabemos de qué nuestro objeto social es mantener el trabajo a través del servicio es de pronto la manera de promocionar más nuestra empresa ofrecer servicio...
- ...He nuestros principio y valores no cambian esos siempre han estado allí que esta la honestidad la transparencia y la honestidad esos son unos principios que nosotros hemos acogidos a nuestra empresa...
- ...De esos principios enmarcados en la misión y que de hecho se convierte en un valor, es trabajar en función a la conservación del medio ambiente...
- ...Si definitivamente si al enmarcarnos dentro de una visión y misión inclusive de unas políticas valores y principios todas las estrategias...
- la cultura o debe de tener asimilado cuales son eso valores y esos principios que busca la empresa y en qué manera se beneficia en cada una de ellas en que la empresa esté buscando eso-

Sistema Referencial

Martínez (2009), Principio #1: La buena representación. Principio #2: Debe existir equilibrio entre las entradas y las salidas de dinero en una empresa. Principio #3: La ley de la siembra y la cosecha. Principio #4: No adquiera nada que no sepa exactamente cómo lo va a vender o utilizar. Principio #5: O bien vendido o bien corrompido. Principio #6: Nunca fiar. Principio #7: Tenga siempre una reserva de efectivo. (Desarrollados ampliamente en el momento III).

Aporte de los Autores

Cuando se habla de principios es muy probable que se suela confundir con valores organizacionales, si bien tiene relación interdependiente, son temas que deben ser especialmente atendidos ya que reflejan niveles superiores de consolidación de una empresa. Los principios en opinión del investigador, son una perspectiva de una gestión que fomenta la evaluación y el control de las dinámicas empresariales, es decir, de todas las acciones que ocurren con el capital social de la organización, que además propician la confianza de los clientes.

Por ello, muchas empresas, incluyendo estas pequeñas y medianas, están promoviendo programas con el objetivo central de que su accionar sea basado en principios responsables, impulsando sus capacidades de gestión con responsabilidad social y medioambiental. Existen principios universales que se promueven en cualquier empresa como la libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, la no discriminación, las medidas disciplinarias, el horario de trabajo, la remuneración y otros.

Sin embargo, hay que prestar especial atención, a no perder de vista que una empresa tiene además del propósito colectivo, el propósito individual de quien es su dueño o administrador, y este debe saber controlar todo el principio que tiene que ver con dirigir el talento humano con apertura, pero sin descuidar los principios básicos de la administración que son los que le van a permitir no llegar a la quiebra, como los que se explicaron en otro momento de la investigación.

Conocer las acciones que se emplean en el capital social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable.

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Realidad

- ...Claro, claro que, si debe haber compromiso por parte de ellos, yo, a pesar de que en algún momento la empresa trabajo con esos elementos nocivos para la salud había ciertos controles...
- ...pero si no tenemos un buen plan de socialización de esa práctica y que involucre y que responda a las necesidades de esas personas pues esos planes no se van a llevar a cabo...
- ...Porque hay un nivel de compromiso de todos basado en el reglamento interno de trabajo, donde dentro de las políticas internas esta salvaguardar todos los espacios, la iluminación, la utilización de los puestos de trabajo toda esa parte estructural que los beneficia a ellos.

Sistema Referencial

Martínez (2009), que, en caso de números rojos, la empresa puede tratar de corregir con una parte del patrimonio reservada para tal fin, sin que el capital social de la compañía se vea afectado. Este sí puede disminuir, sin embargo, cuando la empresa termine en la quiebra y se vea en la obligación de liquidarse. Llegado a ese extremo, sí podría verse afectada la cuenta de capital social. Además, entonces alguno de los socios podría pedir la devolución de sus aportes.

Corma (2012), El desarrollo social en un sentido sustentable depende en gran parte de la forma de capital social inherente a esa sociedad. Una comunidad cuenta con capital social cuando sus organizaciones se determinan por las relaciones de confianza que desarrollan y que hace predecible su comportamiento. La aceptación de la pluralidad política y cultural en procesos de autogestión y solidaridad facilita las bases morales, políticas y organizativas del desarrollo de las comunidades.

Cleri (2013), Los procesos que se dan en función de la sostenibilidad, pueden dar cierta estabilidad a los campos organizacionales, aunque estos siempre están evolucionando y no son estáticos, resolviendo mediante consenso negociado socialmente las diferencias de interpretación. La capacidad de una comunidad se refleja en su nivel de desarrollo endógeno.

Las organizaciones que siguen estrategias habituales y las que siguen estrategias de nichos ocupan diferentes recursos ambientales y para dar respuestas innovadoras se forman vínculos interdependientes a otras organizaciones especializadas en otras industrias tales como estructuras de apoyo comunitario.

Aporte de los Autores

El desarrollo sustentable de las pymes estos dados por la idea de que programas orientados a programas de desarrollo endógeno, en esta dirección crean también beneficios estratégicos para las propias empresas, por ello, toda empresa que quiera ser competitiva y actuar en consonancia con los nuevos modelos económicos, debe cumplir con sistemas de acción que incluyan estos elementos en sus operaciones y estrategias de negocios.

Reflexiones Finales

Es evidente que las empresas exitosas tienen que definir acciones para un desarrollo sustentable tomando en cuenta al cliente, con aprovechamiento de todas las estrategias que tenga a su disposición. Cada día aparecerán empresas, con mayores especializaciones en la explotación de los nuevos canales comerciales, por lo que hay que mantenerse actualizados y a la vanguardia de los cambios que se gesten con relación al Capital Social como impulsor de la gestión Estratégica.

En general, se observa que las empresas, de manera creciente, están estableciendo normas y marcos reguladores, que promueven la exclusividad, la preservación del medioambiente, la

transparencia, la responsabilidad social; esto está permitiendo que haya un impacto decisivo en la actividad empresarial. Dentro de estas acciones, se establecen ciertas normas que con frecuencia deben desarrollar e implementar soluciones y planes estratégicos que concentren procesos de innovación, los cuales deben contribuir con soluciones que sean competitivas y sostenibles en el tiempo.

Referencias Bibliográficas

Arias, F. (2008). Perfil del profesor de Metodología de la Investigación en Educación superior. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Aronson, J. (2002). Nova Southeastern University. Obtenido de <http://www.nova.edu/ssss/QR/BackIssues/QR2-1/aronson.html/>

Briones, G. (2005). Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México D.F. Trillas.

Cáceres, P. (2003). Análisis Cualitativo de Contenido: Una alternativa Metodológica Alcanzable. *psicoperspectivas*, 53-82. Editorial Santo de Díaz

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional. México D. F.: McGraw Hill. Cleri (2013). El Libro de las Pymes. Ediciones Granica S.A. Naucalpan, México. Corma, F. (2012). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Editorial Díaz de Santos. Buenos Aires, Argentina

Cleri (2013). El Libro de las Pymes. Ediciones Granica S.A. Naucalpan, México. Corma, F. (2012). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Editorial Díaz de Santos. Buenos Aires, Argentina.

Cortina y Martínez (2008). Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y comunicación. Editorial Trotta, S.A. Madrid, España.

De la Masa, L. (2005). Fundamentos de la filosofía hermenéutica: Heidegger y Gadamer. *Teología y ViLdUa*, 122-138.

DeWalt, K., & DeWalt, B. (2002). Participant observation: a guide for fieldworkers. Walnut Creek, CA: AltaMira Press. Editorial College. México.

Durston, J. (2000). División del Desarrollo Social. CEPAL. Santiago de Chile, Chile.

Escobedo, J. (2005). Paradigma Epistemológico e Inferencias Lógicas en la Investigación Demográficas. XXV Conferencia Internacional de Población. Tours.

Etkin, J. (2014). Capital social y valores en la organización sustentable. Ediciones

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

Granica. Naucalpan, México

- Francés, A (2008). Capital Social y organizaciones no lucrativas. Editorial AHS. México.
- George y Jones (2010). El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Editorial CEPAL. Santiago de Chile, Chile.
- Gibbs, G. (2012). El análisis de datos en investigación cualitativa. Editorial Morata. Madrid, España.
- González, E. (2011). El retorno a la traducción o nuevamente sobre la historia del concepto de hermenéutica. *Opinión Jurídica*, 41-60.
- González, L. (2013). Aportaciones para una fenomenología hermenéutica de la mística. *Estud.filos*, 155-176.
- Guasch, O. (2002). Observación Participante. Colección Cuadernos Metodológicos, 10-11.
- Gurdián-Fernández, A. (2007). El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socio - Educativa. San José: PrintCenter.
- Heidegger, M. (1923). *Hermenéutica de la facticidad*. Recuperado el 11 de noviembre de 2014, de <http://www.heideggeriana.com.ar>.
- Hernández, R. (1994). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hurtado de Barrera, J. (2008). *Metodología de la Investigación Holística*. Editorial SYPAL.
- Hurtado, D., García, D., & Copete, A. (2013). *Las Vicisitudes del Capital Social de Colombia*. Fundación Antonio Restrepo Barco.
- Martínez. (2009). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. México D.F.: Editorial Trillas.
- Maturo, G. (2007). Fenomenología y hermenéutica: desde la transmodernidad latinoamericana. *Utopía y praxis latinoamericano*, 35-50.
- Maturo, G. (2012). La hermenéutica fenomenológica desde América. *Utopía y praxis latinoamericano*, 95-99.
- Mayan, M. (2001). *Una Introducción a los Métodos Cualitativos: Módulo de Entrenamiento para Estudiantes y Profesores*. Iztapalapa, México: Qual Institute Press.
- Portes, A. (2009). *Sociología económica, una investigación sistemática*. Primera Edición,

Centro de Investigaciones sociológicas. Montalbán, Madrid, España.

Putnam, R. (2003). Capital social, trabajo y juventud. Editorial Complejo Editores. Buenos Aires, Argentina.

Robbins, S. (2008). Fundamentos de comportamiento organizacional. Quinta Edición. México.

Salgado, A. (2007). Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación del Rigor Metodológico y Retos. Liberabit, 71 - 78

Sandin, M. (2003). Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones. Editorial McGraw-Hill. México.

Strickland (2005). Desarrollo Profesional de Instrucción Diferenciación: Una Herramienta Acción ASCD.

Villafañe, J. (2005). Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas. Editorial Pirámide. Madrid, España.

Capítulo VI Hallazgos, reflexiones finales y recomendaciones

Findings, final reflections and recommendations

Resumen

La investigación llega al momento donde el investigador plasma sus experiencias, conocimientos e interpretación de los resultados obtenidos, por medio de la presentación de los hallazgos, que se convirtieron en los aspectos más relevantes encontrados a lo largo del recorrido del estudio, en un segundo apartado se encuentran las reflexiones finales que se derivan de la investigación en función de los propósitos de la misma. Para finalmente emitir recomendaciones propuestas por autor para el Capital Social de la Pymes y como aporte para futuras investigaciones.

Palabras clave: Hallazgo, reflexiones finales y recomendaciones.

Abstract

The research reaches the moment where the researcher reflects his experiences, knowledge and interpretation of the results obtained, through the presentation of the findings, which became the most relevant aspects found along the course of the study, in a second section are the final reflections that are derived from the research in function of the purposes of the same. To finally issue recommendations proposed by author for the Social Capital of PYMES and as contribution for future research.

Keywords: Findings, final reflections and recommendations.

Hallazgos

El propósito de la investigación que sirve de base al libro que se presenta fue analizar el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable en las pymes, la población de estudio son las pequeñas y medianas empresas de la ciudad Barranquilla, distrito industrial y portuario ubicado en el departamento del Atlántico, Colombia; para finalmente generar en un propósito más específico una teoría sustantiva sobre el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable en las pymes, con base a las experiencias obtenidas de los actores involucrados, que poseen capacidades, habilidades y destrezas que los hacen valiosos para la organización.

El estudio se construyó desde una serie de interrogantes entre las cuales se consideraba ¿Cuáles son las formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación que se presentan en las personas en las pymes?, así como otras posteriores que pretendió precisar la influencia del capital social como impulsor de la gestión estratégica, apoyado en las experiencia y conocimientos de los encuestados, plasmándose entre otras interrogantes como:

¿Cuáles formas de relacionarse contribuyen a cohesionar a las personas dentro y fuera de las pymes?, ¿Cómo se genera confianza interpersonal e institucional desde la dirección en las

pymes?, ¿Cuáles variables del entorno se tienen en cuenta en la formulación de las estrategias desde el enfoque del capital social?, ¿Cuáles principios inspirarían a los directivos de las pymes a la formulación de estrategias orientadas a la sostenibilidad desde la base del capital social?,

¿Cuáles son las acciones que se emplean en el capital social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable?, ¿Cuáles serían los lineamientos que orienten el capital social como plataforma impulsora la gestión estratégica sustentable en las pymes?

Una vez dado cumplimiento a estas interrogantes, se desprenden los hallazgos significativos que surgieron del proceso de investigación, derivándose del estudio de la información a partir del momento inicial que se estuvo en interacción con los informantes clave, pasando por todo la revisión bibliográfica y cognitiva hasta la alcanzar el análisis e interpretación de la data, los mismos son presentados a continuación:

Hallazgo 1. Cuando se precisan las formas de interacción, comunicación, asociatividad, colaboración y cooperación que se presentan en las personas en las pymes, son muchas las variables que se deben considerar, que además influyen en el éxito de la empresa, entre estas la capacidad de gestión y dirección, los procesos de innovación, uso y aplicación de las tecnologías de información y comunicación (TIC), colaboración interempresarial y distintas formas de asociatividad y conformación de redes, capacitación técnica y profesional del personal, la atención a asuntos relacionados con la preservación del ambiente, el compromiso con la responsabilidad social empresarial, y la definición de una estrategia efectiva.

Hallazgo 2. Conociendo las formas de cohesión e integración de las personas dentro y fuera de las pymes, se encontró que, para abordar estos procesos, se requiere la capacitación y calificación del personal comprometido con el futuro de la empresa, pudiese contratarse personal especializado, como una inversión y no como un gasto, o capacitar el personal que labora en la misma empresa lo que genera a su vez la integración entre los miembros. El capital social capacitado, cohesionado e integrado, es el activo intangible más valioso que puede poseer cualquier empresa, que desee permanecer en el tiempo.

Hallazgo 3. La investigación permitió conocer formas de asociatividad, colaboración y cooperación que se presentan en las personas en las pymes, advirtiendo estas como una oportunidad para la integración y competitividad de las PYMES y su articulación con las empresas de mayor tamaño, como se han demostrado otros países, lo que brinda la oportunidad de posicionarse en el mercado e ir ampliando su mercado, pudiendo además implementar nuevas estrategias que le permitan mantenerse en el tiempo.

Hallazgo 4. Precisando la confianza interpersonal e institucional desde la dirección en las pymes, la gestión estratégica debe implementar estrategias que eleven los niveles de confianza tanto personales como institucionales, esto supone obligatoriamente definir las acciones, recursos, responsables y tiempo establecido para crear afinidad, congruencia, visión global, sentido de pertenencia y altos niveles de confianza.

Hallazgo 5. Desde la caracterización de los principios que inspirarían a los directivos de las pymes a la formulación de estrategias orientadas a la sostenibilidad desde la base del capital social, existen principios universales que se promueven en cualquier empresa como la libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, otros, sin embargo, hay que prestar especial atención, a no perder de vista que una empresa tiene además del propósitos colectivo, el propósito individual de quien es su dueño o administrador, y este debe saber controlar todo los principios que tiene que ver con dirigir el talento humano sin descuidar los principios básicos de la administración.

Hallazgo 6. Desde el conocimiento de acciones que se emplean en el capital social para gestionar estratégicamente el desarrollo sustentable, este está dado por la idea de que programas orientados a programas de desarrollo endógeno, en esta dirección crean también beneficios es-

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

tratégicos para las propias empresas, por ello, toda empresa que quiera ser competitiva y actuar en consonancia con los nuevos modelos económicos, debe cumplir con sistemas de acción que incluyan estos elementos en sus operaciones y estrategias de negocios.

Reflexiones finales

El desconocimiento de la naturaleza de los mercados, las dificultades para anticiparse a las dificultades y la lenta reacción ante la búsqueda de soluciones, así como el poco aprovechamiento de las oportunidades, han sido por mucho tiempo características recurrentes de las PYMES. Esto, aunado a las tendencias dinámicas, por lo que, hacen necesario la adopción de un nuevo e innovador modo de producir, así como la utilización de nuevas herramientas de trabajo, creación de nuevas estructuras organizacionales y el desarrollo de nuevas conductas laborales y empresariales.

Si bien los procesos de apertura, cooperación, cohesión, integración, confianza, asociatividad permiten, dentro de bajo ciertas condiciones, una mejora en los bienes, servicios y capitales, así como una mejor infraestructura, facilidad del comercio y las comunicaciones; satisfacción de los clientes, beneficios que son potenciales si se concentran sobre todo en el segmento de empresas con miras a un desarrollo sustentable.

Sin embargo, las PYMES están obligadas actualmente a actuar de forma conjunta o asociativa para poder generar y participar de los nuevos modelos económicos que les den mayor volumen de producción y comercialización; con la visión de insertarse en mercados específicos, Para esto, deben ser partícipes con principios y acciones firmes, que le den garantía de éxito en la economía del siglo XXI, en consecuencia, es importante que el Capital Social de las PYMES como impulsor de la gestión estratégica tenga en cuenta que se está ante una realidad en la cual la competencia está cada vez más presente, tanto a nivel local como global, por lo que resulta imprescindible prestar especial atención a los más factores que inciden en el mejoramiento o sostenibilidad de la competitividad.

Es necesaria entonces, una transformación radical en las estrategias y modalidades empresariales, ya que estos cambios son necesarios no sólo en los aspectos internos de la empresa, sino que también aspectos relacionados con los agentes externos, políticas gubernamentales, entorno en que se desarrolla la actividad empresarial y el medio ambiente; razón por la cual el capital social de las empresas debe mantenerse capacitado para poder ser impulsor de la gestión estratégica de la nueva generación de pymes.

Aunado a lo anterior, la PYME, dentro de sus características de gran flexibilidad ante los continuos cambios (externos e internos), la baja inversión por puestos de trabajo productivo, además de la intensidad en la utilización de mano de obra, está llamada a ser una de los principales generadores de valor agregado, así como a dinamizar la economía del futuro.

Se puede afirmar, que la situación de las PYMES Venezuela y Colombia, no difiere mucho del resto de países de América Latina, considerando que sus características son similares, entre ellas, la concentración de actividades en el comercio, los servicios y la industria artesanal, existen además elementos comunes, como: los bajos niveles de inversión pero altos índices de captación de empleo, utilización de tecnología intensiva en mano de obra y el uso de insumos básicamente importados; enfrentando además, riesgos por la carencia de financiamiento, al tener un limitado acceso al mercado de capitales y una insuficiente capacitación empresarial.

Resulta claro analizar que la capacidad de generación capital social de una PYME, es una de las características fundamentales de este sector, estas empresas no crean empleo al interior de la empresa, lo que sucede es que, como sector, el empleo en las PYMES aumenta mediante

la aparición de nuevas empresas, es decir, crecen horizontalmente, adaptándose así a los cambios que ocurren en la economía, lo que genera como consecuencia la gran movilidad existente dentro de las actividades económicas que abarca el sector.

Otro aspecto concluyente es los obstáculos para acceder al financiamiento de las PYMES, ya que estas se encuentran con altos costos de créditos, falta de confianza de los bancos respecto de los emprendimientos (proyectos), la burocracia de los intermediarios financieros, además de la petición de excesivas garantías, por lo que, se puede afirmar que el acceso de las PYMES al financiamiento es bajo, si se toma en consideración su actual y potencial capacidad inversora, por lo tanto existe una demanda insatisfecha elevada.

Recomendaciones

Considerando los hallazgos y conclusiones de la temática abordada en cuanto al capital social como impulsor de la gestión estratégica en el desarrollo de las pymes, se generan algunas recomendaciones tanto para las empresas que sirvieron de apoyo para generar la información, como para otras empresas o consultores investigadores que requieran documentación del tema, en este sentido, se recomienda:

Que el empresario debe estar atento y comprender que la dinámica evolución de la tecnología y el desarrollo de una constante cultura innovadora, van proponiendo nuevas tendencias gerenciales que modifican frecuentemente los perfiles de demanda, en este sentido, se deben realizar constantes estudios de mercado para evaluar las tendencias y modelos económicos.

Mantener una constante vinculación con proveedores y clientes, que se proponen metas de mediano alcance, capaces de garantizar la contratación y permanencia en sus plantillas de personal calificado, con la más amplia cooperación, que mantengan la tendencia a las nuevas tecnologías de información y comunicación, y que en definitiva exhiben capacidades para el desarrollo de procesos de innovación.

Tenerse en cuenta que la nueva era se caracteriza por la supremacía de valores organizacionales en red, como son la colaboración, cohesión, transparencia, integración, creatividad, participación, asociatividad, cooperación, la valoración del talento y del compromiso, que generan confianza interpersonal e institucional.

Trazar estrategias de modelo de empresa exitosa, caracterizándose en el uso intensivo de las TIC en todas las fases del proceso de negocio, el mantenimiento de un talento humano calificada y con mentalidad de cambio constante, con estructuras organizativas flexibles, prestas a la colaboración con otras empresas para el logro de objetivos colectivos y con una orientación de toda la organización hacia la calidad y el servicio al cliente.

Involucrarse en procesos de diferenciación microeconómica, ya sean tecnológicos o comerciales, afrontar la competitividad como un fenómeno sistémico que integre los planes estratégicos, dirigidos al desarrollo sustentable, En consecuencia, mantener al capital social actualizado por medio de la capacitación permanente.

Se debe y requiere ser atendido adecuadamente, considerando la participación económica como una fuente generadora de empleo, aun cuando la unidad productiva o de servicio o comercial tenga carácter familiar, o cuando éstas sean unidades que actúen bajo el signo de la informalidad, son aspectos que no afectan la importancia de las PYMES.

Se recomienda que se continúen los programas de asesoría y capacitación a las PYMES, a su vez estos, no sólo se deben centrarse en la gestión de las mismas sino además en la presentación de sus necesidades financieras. En ese mismo sentido, se debe fomentar el desarrollo y

adopción de nuevas tecnologías apropiada para la recuperación de la participación en el mercado. Todo en correspondencia con los aportes teóricos de los siguientes autores: Chiavenato (2013), Cleri (2013), Corma (2012), Durston (2000), Etkin (2014), francés (2008), George y Jones (2010), Sallen are (2010), Mendoza Fernández (2012), Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008), entre otros.

Referencias Bibliográficas

- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México D. F.: McGraw Hill.
- Cleri (2013). *El Libro de las Pymes*. Ediciones Granica S.A. Naucalpan México.
- Corma, F. (2012). *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Editorial Díaz de Santos. Buenos Aires, Argentina.
- Durston, J. (2000). *División del Desarrollo Social*. CEPAL. Santiago de Chile, Chile.
- Etkin, J. (2014). *Capital social y valores en la organización sustentable*. Ediciones Granica. Naucalpan, México
- Francés (2008). *Capital Social y organizaciones no lucrativas*. Editorial AHS. México.
- George y Jones (2010). *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural*. Editorial CEPAL. Santiago de Chile, Chile.
- Mendoza Fernández, D. L. (2012). *Pensamiento Estratégico como base para establecer la Responsabilidad Social en Universidades Públicas Autónomas*. Maracaibo. Venezuela.
- Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible. Conceptos, ejemplos y herramientas de la RSC o de la Empresa*. Madrid, McGraw Hill.
- Meninge, Lee y Witteloostuijn (2008). *Capacidad adaptativa en organizaciones de investigación*. Serie publicaciones Misceláneas. San José, Costa Rica.
- Perdomo (2007). *Elementos Básicos de Administración Financiera*. InternationalThomson Editores, S. A. de C. V
- Portes, A. (2009). *Sociología económica, una investigación sistemática*. Primera Edición, Centro de Investigaciones sociológicas. Montalbán, Madrid, España.
- Putnam, R. (2003). *Capital social, trabajo y juventud*. Editorial Complejo Editores. Buenos Aires, Argentina.
- Robbins, S. (2008). *Fundamentos de comportamiento organizacional*. Quinta Edición. México.

- Rojas, R. (2003). *Guía para Realizar Investigaciones Sociales*. México: Plaza y Valdes.
- Salamanca, A., & Martín Crespo, C. (2007). *El Muestreo en la Investigación Cualitativa*. Nure investigación.
- Salgado, A. (2007). *Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación del Rigor Metodológico y Retos*. *Liberabit*, 71 – 78
- Sallenare, JP (2010). *Gerencia y planeación estratégica*. Grupo Editorial Norma. Colombia.
- Sandin, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones*. Editorial McGraw-Hill. México.
- Spradley, J. (1980). *Participant Observation*. New York: Rinehart & Winston.
- Strickland (2005). *Desarrollo Profesional de Instrucción Diferenciación: Una Herramienta Acción ASCD*.
- Tamayo, M. (2006). *Diccionario de la Investigación Científica*. México: Limusa
- Thompson, Strickland y Gamble (2010). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*. Traducción: *La elaboración y ejecución de la estrategia: La búsqueda de la ventaja competitiva: Conceptos y Casos*.
- Vargas, X. (2010). *¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía para lo que hacen investigación por primera vez*. Unidad Académica de Contexto ITESCO
- Villafañe, J. (2005). *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Editorial Pirámide. Madrid, España.

Capítulo VII Teoría sustantiva sobre el capital social como plataforma impulsora

Substantive theory on social capital as a platform for the sustainable strategic management in pymes

Resumen

Sin duda una de las preocupaciones más latentes de los empresarios hoy en día, es como combatir los retos del diario transitar, sobretodo en conocimiento, porque será este indicador el que permitirá que sean cada vez más competitivos y complejos, sumado además el tolerar un conjunto de circunstancias de diversidad de ámbitos, sociales, políticos, económicos, personales, sin dejar de un lado el avance tecnológico, por ello el uso cada vez más globalizado de las tecnologías de información y comunicación como parte de las empresas, orienta el camino a seguir, por otro lado, la velocidad con la cual se realizan los acuerdos comerciales y financieros a nivel global, son factores que no pueden ser evadidos.

Palabras clave: Teoría sustantiva, Capital social, Gestión estratégica

Abstract

Undoubtedly one of the most latent concerns of entrepreneurs today is how to combat the challenges of daily journeying, especially in knowledge, because it will be this indicator that will allow them to become increasingly competitive and complex, and also to tolerate a set of circumstances of diversity of social, political, economic, personal, without leaving aside the technological advance, therefore the increasingly globalized use of information and communication technologies as part of the companies, guides the way forward, on the other hand, the speed with which commercial and financial agreements are made at a global level are factors that cannot be avoided.

Keywords: Substantive Theory, Social Capital, Strategic Management.

Introducción

La habilidad para hacer uso de estos factores, va a depender en gran medida del nivel de competitividad, la propia supervivencia de cada entidad empresarial, en otras palabras, de su capital social, considerando que son los que deben hacer frente a la nueva economía, economía digital o economía del conocimiento. Por ello, se han caracterizado, así como establecido los rasgos principales y los elementos fundamentales en la investigación para poder dar respuesta a los planteamientos iniciales, finalmente generar esta teoría, ya que es poca la literatura para los empresarios PYMES, como sobrevivir o desarrollarse en posible escenario futuro, muchas de cuyas características ya están presentes hoy.

Desde esta perspectiva, uno de los retos que enfrenta hoy día el sector PYMES se relaciona con su capital social, las formas en que se interrelacionan, las decisiones a tomar para definir las estrategias y los instrumentos a utilizar para enfrentar los riesgos, asociados a los cambios económicos. Considerando el desarrollo sustentable de estas, desde una mirada estratégica del negocio, se hace un ejercicio prospectivo de análisis en cuanto a las capacidades de la empresa.

Por esta razón, se hace la teoría sustantiva como propuesta para que el capital social se

convierta en impulsor de la gestión estratégica de PYMES orientado a poner a disposición del sector, herramientas que dinamicen, además se catapulten el salto requerido de manera que se enfrenten los retos actuales y futuros. La propuesta supone un mejoramiento sustantivo de la competitividad empresarial, sobre la base de una mejor gestión estratégica del conocimiento disponible, estímulo a la innovación, principios y acciones dirigidas a un desarrollo sustentable.

Capital Social como impulsor de la Gestión Estratégica en las PYMES

El Capital Social como impulsor de la Gestión Estratégica en las PYMES es aquel que, haciendo uso de la calidad, cooperación y viabilidad en el largo plazo, como factores que se interrelacionan, funciona de manera tal que todos estén informados, educados y motivados, con el propósito de mejorar constantemente, además de reforzar en el talento humano, los procesos, dependencias, interacciones, relaciones y resultados que constituyen la empresa y el sistema al que pertenece.

En este sentido el Capital Social, debe caracterizarse por ser una alternativa de mejoramiento empresarial, donde el esquema mental de razonamiento, permita la evolución gradual hacia una gestión estratégica empresarial, cuyo principal elemento sea la calidad. Como se ha estudiado, la gestión estratégica como valor agregado a la organización, en muchos casos no ha dado los resultados esperados, ya que, ha habido ausencia de un proceso sistemático y estructurado, inclusive muchos esfuerzos iniciales a favor de este tipo de gestión han sido en vano, debido a que la empresa carece de un capital social con proyección de futuro que se compagine con los diferentes aspectos de una gestión empresarial alineada en una misma dirección.

El capital social, debe ser tomado en cuenta como una nueva fase evolutiva del proceso de gestión estratégica, acotando que es diferente del aseguramiento, así como de la gestión de la calidad, ya que esta, tiene un enfoque más cohesionado, cuyo propósito es facilitar el paso de una gestión tradicionales hacia una de calidad total, donde integrando de una manera coherente las distintas iniciativas, sea posible optimizar los esfuerzos, con los recursos disponibles, en un ambiente de pensamiento estratégico, el cual permita reemplazar las acciones únicamente operacionales por una planificación estratégica de máxima calidad.

Uno de los elementos centrales que se deben considerar para que las PYMES puedan adecuarse a los cambios es el capital social el cual forma parte de estas, los mismos deben estar adaptados al uso y aplicación de las tecnologías de información y comunicación. Más aun, esto no sería suficiente para garantizar el éxito de la empresa, ni el mejoramiento en cuanto a competitividad y productividad empresarial, ya que, la capacidad de gestión, la estrategias innovadoras, la sustitución de tecnologías de procesos y productos, así como la capacitación del personal en los procesos de gestión estratégica así como la visualización del cliente como parte fundamental de la empresa; son todos factores que contribuyen a un desempeño eficiente por parte de las pequeñas y medianas empresas.

En este sentido las ventajas del capital social como impulsor de la gestión estratégica en Pymes, comparadas con otras empresas más grandes, es que permite precisamente insertarse más fácilmente, esto es, que poseen capacidad para adaptarse a los cambios tanto tecnológicos como sociales, así como de responder a las modificaciones en los mercados, debido al carácter flexible de las mismas. En otras palabras, por su tamaño, ellas pueden ajustarse con flexibilidad los procesos productivos, para iniciar una nueva línea de producción, así como emprender proyectos innovadores y esto depende mucho de su capital social.

Es además beneficioso, que promueven relaciones sociales más estrechas entre el dueño o gerente y los empleados, precisamente por reducido tamaño, además porque en muchos casos, son empresas familiares, donde existe mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura, donde pese a las limitaciones para obtener las ventajas derivadas de las grandes economías, estas empresas son capaces de lograr estas a través de estrategias de asociatividad o

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

cooperación interempresarial.

En todo análisis sobre las PYMES resulta importante comprender que existen diferencias dentro de este sector, específicamente con respecto al tamaño, medidos por el número de empleados, desde 5 a 150 o 250 trabajadores, esto va a depender de la normativa de cada país. Por ello, hay diferencias considerables en cuanto a la capacidad de producción, planificación, administración, soporte y logística, que varían de un país a otro. En consecuencia, las recomendaciones acerca de los aspectos que deben privilegiar a estas empresas para enfrentar exitosamente sus retos no pueden ser idénticas para todas, en razón de esto se sugieren posibilidades, dentro de las cuales se habrá que escoger.

En general, dadas las experiencias positivas en el área de las PYMES se han caracterizado los factores de equipamiento al personal de computadores con acceso a Internet e Intranet, para el trabajo con manejo electrónico de todos los procedimientos administrativos y financieros. Además, existe la calificación del personal para el uso de aplicaciones de las tecnologías de la información y comunicación, que contribuye al desarrollo de una mentalidad proactiva, para adaptarse a los cambios del entorno.

Otra de las características de este tipo de empresa es el desarrollo de sistemas estratégicos que permiten el control de operaciones, propiciando la reducción de costos y el dominio de los procesos, a través de la utilización de sistemas flexibles que permitan una rápida adaptación a los cambios en las demandas, sistemas para detección y control de calidad de los productos y servicios ofrecidos.

La participación en redes de PYMES, para compartir recursos y experiencias, de manera que se aprovechen resultados de actividades conjuntas, permite el desarrollo de una estrategia de inteligencia de mercado que garantiza el acceso rápido a información sobre comportamientos de los mercados y procesos, para la toma de decisiones.

En este sentido, la PYME representa un eslabón fundamental en la integración efectiva de la cadena de valor, lo que permite el desarrollo de esquemas asociativos y redes de cooperación con las otras grandes empresas, sus proveedores y clientes, aprovechando el máximo potencial de sus ventajas en cuanto al concepto de economías de escala. Dentro de este contexto, surge entonces la necesidad de apropiarse de una nueva visión estratégica de negocios para las PYMES, basada no sólo en el capital social sino en la responsabilidad social que este tiene y el desarrollo sostenible, convirtiéndola de esta manera en un motor de desarrollo económico, sin dejar de ser ético y socialmente responsable.

Sin embargo, aun cuando pareciera que hablar de PYMES está presente en casi todas las reuniones de discusión iberoamericanas, su tratamiento bajo la óptica del Capital Social como plataforma para el desarrollo sostenible es aún muy incipiente, incluso para los grandes organismos multilaterales de promoción del desarrollo, desde los cuales deben tenderse puentes de apoyo institucional a las PYMES que impulsen y promuevan su fortalecimiento competitivo, siempre dentro de un marco de respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

La adaptación de estas empresas a los nuevos esquemas globalizados en materia de capital social, no puede ni debe ser considerada como una tendencia pasajera de gestión empresarial, o una estrategia, método o técnica de mercadeo para la obtención de beneficios de imagen, sino como un elemento estratégico y fundamental, del cual dependerá en buena parte su permanencia dentro de los mercados, su rentabilidad y crecimiento, al mismo tiempo que les facilita todo un proceso de integración con el contexto, convirtiéndose en el más importante de sus activos empresariales.

Este proceso debe sustentarse, en los siguientes aspectos de manera fundamental: aprendizaje además del desarrollo de nuevas habilidades y competencias, ética y buen gobierno

corporativo, un cambio organizacional, competitividad, identidad, sostenibilidad y relaciones con sus grupos de interés o “stakeholders”.

Hoy más que nunca, las PYMES son conscientes de que la inversión en el capital social les genera un alto valor agregado, de la mano con el trabajo social y el fortalecimiento de la formación en su talento humano, por lo que requieren orientar sus esfuerzos hacia la concepción, desarrollo e evaluación de metas empresariales compatibles con los tres vértices del desarrollo sostenible que son el valor social, económico y medioambiental, de esta manera se comprometen a preservar recursos ambientales, culturales y tecnológicos para las nuevas generaciones, respetando la diversidad, además de promover la reducción de las desigualdades sociales, e impulsando el desarrollo de la economía.

De acuerdo a lo que se ha venido planteando, desde dos dimensiones, la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) es reconocida entonces como uno de los sectores de mayor impacto en la generación de empleos, así como de inversiones y de bienestar social, lo que representa un elemento dinamizador e impulsador de las economías nacionales, puesto que propicia un desarrollo equilibrado y sostenible, aun cuando debe absorber las presiones generadas por las variaciones de la oferta y la demanda.

En una primera dimensión de perspectiva institucional, de análisis y seguimiento de las políticas implementadas, se busca estudiar y analizar la factibilidad de crear una base de datos que contenga las mejores experiencias, prácticas, lecciones aprendidas y casos de éxito en cuanto a la gestión estratégica del capital social en las PYMES a nivel regional, nacional e internacional.

Aunado a esto, estudiar, así como analizar la posibilidad de crear una red inicialmente municipal, para luego ser extendida a otros niveles de capital social de las pymes, con la finalidad de hacer seguimiento y acompañamiento a las iniciativas e ideas existentes sobre el apoyo de otros sectores público y privados, para poder promover el intercambio de experiencias y la difusión de buenas prácticas entre las organizaciones.

Es importante considerar las iniciativas que desarrollan otras regiones del país u otros países para minimizar la informalidad de las de estas empresas; y darle mayor valor a la posibilidad de regionalizar algunas de estas iniciativas, brindándole el apoyo al capital intelectual y social de las mismas., examinando los esquemas de cooperación y conveniencia de estos, de manera que se consoliden en una sola instancia, la coordinación de programas de apoyo integral a estas empresas, de acuerdo con su tamaño y potencial, así se pueda impulsar efectivamente al sector tanto como a los emprendedores que cuenten con proyectos viables.

De este modo impulsar el análisis e intercambio de experiencias a nivel regional acerca de los mecanismos utilizados para el desarrollo sustentable, la implantación de estrategias, uso de factores de cohesión e integración, que han permitido la elevación del porcentaje de integración, cooperación, asociatividad, confianza, tienden a consolidar producciones que permiten una mayor generación de valor agregado a los bienes y servicios se la región los cuales se comercian. Con ello se busca delinear una propuesta completa y holística para el desarrollo de sectores estratégicos que pudiesen contribuir al aumento del empleo formal bien remunerado y promoción de un desarrollo regional equitativo.

Finalmente, todo lo anterior, permite diseñar y proponer instrumentos internos de integración regional y cooperación para la conformación de una agenda de reuniones con otras regiones o países sobre el capital social como impulsora de la gestión estratégica en las PYMES, la constitución de una Dependencia Regional de las PYMES, así como establecer un Estatuto Regional de las PYMES.

Considerando, además, la perspectiva de los mecanismos e instrumentos de apoyo a ser aplicados, el capital social como plataforma impulsora de la gestión estratégica, permite la

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

ampliación y generalización de los dispositivos y estrategias que han exhibido mayores niveles de eficiencia para que sirvan de apoyo en el acceso al financiamiento, a sistemas de garantía de las PYMES.

Es importante que el capital social, fomente el valorar la difusión de más los instrumentos de apoyo y ampliar la implementación de estos para el acceso a mercados y el impulso a la internacionalización de las pymes de la región, de manera que pueda continuar evaluando las mejores experiencias del capital social en cuanto a la cooperación y asociatividad tanto a nivel nacional como subnacional como medidas de estímulo fiscal para las pymes.

Esto, permite considerar de manera permanente los principios del funcionamiento de las pymes, capacitando al capital social de la empresa como palanca de estímulo sistemática para el sector, pudiéndose impulsar, de manera eficiente un análisis detallado de acuerdo a las distintas experiencias y condiciones nacionales y locales, las iniciativas que promuevan los procesos de asociatividad.

Reflexiones finales

El propósito fundamental, del capital social, debe estar centrado en estudiar nuevas opciones que garanticen un mayor apoyo a las organizaciones empresariales de las pymes en la región, así como de los impulsores de nuevos programas que tengan relación con responsabilidad social empresarial y protección del ambiente, lo que permita un avance decisivo en términos de simplificación y eliminación de obstáculos administrativos, valorándose la generalización de procedimientos simplificados y administración en línea, así como también debieran acelerarse los procedimientos de creación de empresas así como de actividades comerciales.

Se necesita continuar avanzando en la generalización y profundización del uso de las tecnologías de información y comunicación, actores de cohesión e integración, valores y principios organizacionales, para promover el desarrollo de las pymes a partir de su capital social como impulsor de una gestión estratégica de calidad.

Referencias Bibliográficas

- Arias, F. (2008). Perfil del profesor de Metodología de la Investigación en Educación superior. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Aronson, J. (2002). Nova Southeastern University. Obtenido de <http://www.nova.edu/ssss/QR/BackIssues/QR2-1/aronson.html/>
- Briones, G. (2005). Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. México D.F. Trillas.
- Cáceres, P. (2003). Análisis Cualitativo de Contenido: Una alternativa Metodológica Alcanzable. *psicoperspectivas*, 53-82. Editorial Santo de Díaz
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional. México D. F.: McGraw Hill. Cleri (2013). El Libro de las Pymes. Ediciones Granica S.A. Naucalpan, México. Corma, F. (2012). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Editorial Díaz de Santos. Buenos Aires, Argentina.

- Cortina y Martínez (2008). Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y comunicación. Editorial Trotta, S.A. Madrid, España.
- De la Masa, L. (2005). Fundamentos de la filosofía hermenéutica: Heidegger y Gadamer. *Teología y ViLdUa*, 122-138.
- DeWalt, K., & DeWalt, B. (2002). *Participant observation: a guide for fieldworkers*. Walnut Creek, CA: AltaMira Press. Editorial College. México.
- Durston, J. (2000). *División del Desarrollo Social*. CEPAL. Santiago de Chile, Chile.
- Escobedo, J. (2005). Paradigma Epistemológico e Inferencias Lógicas en la Investigación Demográficas. XXV Conferencia Internacional de Población. Tours.
- Etkin, J. (2014). *Capital social y valores en la organización sustentable*. Ediciones Granica. Naucalpan, México
- Francés (2008). *Capital Social y organizaciones no lucrativas*. Editorial AHS. México.
- George y Jones (2010). *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural*. Editorial CEPAL. Santiago de Chile, Chile.
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos en investigación cualitativa*. Editorial Morata. Madrid, España.
- González, E. (2011). El retorno a la traducción o nuevamente sobre la historia del concepto de hermenéutica. *Opinión Jurídica*, 41-60.
- González, L. (2013). Aportaciones para una fenomenología hermenéutica de la mística. *Estud.filos*, 155-176.
- Guasch, O. (2002). *Observación Participante*. Colección Cuadernos Metodológicos, 10-11.
- Gurdián-Fernández, A. (2007). *El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socio - Educativa*. San José: Sprint Center.
- Heidegger, M. (1923). *Hermenéutica de la facticidad*. Recuperado el 11 de noviembre de 2014, de <http://www.heideggeriana.com.ar>.
- Hernández, R. (1994). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill. Hurtado de Barrera, J. (2008). *Metodología de la Investigación Holística*. Editorial SYPAL.
- Hurtado, D., García, D., & Copete, A. (2013). *Las Viscitudes del Capital Social de Colom-*

Capital Social como plataforma impulsora de la gestión estratégica sustentable

- bia. Fundación Antonio Restrepo Barco.
- Sallenare, JP (2010). Gerencia y planeación estratégica. Grupo Editorial Norma. Colombia.
- Lechner (2000). Obras escogidas: Crisis del Estado en América Latina. LOM Ediciones. Primera edición. Santiago de Chile, Chile.
- León, E. (2009). El giro hermenéutico de la fenomenológica en Martín Heidegger. Polis.
- Martínez Marín, A., & Ríos Rosas, f. (2005). Los Conceptos de Conocimiento, Epistemología y Paradigma, como Base Diferencial en la Orientación Metodológica del Trabajo de Grado. Cinta de Moebio, 111-121.
- Martínez. (2010). Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa. México D.F: Editorial Trillas.
- Maturo, G. (2007). Fenomenología y hermenéutica: desde la transmodernidad latinoamericana. Utopía y praxis latinoamericano, 35-50.
- Maturo, G. (2012). La hermenéutica fenomenológica desde América. Utopía y praxis latinoamericano, 95-99.
- Mayan, M. (2001). Una Introducción a los Métodos Cualitativos: Módulo de Entrenamiento para Estudiantes y Profesores. Iztapalapa, México: Qual Institute Press.
- Mendoza Fernández, D. L. (2012). Pensamiento Estratégico como base para establecer la Responsabilidad Social en Universidades Públicas Autónomas. Maracaibo. Venezuela.
- Miles, M., & Huberman, A. (2004). Análisis de datos Cualitativos. Thousand Oaks: Expandedia.
- Nankarni, S., & Arrayana, V. (2007). Strategic Schemas, Strategic Flexibility and Firm Performance: The Modernizing Roel of Industry Clockspeed. Strategic Management Journal, 243 - 270.
- Nataliya, A. (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas. Multiciencias, 199-205.
- Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible. Conceptos, ejemplos y herramientas de la RSC o de la Empresa. Madrid, McGraw Hill.
- Parra, M. E. (2005). Fundamentos Epistemológicos, Metodológicos y Teóricos que Sustentan un Modelo de Investigación Cualitativa en las Ciencias Sociales. Santiago: Universi-

dad de Chile.

Penninger, Lee y Witteloostuijn (2008). Capacidad adaptativa en organizaciones de investigación. Serie publicaciones Misceláneas. San José, Costa Rica.

Perdomo (2007). Elementos Básicos de Administración Financiera. International Thomson Editores, S. A. de C. V

Portes, A. (2009). Sociología económica, una investigación sistemática. Primera Edición, Centro de Investigaciones sociológicas. Montalbán, Madrid, España.

Putnam, R. (2003). Capital social, trabajo y juventud. Editorial Complejo Editores. Buenos Aires, Argentina.

Robbins, S. (2008). Fundamentos de comportamiento organizacional. Quinta Edición. México.

Rojas, R. (2003). Guía para Realizar Investigaciones Sociales. México: Plaza y Valdés.

Salamanca, A., & Martín Crespo, C. (2007). El Muestreo en la Investigación Cualitativa. Nure investigación.

Salgado, A. (2007). Investigación Cualitativa: Diseños, Evaluación del Rigor Metodológico y Retos. Liberabit, 71 - 78

Sandín, M. (2003). Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones. Editorial McGraw-Hill. México.

Spradley, J. (1980). Participant Observation. New York: Rinehart & Winston.

Strickland (2005). Desarrollo Profesional de Instrucción Diferenciación: Una Herramienta Acción ASCD.

Tamayo, M. (2006). Diccionario de la Investigación Científica. México: Limusa

Thompson, Strickland y Gamble (2010). Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases. Traducción: La elaboración y ejecución de la estrategia: La búsqueda de la ventaja competitiva: Conceptos y Casos.

Vargas, X. (2010). ¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía para lo que hacen investigación por primera vez. Unidad Académica de Contexto ITESCO

Villafañe, J. (2005). Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas.

**Capital Social como plataforma impulsora de la
gestión estratégica sustentable**



ISBN: 978-958-52294-0-2



9 789585 229402